

**أثر الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في تعزيز مفهوم
التعليم الأخضر لدى طلبة جامعة بغداد
(دراسة ميدانية)**

**The Impact of Public Relations Communication
Activities on Promoting the Concept of Green
Education among Students at the University of
Baghdad (An Applied Field Study)**

ميس حامد رسن

Mays Hamed Rssen

جامعة بغداد/ كلية الإعلام/ قسم العلاقات العامة

University of Baghdad/ College of Media/ Department of
Public Relations

أ.د. جعفر شهيد هاشم

جامعة بغداد/ كلية الإعلام/ قسم العلاقات العامة

Supervised by Professor Dr. Jaafar Shahid Hashim
University of Baghdad/ College of Media/ Department of
Public Relations

الكلمات المفتاحية: الأنشطة الاتصالية، العلاقات العامة، التعليم الأخضر، الوعي البيئي،
السلوك البيئي، الاستدامة، جامعة بغداد.

Keywords: Communication activities, public relations, green
education, environmental awareness, environmental behavior,
sustainability, University of Baghdad

المخلص

يتناول هذا البحث دراسة ميدانية تسعى إلى قياس أثر الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في مواقع الكليات الإلكترونية وصفحات التواصل الاجتماعي في تعزيز مفهوم التعليم الأخضر لدى طلبة جامعة بغداد، ويهدف البحث الى التعرف على هذه الأنشطة ومضامينها وكيف توظف لتعزيز مفهوم التعليم الأخضر لدى الطلبة، ومدى اهتمام جهاز العلاقات العامة للكليات المبحوثة، في تعزيز هذا المفهوم، وقد طُبِّق مقياس رباعي الأبعاد (أوافق بشدة، أوافق، لأوافق، لأوافق بشدة)، على عينة عشوائية منتظمة قوامها (380) طالباً وطالبة موزعين على ثمان كليات هي (كلية الاعلام، العلوم، الهندسة خوارزمي، الهندسة المدنية، الادارة والاقتصاد، والهندسة الزراعية، ومركز التخطيط الحضري والاقليمي للدراسات العليا، وكلية التربية بنات)، وكشفت النتائج عن مستوى متوسط في توظيف الأنشطة الاتصالية الإعلامية والتفاعلية والتنقيفية والترويجية والمجتمعية والتقنية في تعزيز ثقافة التعليم الأخضر، مع تسجيل أثر إيجابي متوسط لهذه الأنشطة في أبعاد المتغير التابع الثلاثة: الوعي البيئي، والسلوك البيئي، والاتجاه نحو الاستدامة، ويوصي البحث بضرورة تفعيل الأنشطة التفاعلية الرقمية وبناء استراتيجية اتصالية متكاملة تُرسخ ثقافة التعليم الأخضر في البيئة الجامعية العراقية.

Abstract

This research presents a field study that seeks to measure the impact of public relations communication activities on college websites and social media pages in promoting the concept of green education among students at the University of Baghdad. The research aims to identify these activities, their content, and how they are employed to promote the concept of green education among students, as well as the extent of interest of the public relations departments of the studied colleges in promoting this concept. A four-dimensional scale (strongly agree, agree, disagree, strongly disagree) was applied to a systematic random sample of (380) male and female students distributed across eight colleges: the College of Media, the College of Science, the College of Engineering (Al-Khwarizmi), the College of Civil Engineering, the College of Administration and Economics, the College of Agricultural Engineering, the Center for Urban and Regional Planning for Graduate Studies, and the College of Education for Women. The results revealed a moderate level in employing media, interactive, educational, promotional, community, and technical communication activities in promoting the culture of green education, with a moderate positive impact of these activities on the three dimensions of the dependent variable: environmental awareness, environmental behavior, and attitude towards sustainability. The research recommends the necessity of activating digital interactive activities and building an integrated



communication strategy that consolidates the culture of green education in the Iraqi university environment

المقدمة

تغدو الجامعات في العصر الراهن معنيةً بدورٍ مزدوجٍ يتخطى الرسالة التقليدية في نقل المعرفة، ليمتد نحو تشكيل قيم الأجيال القادمة وتوجيه سلوكياتها في قضايا الاستدامة البيئية. وفي هذا السياق تبرز أقسام العلاقات العامة الجامعية بوصفها الجهة المنوط بها تصميم وتنفيذ الأنشطة الاتصالية الكفيلة بترسيخ مفهوم التعليم الأخضر ثقافةً حيةً لدى الطلبة، لا مجرد شعارٍ معلقٍ على جدران المؤسسة.

تنبثق أهمية هذا البحث المسئل من كونه يُقدّم قياساً ميدانياً دقيقاً لما أنتجته هذه الأنشطة الاتصالية من أثرٍ فعليٍّ في وعي الطلبة وسلوكياتهم واتجاهاتهم، مستعيناً بأداةٍ استبانةٍ مُحكّمةٍ ومعالجةٍ إحصائيةٍ متقدمة. ويتميز هذا البحث عن نظيره الأول (تحليل المضمون) في كونه ينتقل من رصد المحتوى المُنتج إلى قياس الأثر المُحقّق في الجمهور المستهدف، مُجيباً عن السؤال الجوهرى: هل ما تُنشره الجامعات فعلاً يُغيّر شيئاً في طلابها؟

أولاً : مشكلة البحث

تتعلق مشكلة هذا البحث من إدراكٍ حقيقيٍّ لفجوةٍ قائمةٍ بين الإمكانيات الاتصالية الهائلة التي تمتلكها أقسام العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي العراقية من منصاتٍ رقميةٍ ومواقعٍ إلكترونيةٍ وصفحاتٍ على التواصل الاجتماعي، وبين ما تُحدثه هذه الإمكانيات من أثرٍ فعليٍّ ومُوثّقٍ في وعي الطلبة وسلوكياتهم واتجاهاتهم نحو مفهوم التعليم الأخضر والاستدامة البيئية. إذ يُلاحظ أن معظم المؤسسات الجامعية العراقية تكتفي بالنشر الإخباري الروتيني دون أن تمتلك استراتيجيةً اتصاليةً متكاملةً مُوجّهةً نحو ترسيخ قيم التعليم الأخضر ثقافةً فاعلةً في نفوس طلابها، كما تغيب آليات التقييم العلمي الدقيق لقياس عائد هذه الأنشطة على المتلقي.

وتزداد حدة هذه المشكلة في ضوء التحديات البيئية الضاغطة التي يواجهها العراق، من تصحُّرٍ متصاعدٍ وشُحٍّ في المياه وتلوّثٍ صناعيٍّ وتغيُّرٍ مناخيٍّ متسارعٍ، وهي تحدياتٌ تستلزم جيلاً واعياً بيئياً قادراً على المواجهة والمعالجة، وهو ما لا تستطيع الجامعة بلوغه دون منظومةٍ اتصاليةٍ بيئيةٍ فاعلةٍ مدروسة. وعلى الرغم من تزايد الاهتمام الأكاديمي بدور العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية، تظل الدراسات التي تتناول قياس الأثر الميداني للأنشطة الاتصالية الجامعية العراقية في تعزيز مفهوم التعليم الأخضر تحديداً شحيحةً جداً، مما يُفضي إلى غيابٍ علميٍّ واضحٍ في هذا الملف البحثي. ومن هنا تبرز الحاجة الماسة إلى بحثٍ ميدانيٍّ دقيقٍ يُجيب عن التساؤل الجوهرى الآتي:

ما مستوى أثر الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في المواقع الإلكترونية وصفحات التواصل الاجتماعي الجامعية في تعزيز مفهوم التعليم الأخضر لدى طلبة جامعة بغداد؟
ويتفرّع عن هذا التساؤل الجوهرى تساؤلات فرعية إجرائية:

التساؤل الأول: ما مستوى توظيف الأنشطة الإعلامية للعلاقات العامة عبر المنصات الرقمية الجامعية في تعزيز مفهوم التعليم الأخضر من وجهة نظر الطلبة؟

التساؤل الثاني: ما مستوى توظيف الأنشطة التفاعلية للعلاقات العامة عبر المنصات الرقمية الجامعية في تعزيز مفهوم التعليم الأخضر من وجهة نظر الطلبة؟

التساؤل الثالث: ما مستوى توظيف الأنشطة التثقيفية للعلاقات العامة عبر المنصات الرقمية الجامعية في تعزيز مفهوم التعليم الأخضر من وجهة نظر الطلبة؟

التساؤل الرابع: ما مستوى توظيف الأنشطة الترويجية للعلاقات العامة عبر المنصات الرقمية الجامعية في تعزيز مفهوم التعليم الأخضر من وجهة نظر الطلبة؟

التساؤل الخامس: ما مستوى توظيف الأنشطة المجتمعية للعلاقات العامة عبر المنصات الرقمية الجامعية في تعزيز مفهوم التعليم الأخضر من وجهة نظر الطلبة؟

التساؤل السادس: ما مستوى توظيف الأنشطة التقنية للعلاقات العامة عبر المنصات الرقمية الجامعية في تعزيز مفهوم التعليم الأخضر من وجهة نظر الطلبة؟

التساؤل السابع: ما مستوى تعزيز مفهوم التعليم الأخضر لدى طلبة جامعة بغداد في أبعاده الثلاثة (الوعي البيئي، والسلوك البيئي، والاتجاه نحو الاستدامة)؟

التساؤل الثامن: هل توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مجمل الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة ومجمل تعزيز مفهوم التعليم الأخضر لدى الطلبة؟

ثانياً: أهداف البحث

يسعى هذا البحث إلى تحقيق الأهداف الآتية:

الهدف الأول: قياس مستوى توظيف الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة بأنواعها الستة (الإعلامية، والتفاعلية، والتثقيفية، والترويجية، والمجتمعية، والتقنية) عبر المنصات الرقمية الجامعية من وجهة نظر طلبة جامعة بغداد.

الهدف الثاني: قياس مستوى تعزيز مفهوم التعليم الأخضر لدى طلبة جامعة بغداد في أبعاده الثلاثة (الوعي البيئي، والسلوك البيئي، والاتجاه نحو الاستدامة).

الهدف الثالث: الكشف عن طبيعة العلاقة الارتباطية بين مجمل الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة ومجمل تعزيز مفهوم التعليم الأخضر، وتحديد اتجاهها ودرجتها.

الهدف الرابع: التعرف على أي أنواع الأنشطة الاتصالية الستة يُحقّق ارتباطاً أقوى بتعزيز التعليم الأخضر لدى الطلبة، وترتيبها تنازلياً وفق قوة تأثيرها.

الهدف الخامس: رصد الفجوة القائمة بين أبعاد المتغير التابع الثلاثة (الوعي، والاتجاه، والسلوك) وتقديرها في ضوء نظريتي الغرس الثقافي والاستخدامات والإشباع.

الهدف السادس: تشخيص الأنشطة الاتصالية الأكثر قصوراً في المنظومة الاتصالية الجامعية وتقديم توصياتٍ علميةٍ عمليةٍ مستندةٍ إلى نتائج التحليل الإحصائي.

الهدف السابع: تقديم مقترحاتٍ بحثيةٍ مستقبليةٍ تُثري هذا المجال وتدفع به نحو آفاقٍ بحثيةٍ أرحب تخدم التعليم البيئي في الجامعات العراقية.

ثالثاً: نوع البحث ومنهجه

يُصنّف هذا البحث ضمن البحوث الوصفية التحليلية (Descriptive-Analytical Research) التي تسعى إلى وصف الظاهرة المدروسة وقياسها وتحليل العلاقات بين متغيراتها في بيئتها الطبيعية دون تدخّل أو تجريب. ويستهدف البحث قياس أثر متغيرٍ مستقلٍّ محدّد (الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة) في متغيرٍ تابعٍ واضحٍ (تعزيز مفهوم التعليم الأخضر) لدى عينةٍ معيّنةٍ من مجتمعٍ بحثيٍّ محدّد.

اعتمد البحث المنهج المسحي بأسلوب مسح الجمهور (Audience Survey) بوصفه المنهج العلمي الأنسب لتحقيق أهداف البحث وقياس الظاهرة المدروسة من خلال جمع البيانات مباشرةً من أفراد العينة المستهدفة. ويتميز هذا المنهج بقدرته على توفير بياناتٍ كميةٍ دقيقةٍ قابلةٍ للتعميم، وبملاءمته لدراسة الآراء والاتجاهات والسلوكيات في مجتمعاتٍ بشريةٍ واسعة.

وقد استُعين بالأدوات الإحصائية التالية في تحليل البيانات عبر برنامج SPSS الإصدار 26: أولاً: التكرارات والنسب المئوية لوصف خصائص العينة وتوزيعاتها. ثانياً: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لقياس مستويات الاستجابة على فقرات الاستبانة.

ثالثاً: معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) للتحقق من ثبات الأداة.

رابعاً: معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) لاختبار الفروض وقياس قوة العلاقات الارتباطية واتجاهها.

رابعاً : أداة البحث: الاستبانة

وُظِّفَت الاستبانة (أداة رئيسية وحيدة لجمع البيانات الأولية من أفراد العينة، وهي الأداة الأكثر شيوعاً وملاءمةً للبحوث الوصفية التي تستهدف قياس الآراء والاتجاهات لدى جماهير واسعة).

أ. بناء الاستبانة وتطويرها

صُمِّمَت الاستبانة في صيغتها الأولية بناءً على ثلاثة مصادر: مراجعة شاملة للأدبيات العلمية المتخصصة في الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة والتعليم الأخضر، وتحليل مستفيضٍ للنتائج التي أسفر عنها تحليل المضمون المُجرى سابقاً لأنواع الأنشطة الاتصالية وأبعادها، إضافةً إلى تكيفٍ انتقائيٍّ لمقاييسٍ معتمدةٍ في الأدبيات الدولية ذات الصلة بما يتوافق مع السياق الأكاديمي العراقي.

ب. هيكل الاستبانة

تضمَّنت الاستبانة في صيغتها النهائية (48) فقرةً موزَّعةً على محورين رئيسيين:

المحور الأول . المتغير المستقل: الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة، ويشتمل على ستة محاور فرعيةٍ بواقع (6) فقراتٍ للأنشطة الإعلامية، و(6) للتفاعلية، و(6) للتثقيفية، و(5) للترويجية، و(5) للمجتمعية، و(5) للتقنية.

المحور الثاني — المتغير التابع: تعزيز مفهوم التعليم الأخضر، ويشتمل على ثلاثة أبعادٍ بواقع (5) فقراتٍ لقياس الوعي البيئي، و(5) لقياس السلوك البيئي، و(5) لقياس الاتجاه نحو الاستدامة.

ج. مقياس التقدير

اعتمد مقياس ليكرت الرباعي في قياس درجة الاستجابة على النحو الآتي: (4) أوافق بشدة، (3) أوافق، (2) لا أوافق، (1) لا أوافق بشدة. وقد جرى استبعاد الخيار المحايد (غير متأكد) عمداً لإلزام المستجيب باتخاذ موقفٍ واضحٍ تجاه كل فقرة، وهو ما يرفع من دقة البيانات وجودتها.

د. الصدق الظاهري للاستبانة

للتحقق من صدق الاستبانة وملاءمتها لقياس ما وُضِعَت لقياسه، عُرضت على لجنةٍ من (9) محكِّمين متخصصين في مجالات الإعلام والعلاقات العامة والتعليم البيئي، مع تنويعٍ مقصودٍ في تخصصاتهم بين إعلاميين وتربويين وبيئيين. وطلب من المحكِّمين إبداء ملاحظاتهم حول مدى وضوح كل فقرة، وانتماء الفقرات إلى محاورها، ودقة الصياغة اللغوية، ومدى ملاءمة المقياس للسياق الأكاديمي العراقي. أُجريت التعديلات المطلوبة بناءً على توجيهاتهم، وحُسِبَت نسبة القبول وفق المعادلة الآتية:

نسبة القبول = عدد الموافقين ÷ مجموع المحكّمين × 100

وقد بلغت نسبة القبول الكلية (91.7%) وهي نسبة تتجاوز الحد المقبول علمياً (80%)، مما يدل على أن الاستبانة تتمتع بصدق ظاهري مرتفع يُمكن من توظيفها في جمع البيانات بموثوقية عالية.

هـ. ثبات الاستبانة

جرى التحقق من ثبات الاستبانة بحساب معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) على عينة استطلاعية أولية قوامها (30) طالباً وطالبة من خارج عينة الدراسة الأساسية. وجاءت النتائج على النحو الآتي:

المحور / البُعد	عدد الفقرات	معامل ألفا كرونباخ	التقدير
الأنشطة الإعلامية	6	0.847	مرتفع جداً
الأنشطة التفاعلية	6	0.823	مرتفع جداً
الأنشطة التثقيفية	6	0.841	مرتفع جداً
الأنشطة الترويجية	5	0.832	مرتفع جداً
الأنشطة المجتمعية	5	0.819	مرتفع جداً
الأنشطة التقنية	5	0.838	مرتفع جداً
الوعي البيئي	5	0.856	مرتفع جداً
السلوك البيئي	5	0.843	مرتفع جداً
الاتجاه نحو الاستدامة	5	0.862	مرتفع جداً
الأداة الكلية	48	0.891	مرتفع جداً

تجاوزت جميع المعاملات الحدّ المقبول علمياً (0.70)، وبلغت قيمة الأداة الكلية (0.891)، مما يُؤكّد أن الاستبانة تتمتع بثباتٍ داخليٍّ مرتفعٍ جداً، ويمنح الثقة الكافية في دقة البيانات المجمّعة وصلاحيّتها للتحليل الإحصائي.

خامساً: مجتمع البحث وعينته

1- مجتمع البحث

يتكوّن مجتمع الدراسة الميدانية من جميع طلبة الدراسة الجامعية الملتحقين بالوحدات الأكاديمية التسع المُدرجة في البحث بجامعة بغداد والمُعترضين للمنصات الرقمية الجامعية (المواقع

الإلكترونية الرسمية وصفحات فيسبوك) خلال الفترة الزمنية المحددة. وقد بلغ إجمالي أعداد الطلبة في هذه الوحدات (61,704) طالباً وطالبة، موزعين على النحو الآتي:

الوحدة الأكاديمية	عدد الطلبة	النسبة %
كلية العلوم	12,800	20.7
كلية التربية للنبات	11,200	18.2
كلية هندسة الخوارزمي	9,800	15.9
كلية الهندسة	8,600	13.9
كلية الإدارة والاقتصاد	7,400	12.0
كلية الهندسة الزراعية	5,900	9.6
كلية الإعلام	3,200	5.2
مركز التخطيط الحضري والإقليمي	1,604	2.6
كلية الهندسة الخوارزمي - مساءً	1,200	1.9
المجموع	61,704	100

معايير اختيار الوحدات الأكاديمية: اختيرت هذه الوحدات التسع وفق معايير علمية واضحة تمثلت في: التنوع التخصصي الذي يشمل العلوم الإنسانية والاجتماعية والتطبيقية والهندسية والزراعية، والنشاط الرقمي الواضح عبر المنصات الإلكترونية، ووجود محتوى بيئي موثّق قابلٍ للتحليل. كما أخذ بعين الاعتبار التمثيل الجغرافي داخل الحرم الجامعي وتنوع أعداد الطلبة بين الكليات.

2- عينة البحث

أ. نوع العينة

اعتمدت العينة العشوائية الطبقية التناسبية (Stratified Proportional Random Sampling) وهي الأنسب علمياً للمجتمعات البحثية غير المتجانسة المقسّمة إلى طبقاتٍ أو مجموعاتٍ متباينة الأحجام. إذ تُتيح هذه العينة تمثيلاً متوازناً لجميع الوحدات الأكاديمية بما يتناسب مع حجم كلّ منها في مجتمع الدراسة، مما يُعزّز قابلية التعميم ويُقلّل من تحيّز الاختيار.

ب. حجم العينة

بُنِيَ تحديد حجم العينة على معادلة يمان (Yamane's Formula) للمجتمعات الكبيرة عند مستوى خطأ (5%) ومستوى ثقة (95%) $n = N \div (1 + N \times e^2)$

حيث: ن = حجم المجتمع = 61,704 ، ه = هامش الخطأ = 0.05

$$ن = 400 \approx 154.26 \div 61,704 = (0.0025 \times 61,704 + 1) \div 61,704 =$$

وبعد احتساب نسبة الاسترداد المتوقعة وإضافة احتياطي لتعويض الاستبانات الناقصة أو المستبعدة، حُدد الحجم الفعلي للعينة بـ (380) مفردة، وهو حجم يُعدُّ كافياً إحصائياً لتمثيل المجتمع البحثي وتحقيق درجة مقبولة من الدقة في النتائج.

ج. توزيع العينة على الوحدات الأكاديمية

جرى توزيع أفراد العينة على الوحدات الأكاديمية التسع بالتناسب المباشر مع حجم كل وحدة في المجتمع، وفق المعادلة: حصة الوحدة = (عدد طلبة الوحدة ÷ مجموع المجتمع) × حجم العينة

الوحدة الأكاديمية	عدد طلبة الوحدة	نسبتها %	حجم العينة الممثل
كلية العلوم	12,800	20.7	94
كلية التربية للبنات	11,200	18.2	81
كلية هندسة الخوارزمي	9,800	15.9	67
كلية الهندسة الزراعية	5,900	9.6	43
كلية الإدارة والاقتصاد	7,400	12.0	43
كلية الهندسة	8,600	13.9	36
كلية الإعلام	3,200	5.2	15
مركز التخطيط الحضري	1,604	2.6	1
المجموع	61,704	100	380

د. آلية اختيار المفردات

بعد تحديد حصة كل وحدة أكاديمية، اعتمد الاختيار العشوائي البسيط لانتقاء المفردات الفعلية من داخل كل وحدة، إذ وُزعت الاستبانات على الطلبة المتواجدين في القاعات الدراسية والمكتبات والمرافق العامة في أوقات مختلفة خلال أسبوع كامل لضمان تمثيل متنوع لشرائح الطلبة. وقد اشترط في المستجيب أن يكون مُتعرِّضاً للمنصات الرقمية للوحدة الأكاديمية التابع لها بشكل منتظم.

هـ. معدل الاسترداد

وُزِعَ (400) استبانةً على أفراد العينة، استُردَّ منها (392) استبانةً، استُبعدَ منها (12) لعدم اكتمالها أو لوجود إجاباتٍ متناقضةٍ تُشير إلى عدم الجدية، فبلغت الاستبانات الصالحة للتحليل الإحصائي (380) استبانةً بمعدل استردادٍ فعليٍّ بلغ (95%)، وهو معدلٌ يُعدُّ ممتازاً في البحوث الاجتماعية ويُعزِّز من موثوقية البيانات.

دراسات سابقة

– دراسة: الحوراني، هيثم (2019): **توظيف الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في تعزيز التنمية المستدامة في العراق.**

تمثلت مشكلة البحث في معرفة دور الوسائل التدريسية الرقمية نحو نشر ثقافة التدريس الأخضر وعقبات تنفيذها من قبل التدريسيين بالأردن. وقد تكونت عينة الدراسة من (292 معلماً ومعلمة) يعملون في المدارس الحكومية بالأردن. واستُخدم المنهج الوصفي التحليلي والاستقصاء. ومن أبرز نتائجها: أن دور الوسائل التدريسية الرقمية في تعزيز ثقافة التدريس الأخضر من وجهة نظر التدريسيين كانت بدرجة متوسطة.

– دراسة: ميثم، أماني (2019): **توظيف الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في تعزيز التنمية المستدامة في العراق — دراسة ميدانية في الوزارات العراقية.**

تبرز مشكلة البحث من خلال معرفة مفهوم وأهداف التنمية المستدامة وتوضيح العلاقة بين الأنشطة الاتصالية المستخدمة من قبل المسؤولين بهذا التخصص. وهي من البحوث الوصفية، وطُبِّقَت على 400 مفردة من الجمهور. ومن أبرز نتائجها: أن معظم تلك الأنشطة كانت إعلامية خيرية تستهدف الجمهور الداخلي لهذه المؤسسات، وأشارت إلى محدودية العلاقات العامة في التخطيط وتنفيذ الخطط.

وتشابهت الدراسة مع دراستي في بحث الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة وبحث قضايا التنمية المستدامة.

سابعاً : الإطار النظري

المبحث الأول: المتغير المستقل — الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة
أولاً: مفهوم العلاقات العامة وتطوره في عصر الاتصال الرقمي

في عصر التقدم التكنولوجي الحالي، أصبحت وظيفة العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية جزءاً لا يتجزأ من حوكمة مؤسسات التعليم عالية الجودة، فالعلاقات العامة هي عملية تنظيم العلاقات الثنائية أو المتبادلة. إذ تمثل العلاقات العامة النشاط الاتصالي الأكثر نجاحاً للوصول إلى قلوب المواطنين وخلق صورة طيبة في أذهان المتعاملين مع أغلب المنظمات التعليمية أو الصناعية والتجارية، فالعلاقات العامة تمثل مهارة التعامل مع الجمهور بغرض ربح ثقتهم ودعمهم لسياسات المؤسسة وإنجازاتها وذلك لتحسين صورة المنظمة في المحيط الذي تتعامل معه ((خلف، 2019، ص 127)

لذا فإن تلك الوظيفة مهمة للمنظمات والشخصيات لدى الجمهور باستخدام كافة الوسائل الاتصالية وكافة المهارات الاتصالية التي يتصف بها محترفو العلاقات العامة ومعالجة ما يحل على الصورة من أوضاع غير صحيحة، من أجل البلوغ إلى ما يعرف بالتفاهم والتوافق مع الجمهور والمنظمة (أبو العلا، علي، 2020، ص 155-156).

وقد قَدّم عدد من الباحثين في دول متعددة حول العالم العديد من التعريفات الخاصة بالعلاقات العامة في عصر تكنولوجيا الاتصالات الرقمية نذكر أهمها فيما يلي:
ويعرّفها علي الفرجاني بأنها الدور الذي يتم من خلاله استخدام خدمات الويب المتعددة، مثل: المنصات الرقمية والمدونات والخدمات الرقمية المتعددة في نقل الرسائل إلى الجمهور وبث البيانات من غير استخدام أساليب الإعلام القديمة (الفرجاني، 2018، ص 17)

الاطار النظري:

اولاً: الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة

يعد الاتصال النشاط الأكثر وضوحاً في وظائف العلاقات العامة، إذ في جوهره تفاعل اجتماعي متطور يقوم على أساس نقل الأفكار والمعاني بعد استقصاء ودراسة معمقة لمستقبل تلك الرسالة وعوامل إيجابياتها أو سلبياتها. وفي مجال العلاقات العامة فهو إحدى الوظائف الأساسية التي تعني: "القدرة على التأثير في جماهير المنظمة حين تعتبر العلاقات العامة أساساً هي القدرة على الاتصال والتأثير في جماهيرها داخلياً وخارجياً، أي هو طريق مزدوج الاتجاه يعمل على تحقيق رغبات الطرفين المنظمة وجماهيرها" (صايل، 2019، ص72-73).

لذا تُعرّف الأنشطة الاتصالية على أنها كل الممارسات التي تقوم بها العلاقات العامة من أجل إيصال رسالتها إلى جماهيرها، ويتم ذلك عبر وسائل الاتصال الجماهيري المختلفة بأنواعها بهدف التأثير الإيجابي وخلق صورة ذهنية طيبة لدى الرأي العام الجماهيري (علوان، 2018، ص6).

لذلك يجب الأخذ بعين الاعتبار العوامل التي تؤثر في اختيار وسيلة الاتصال أولاً، إذ إن لاختيار وسيلة الاتصال المناسبة أهمية في تحقيق الهدف من الاتصال، حيث تعتبر وسائل الاتصال في العلاقات العامة من بين أهم المرتكزات الأساسية التي تعتمد عليها المؤسسات في عملية التواصل مع الجماهير الداخلية والخارجية، ومنه وجب على أخصائي العلاقات العامة أن يكون على دراية تامة وشاملة بنوع وطبيعة الجمهور المطلوب الاتصال به ومستواه الفكري والثقافي ومدى انتشاره ومدى وضوح هذه الرسالة الاتصالية والوقت المتاح أو السرعة المطلوبة في الاتصال وأهمية وحساسية الموضوع أو المعلومات المطلوب معرفتها أو نقلها، بالإضافة إلى الإمكانيات المادية والوسائل المتوفرة والصورة التي تريد أن تظهر بها المؤسسة (آسيا، 2018، ص259).

ثانيا: التعليم الأخضر — النشأة والتطور والمفهوم

برزت ملامح فلسفة التعليم الأخضر من الفلسفة الداعية إلى تطبيق التعليم والتربية البيئية الخضراء بالمؤسسات التعليمية، إذ تستمد فلسفة التعليم الأخضر مبادئها من أن الأنشطة البشرية تؤثر على البيئة، وأن التثقيف البيئي هو أداة يمكن استخدامها بشكل فعال لتغيير العقول والمواقف والطريقة التي ينظر بها المجتمع إلى العالم. فيمكن تقليل بعض التحديات البيئية عن طريق تخضير المناهج وتضمينها مشكلات بيئية وطرق حلها (الأصمعي، محمد، وهندي، عبدالمعين، 2023).

يُعرف التعليم الأخضر أيضاً باسم التعليم البيئي، وهو نهج متعدد التخصصات للتعلم يسعى إلى تعزيز فهم وتقدير العالم الطبيعي، فضلاً عن الترابط بين البشر والبيئة. وهو عملية شاملة تتضمن مجموعة واسعة من الأنشطة والخبرات التي تهدف إلى زيادة الوعي والمعرفة والمهارات، فضلاً عن التأثير على المواقف وتشجيع الإجراءات المفيدة للبيئة. إذ يغطي التعليم الأخضر مجموعة واسعة من المواضيع بما في ذلك على سبيل المثال لا الحصر تغير المناخ والحفاظ على البيئة والطاقة والتلوث والاستدامة وإدارة النفايات. كما يتضمن أيضاً استراتيجيات تربوية مختلفة مثل التعلم التجريبي والتعلم القائم على الاستقصاء والتعلم القائم على حل المشكلات والتعلم القائم على المشاريع. وإن الهدف الأساسي للتعليم الأخضر هو تكوين أفراد متعلمين بيئياً قادرين على اتخاذ قرارات مستنيرة بشأن البيئة ومواردها (غازي، محمد، 2024، ص4).

الاطار الميداني:

اولاً: خصائص عينة الدراسة

توزيع العينة بحسب الجنس

الجنس	التكرار	النسبة %
ذكر	215	56.6
أنثى	165	43.4
المجموع	380	100

توزيع العينة بحسب الفئة العمرية

الفئة العمرية	التكرار	النسبة %
أقل من 20 عاماً	55	14.5
من 20 إلى 22 عاماً	86	22.6
من 23 إلى 25 عاماً	89	23.4
أكثر من 25 عاماً	150	39.5
المجموع	380	100

توزيع العينة بحسب الكلية

الكلية	التكرار	النسبة %
كلية العلوم	94	24.7
كلية التربية للبنات	81	21.3
كلية هندسة الخوارزمي	67	17.6
كلية الإدارة والاقتصاد	43	11.3
كلية الهندسة الزراعية	43	11.3
كلية الهندسة	36	9.5
كلية الإعلام	15	3.9
مركز التخطيط الحضري	1	0.3
المجموع	380	100

تُظهر هذه التوزيعات تمثيلاً متوازناً نسبياً، مع غلبة للفئة العمرية الأكبر سناً (39.5%) مما يُرجَّح أن يُعزِّز عمق الاستجابات وجودتها.

معيار الحكم على المتوسطات الحسابية

اعتمد في تفسير المتوسطات الحسابية المعيار الآتي وفق المقياس الرباعي:

المدى	المستوى
3.26 – 4.00	مرتفع
2.51 – 3.25	متوسط
1.76 – 2.50	منخفض
1.00 – 1.75	منخفض جداً

ثانياً: عرض نتائج الإحصاء الوصفي ومناقشتها

المتغير المستقل: الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة

جدول (1): الإحصاء الوصفي للأنشطة الإعلامية (ن=380)

م	الفقرة	المتوسط	الانحراف	المستوى
1	يوفر موقع الجامعة أخباراً مستمرة حول البيئة والاستدامة	3.21	0.72	متوسط
2	ينشر بيانات رسمية تُبرز إنجازات الجامعة البيئية	3.08	0.74	متوسط
3	يعرض تقارير استدامة سنوية أو دورية	3.47	0.61	مرتفع
4	يحتوي على تبويب مخصص للتعليم الأخضر أو الاستدامة	2.19	0.88	منخفض
5	يُقدِّم معلوماتٍ محدَّثة عن مشاريع الجامعة الخضراء	2.89	0.79	متوسط
6	يشرح سياسات الجامعة البيئية بشكل واضح	3.52	0.58	مرتفع
المحور الكلي		3.06	0.61	متوسط

حقَّق محور الأنشطة الإعلامية أعلى متوسطٍ بين المحاور الستة (3.06) وهو مستوى متوسط. وتصدَّرت الفقرة السادسة المتعلقة بشرح السياسات البيئية (3.52)، تلتها الفقرة الثالثة بشأن تقارير الاستدامة (3.47). في المقابل، سجَّلت الفقرة الرابعة المتعلقة بوجود تبويبٍ خاصٍ للتعليم

الأخضر أدنى المتوسطات (2.19)، وهو ما يكشف عن قصورٍ تنظيميٍّ واضحٍ إذ يبقى محتوى الاستدامة مدمجاً في أقسامٍ عامةٍ غير متخصصة.

جدول (2): الإحصاء الوصفي للأنشطة التفاعلية (ن=380)

م	الفقرة	المتوسط	الانحراف	المستوى
1	يتضمن الموقع استطلاعاتٍ حول السلوك الأخضر	2.76	0.81	متوسط
2	يُتيح قناةً لتقديم مقترحاتٍ بيئية من قِبَل الطلبة	2.43	0.86	منخفض
3	يوفر خرائط تفاعلية للمساحات الخضراء ومراكز التدوير	2.87	0.77	متوسط
4	يُبث ورشاً بيئية مباشرةً أو مسجلة	2.71	0.82	متوسط
5	يُتيح نماذج تبليغٍ عن المشكلات البيئية	2.65	0.84	متوسط
6	يُقدّم أدوات تفاعلية تُشجّع على مشاركة الطلبة	2.79	0.78	متوسط
	المحور الكلي	2.70	0.68	متوسط

حقّقت الأنشطة التفاعلية متوسطاً كلياً (2.70) يقع في مستوى متوسط يقترب من حدّه الأدنى. وتُشير هذه النتيجة إلى أن المواقع الجامعية لا تزال تفتقر إلى أدوات تفاعلية حقيقية تُشرك الطلبة في العملية الاتصالية البيئية. وكان لافتاً أن الفقرة الخاصة بتقديم المقترحات البيئية سجّلت أدنى مستوى (2.43)، مما يكشف عن فجوةٍ تشاركيةٍ يُستحسن معالجتها عبر بوابات رقمية مخصصة.

جدول (3): الإحصاء الوصفي للأنشطة التثقيفية (ن=380)

م	الفقرة	المتوسط	الانحراف	المستوى
1	يُقدّم مكتبةً رقميةً متخصصةً بالاستدامة	2.18	0.91	منخفض
2	ينشر دروساً أو فيديوهاتٍ قصيرةً حول السلوك الأخضر	2.67	0.83	متوسط
3	يعرض أدلةً إرشاديةً لترشيد الطاقة والمياه	3.12	0.74	متوسط
4	ينشر مقالاتٍ توعويةً حول البيئة	2.91	0.79	متوسط
5	يُقدّم محتوىً تدريبياً للطلبة في مجال البيئة	2.34	0.89	منخفض
6	يُشجّع على البحث العلمي المرتبط بالاستدامة	3.08	0.72	متوسط

م	الفقرة	المتوسط	الانحراف	المستوى
المحور الكلي		2.72	0.71	متوسط

تكشف نتائج الأنشطة التثقيفية (م=2.72) عن مسيرة غير متسقة؛ إذ تُقدّم المواقع بعض المحتوى الإرشادي والمقالات التوعوية بمستوى متوسط (3.12، 2.91)، غير أن البنية التحتية للتثقيف البيئي الرقمي تفقر إلى مكتبات متخصصة (2.18) ومحتوى تدريبي منظم (2.34). ويُرجّح أن تُسهم هذه الفجوات في إضعاف منظومة التعليم الأخضر التي تحتاج إلى بنية معرفية رقمية متكاملة.

جدول (4): الإحصاء الوصفي للأنشطة الترويجية (ن=380)

م	الفقرة	المتوسط	الانحراف	المستوى
1	يستخدم حملات رقمية للترويج للسلوك البيئي	3.38	0.64	مرتفع
2	يُوظّف شعارات أو هوية بصرية خضراء	2.45	0.88	منخفض
3	يُسلّط الضوء على المسابقات الأكاديمية الخاصة بالبيئة	2.31	0.91	منخفض
4	يُعلن بانتظام عن فعاليات ومبادرات خضراء	2.67	0.85	متوسط
5	يُشجّع الطلبة على المشاركة في مسابقات بيئية	3.52	0.61	مرتفع
المحور الكلي		2.87	0.73	متوسط

تتصدّر الأنشطة الترويجية المرتبة النسبية الثانية بين المحاور (م=2.87). ويبرز فيها قطبان متعارضان: فقرتا الحملات الرقمية (3.38) وتشجيع المشاركة في المسابقات (3.52) جاءتا بمستوى مرتفع، في حين غابت الهوية البصرية الخضراء (2.45) والترويج للمسابقات الأكاديمية البيئية (2.31). ويُمثّل هذا التفاوت فرصة ذهبية لتطوير العلامة البصرية الجامعية نحو هوية خضراء موحّدة.

جدول (5): الإحصاء الوصفي للأنشطة المجتمعية (ن=380)

م	الفقرة	المتوسط	الانحراف	المستوى
1	يُروّج لبرامج العمل التطوعي البيئي	2.84	0.79	متوسط
2	يعرض الشراكات البيئية للجامعة مع مؤسسات أخرى	2.24	0.93	منخفض

م	الفقرة	المتوسط	الانحراف	المستوى
3	ينشر تقارير عن مساهمة الجامعة في خدمة البيئة المحلية	2.62	0.86	متوسط
4	يُعلن مشاركات في المبادرات الوطنية الخضراء	1.96	0.94	منخفض
5	يعرض قصص نجاح بيئية شارك فيها طلبة الجامعة	2.48	0.89	منخفض
المحور الكلي		2.43	0.79	منخفض

جاء المحور المجتمعي في مستوى منخفض (م=2.43) وهو ما يُشير إلى ضعف واضح في اندراج الجامعة ضمن المنظومة المجتمعية البيئية الأوسع. وتُمثل الفقرة المتعلقة بالمبادرات الوطنية الخضراء نقطة الضعف الأشد (م=1.96) مما يكشف عن انفصال مؤسسي بين الجامعة والمشهد البيئي الوطني، رغم دورها الريادي المفترض.

جدول (6): الإحصاء الوصفي للأنشطة التقنية (ن=380)

م	الفقرة	المتوسط	الانحراف	المستوى
1	يوفر لوحة بيانات (Dashboard) لمؤشرات الأداء البيئي	2.13	0.94	منخفض
2	يحتوي على حاسبة للبصمة الكربونية	2.19	0.92	منخفض
3	يُقدّم روابط لتطبيقات ذكية مرتبطة بالاستدامة	2.87	0.79	متوسط
4	يعرض ابتكارات تقنية خضراء في الجامعة	2.24	0.91	منخفض
5	يستخدم تقنيات حديثة ويُعرّف بها	2.67	0.84	متوسط
المحور الكلي		2.42	0.72	منخفض

تُمثل الأنشطة التقنية الحلقة الأضعف في منظومة الاتصال البيئي الرقمي (م=2.42 بمستوى منخفض). ولا يزال غياب أدوات القياس كلوحات الأداء البيئي (2.13) وحاسبات البصمة الكربونية (2.19) يُمثّل عائقاً أمام تحوّل المواقع الجامعية من منصات إخبارية بسيطة إلى منصات تفاعلية ذكية داعمة للاستدامة.

المتغير التابع: تعزيز مفهوم التعليم الأخضر

جدول (7): الإحصاء الوصفي للوعي البيئي (ن=380)

م	الفقرة	المتوسط	الانحراف	المستوى
1	يُساعدني الموقع على فهم مفهوم التعليم الأخضر	3.42	0.63	مرتفع
2	أصبح لديَّ وعيٍّ أكبر بمشكلات البيئة داخل الجامعة	2.89	0.78	متوسط
3	ساعدني في معرفة كيفية تقليل النفايات	3.21	0.71	متوسط
4	أتعرفُ عبره على مشاريع الجامعة في الاستدامة	3.47	0.61	مرتفع
5	أتابع المستجدات البيئية في الجامعة عبره	2.94	0.77	متوسط
البُعد الكلي		3.19	0.58	متوسط

حقّق بُعد الوعي البيئي أعلى متوسطاتٍ بين أبعاد المتغير التابع (م=3.19)، مما يُشير إلى نجاحٍ نسبيٍّ للأنشطة الاتصالية في المرحلة المعرفية. وتصدّرت الفقرة المتعلقة بالتعرّف على مشاريع الاستدامة (3.47) أعلى المتوسطات، دليلاً على أن الجامعة تُوظّف موقعها بفاعليةٍ في إبراز مبادراتها البيئية. في المقابل، سجّل الوعي بالمشكلات البيئية المحلية داخل الحرم (2.89) أدنى المتوسطات، مما يكشف عن قصورٍ في تناول القضايا البيئية اليومية الملموسة.

جدول (8): الإحصاء الوصفي للسلوك البيئي (ن=380)

م	الفقرة	المتوسط	الانحراف	المستوى
1	دفعني المحتوى المنشور إلى ممارسة سلوكياتٍ بيئيةٍ أفضل	3.19	0.72	متوسط
2	أصبحتُ ألتزم بإعادة التدوير داخل الجامعة	2.87	0.81	متوسط
3	أصبحتُ أكثر حرصاً على ترشيد الكهرباء والمياه	3.02	0.76	متوسط
4	أشعر أن الموقع يُوجّهني إلى سلوكياتٍ خضراءٍ عملية	2.74	0.84	متوسط
5	التحفيز البيئي في الموقع أثّر على ممارساتي اليومية	3.08	0.73	متوسط
البُعد الكلي		2.98	0.67	متوسط

يُمثّل السلوك البيئي (م=2.98) أدنى أبعاد المتغير التابع، وهو ما يُؤكّد صعوبة الانتقال من الوعي إلى الفعل. والجدير بالتأمل أن الفقرة الخاصة بتوجيه الموقع نحو سلوكياتٍ عملية سجّلت

أدنى المتوسطات (2.74)، مما يكشف عن فجوة بين المحتوى التوعوي المنشور والإرشاد العملي القابل للتطبيق الفوري.

جدول (9): الإحصاء الوصفي للاتجاه نحو الاستدامة (ن=380)

م	الفقرة	المتوسط	الانحراف	المستوى
1	زاد اهتمامي الشخصي بموضوعات البيئة بعد متابعة الموقع	3.28	0.68	مرتفع
2	أصبحتُ أؤمن بأهمية التحول الأخضر في الجامعة	3.41	0.64	مرتفع
3	أصبح لديّ اتجاه إيجابي نحو المشاركة في الأنشطة البيئية	3.35	0.66	مرتفع
4	أشعر بأن الجامعة لديها رؤية واضحة للتعليم الأخضر	2.87	0.81	متوسط
5	المحتوى البيئي يُعزّز ثقتي بجهود الجامعة	2.96	0.78	متوسط
	البُعد الكلي	3.17	0.61	متوسط

يتميز بُعد الاتجاه نحو الاستدامة (م=3.17) بأن ثلاث فقراته الأولى جاءت بمستوى مرتفع، مما يُشير إلى نجاح الأنشطة الاتصالية في تشكيل قناعات وجدانية وفكرية إيجابية لدى الطلبة. ويبدو من المقارنة بين الأبعاد الثلاثة أن التسلسل يمشي وفق المنطق العلمي المتوقع: الوعي (3.19) ← الاتجاه (3.17) ← السلوك (2.98)، إذ يتدهور الأثر تدريجياً كلما اقتربنا من مرحلة الفعل الفعلي.

جدول (10): ملخص الإحصاء الوصفي لأبعاد الدراسة كافة

المحور / البُعد	المتوسط الكلي	الانحراف المعياري	المستوى
الأنشطة الإعلامية	3.06	0.61	متوسط
الأنشطة الترويجية	2.87	0.73	متوسط
الأنشطة التثقيفية	2.72	0.71	متوسط
الأنشطة التفاعلية	2.70	0.68	متوسط
الأنشطة المجتمعية	2.43	0.79	منخفض
الأنشطة التقنية	2.42	0.72	منخفض
المتغير المستقل الكلي	2.70	0.63	متوسط

المحور / البُعد	المتوسط الكلي	الانحراف المعياري	المستوى
الوعي البيئي	3.19	0.58	متوسط
الاتجاه نحو الاستدامة	3.17	0.61	متوسط
السلوك البيئي	2.98	0.67	متوسط
المتغير التابع الكلي	3.11	0.57	متوسط

تُقدّم هذه الصورة الإجمالية مشهداً واضحاً: الجامعات تُنتج أنشطةً اتصاليةً بمستوىً متوسطٍ، وهذا المستوى المتوسط يُنتج بدوره تعزيزاً متوسطاً لمفهوم التعليم الأخضر. الأنشطة الإعلامية تتصدّر المتغير المستقل فيما تتصدّر الأنشطة التقنية والمجتمعية قائمة الضعف. وعلى صعيد المتغير التابع، يبقى السلوك البيئي هو الأصعب تحريكاً قياساً بالوعي والاتجاه، وهو ما يُعدّ نتيجةً قابلةً للتفسير في ضوء أدبيات الاتصال البيئي التي تُشير إلى وجود فجوةٍ دائمةٍ بين المعرفة والفعل.

ثالثاً: اختبار فروض الدراسة بمعامل ارتباط بيرسون

الفرض الرئيسي: "توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى توظيف الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة وتعزيز مفهوم التعليم الأخضر لدى طلبة جامعة بغداد"

جدول (11): معامل ارتباط بيرسون بين المتغيرين الكليين

المتغير	معامل الارتباط r	مستوى الدلالة	القرار
الأنشطة الاتصالية الكلية × تعزيز التعليم الأخضر الكلي	0.524	0.000**	مقبول

كشفت النتائج عن وجود علاقة ارتباطية موجبة متوسطة القوة ($r=0.524$) دالة إحصائياً عند (0.01). وتُشير نسبة التباين المُفسّرة ($R^2=0.274$) إلى أن الأنشطة الاتصالية تُفسّر (27.4%) من التباين في مفهوم التعليم الأخضر لدى الطلبة، وهي نسبةً معقولةً في البحوث الإعلامية الاجتماعية التي تتضمن متغيراتٍ كثيرة خارج نطاق الدراسة.

الفروض الفرعية الستة

جدول (12): ملخص نتائج اختبار الفروض الفرعية (ن=380)

الفرض	الأنشطة الاتصالية	الوعي البيئي r	السلوك البيئي r	الاتجاه نحو الاستدامة r	المتغير التابع الكلي r	القرار
الأول	الإعلامية	0.461**	0.394**	0.478**	0.487	مقبول
الثاني	التفاعلية	0.287**	0.324**	0.298**	0.312	مقبول

الفرض	الأنشطة الاتصالية	الوعي البيئي r	السلوك البيئي r	الاتجاه نحو الاستدامة r	المتغير التابع الكلي r	القرار
الثالث	التثقيفية	0.378**	0.352**	0.416**	0.403	مقبول
الرابع	الترويجية	0.362**	0.341**	0.408**	0.391	مقبول
الخامس	المجتمعية	0.243**	0.268**	0.294**	0.276	مقبول
السادس	التقنية	0.198**	0.231**	0.214**	0.218	مقبول

(**)دالة عند مستوى الدلالة 0.01 (اختبار ثنائي الذيل، ن=380)

المصدر: مخرجات برنامج SPSS الإصدار 26، الدراسة الميدانية، 2026.
تثبت هذه النتائج قبول جميع الفروض الفرعية الستة دون استثناء، مما يؤكد أن الأنشطة الاتصالية بجميع أنواعها تحدث أثراً إيجابياً دالاً إحصائياً في تعزيز مفهوم التعليم الأخضر.

مناقشة النتائج

تمثل هذه النتائج خريطة تفسيرية غنية يمكن قراءتها على ثلاثة مستويات:
المستوى الأول — التراتبية الاتصالية: تصدّرت الأنشطة الإعلامية قائمة التأثير ($r=0.487$)، وهو ما يتسق مع ما أثبتته نظريات الأجندة والغرس الثقافي في قدرة المحتوى الإعلامي المتراكم على تشكيل الوعي. في المقابل، تذيّلت الأنشطة التقنية القائمة ($r=0.218$) والمجتمعية ($r=0.276$)، ليس لأنها أقل أهمية بطبيعتها، بل لأن ضعف توظيفها الفعلي أضعف أثرها.
المستوى الثاني — الفجوة بين الوعي والسلوك: يتجلى بوضوح أن الاتصال الجامعي ينجح في تغيير الأفكار أكثر من نجاحه في تغيير الأفعال. فارتباط الأنشطة الإعلامية بالوعي (0.461) يفوق ارتباطها بالسلوك (0.394)، وهو نمط متكرر عبر المحاور كلها. وتؤكد نظرية الاستخدامات والإشباع أن الجمهور يتلقى المعرفة طوعاً لكنه يقاوم التغيير السلوكي الذي يتطلب تكلفة شخصية في تغيير العادات. وهذا يستدعي تبني نماذج اتصالية مفعلة تتجاوز النوعية نحو تقديم حوافز وأدوات عملية ملموسة.

المستوى الثالث — تأكيد الإطار النظري: تعضد النتائج الكلية منطلقات نظرية الغرس الثقافي، إذ يتضح أن التعرض المتراكم للأنشطة الاتصالية الجامعية يسهم تدريجياً في تشكيل قنوات بيئية لدى الطلبة وإن كان الأثر على السلوك يحتاج إلى مدة زمنية أطول وأنشطة أكثر تركيزاً وتكثيفاً.
النتائج :

على صعيد المتغير المستقل: حقق مجمل الأنشطة الاتصالية مستوىً متوسطاً ($M=2.70$)، وتصدّرتها الإعلامية (3.06) وجاءت التقنية والمجتمعية بمستوىً منخفضٍ (2.42 ، 2.43). وهذا يعني أن الجامعات تُجيد الإخبار لكنها تقصر في التفاعل والتقنية والمجتمع.

على صعيد المتغير التابع: حقق الوعي البيئي أعلى المستويات ($M=3.19$) والسلوك البيئي أدناها ($M=2.98$)، مما يؤكّد الفجوة البنيوية الدائمة بين المعرفة والممارسة في الاتصال البيئي.

على صعيد الارتباط: ثبتت علاقةً موجبةً متوسطة القوة ($r=0.524$) بين المتغيرين، وقُبِلت الفروض السبعة كافةً، مع ترتّب الأنشطة تنازلياً في قوة تأثيرها: الإعلامية (0.487)، التثقيفية (0.403)، الترويجية (0.391)، التفاعلية (0.312)، المجتمعية (0.276)، التقنية (0.218)

قائمة المصادر

- 1- علوان, احسان بادع , (2018). الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في السفارات العراقية وعلاقتها في تنمية السياسة الخارجية. جامعة اليرموك كلية الاعلام قسم الاذاعة والتلفزيون رسالة ماجستير . عمان.
- 2- صايل, حردان هادي, (2019). الصورة الذهنية لمنظمات المجتمع المدني ودور العلاقات العامة في تكوينها. عمان: دار اليازوري للنشر والتوزيع.
- 3- طيار, اسيا, (1 3, 2018). وسائل الاتصال في العلاقات العامة والادارات العمومية. اطروحة دكتوراه منشورة جامعة الجزائر, الجزائر .
- 4- غازي, محمد عاصم, (2024). التعليم الاخضر وتحديات العصر: برؤية عصرية متجددة. الحلة: جامعة المستقبل.
- 5- الاصمعي, محمد محروس, وهندي, عبدالمعين سعدالدين, (2, 11, 2023). الإشكالية التي تواجه تفعيل الأدوار التربوية مراكز التطوير التكنولوجي في ضوء فلسفة التعليم الأخضر الرقمي بمرحلة. مجلة شباب الباحثين, جامعة سوهاج, كلية التربية . مصر.
- 6- الفرجاني, علي. (2018). العلاقات العامة واستراتيجيات الاتصال. عمان: دار امجد.
- 7- ابوالعلاء, محمد علي, (2020). العلاقات العامة والانسانية في ظل عالم متغير. دسوق: دار العلم والايمان.
- 8- خلوف, محمود محمد. (2019). العلاقات العامة في العصر الرقمي. عمان: اسامة.

1-Alwan, Ihsan Badi', (2018). Communication Activities of Public Relations in Iraqi Embassies and Their Relationship to the Development of Foreign Policy. Yarmouk University, Faculty of Media, Department of Radio and Television, Master's Thesis, Amman.

2-Sayel, Hardan Hadi (2019). The Mental Image of Civil Society Organizations and the Role of Public Relations in Shaping It. Amman: Dar Al-Yazouri for Publishing and Distribution.

3-Tayyar, Asia, (2018). Communication Methods in Public Relations and Public Administrations. Published Doctoral Dissertation, University of Algiers, Algeria.

4-Ghazi, Muhammad Asim (2024). Green Education and the Challenges of the Age: A Modern and Renewed Vision. Hilla: Al-Mustaqbal University



- 5-E - Al-Asma'i, Muhammad Mahrous, and Hindi, Abdul-Mueen Saad Al-Din, (2, 11, (2023). The problem facing the activation of educational roles in technology development centers in light of the philosophy of digital green education at the stage. Journal of Young Researchers, Sohag University, Faculty of Education. Egypt.
- 6-Al-Farjani, Ali. (2018). Public Relations and Communication Strategies. Amman: Dar Amjad.
- 7-Abu Alaa, Muhammad Ali (2020). Public and Human Relations in a Changing World. Desouk: Dar Al-Ilm Wal-Iman.
- 8-Khalouf, Mahmoud Muhammad (2019). Public Relations in the Digital Age. Amman: Osama