

**دور الاستراتيجيات الحديثة للعلاقات العامة في تطوير العمل بالجامعات****"Role of modern Public relation strategies in the development of work at universities"**أحمد يسن منصور طه<sup>1</sup>**المستخلص:**

لقد أصبحت العلاقات العامة ضرورة ملحة في هذا العصر الذي يتميز بالتغيرات السريعة والمتلاحقة علي مختلف المستويات، وتعد الجامعات من المنظمات المجتمعية التي تسعى لتحقيق العديد من الاهداف في عالمنا اليوم وهي تعتمد بشكل اساسي علي العلاقات العامة في اهدافها التعليمية والبحثية والمجتمعية، ومع تطور استراتيجيات العلاقات العامة في عالم اليوم اصبح بمقدور هذه الاستراتيجيات الحديثة المساعدة في تطوير العمل بالجامعات. وتحاول الدراسة الحالية استكشاف دور الاستراتيجيات الحديثة للعلاقات العامة في تطوير العمل بالجامعات وذلك من خلال استعراض مدخل لفهم العلاقات العامة، العلاقات العامة والعمل في الجامعات، الاستراتيجيات الحديثة للعلاقات العامة، توظيف الاستراتيجيات الحديثة للعلاقات العامة في تطوير العمل بالجامعات.

**الكلمات المفتاحية:**

الاستراتيجيات الحديثة للعلاقات العامة - تطوير - الجامعات

1- مدير عام العلاقات العامة -جامعة أسوان

**Abstract:**

Public relations has become an urgent necessity in this era, which is characterized by rapid and successive changes at various levels. Universities are one of the community organizations that seek to achieve many goals in our world today. they rely mainly on public relations for their educational, research and community goals. with the development of public relations strategies in today's world, these modern strategies have become able to help develop work at universities.

The current study attempts to explore the role of modern public relations strategies in the development of work in universities by reviewing an introduction to understanding public relations, public relations and work in universities, modern strategies of Public Relations, the use of modern strategies of public relations in the development of work in universities.

**Keywords :**

Modern strategies of Public Relations-Development-universities

## مشكلة الدراسة:

يعد التعليم الجامعي هو واحدة من أهم الدوائر المجتمعية التي يتم إعداد القوي البشرية، لذا فإن الأمم المتقدمة تعرف بانتشار التعليم الجامعي في ربوعها لأنه القاعدة الأساسية في تطور الأمم و رقيها، و لهذا أصبح التعليم الجامعي قاعدة التطور والإبداع في الأمم الغربية و ركز الاهتمام في تطوره و العناية به و اهتم بالجامعات (1) وتأسيسها ودعمها كمؤسسات للتعليم العالي تسهم في رقي المجتمع وتقدمه.

حيث تعمل الجامعات في المجتمعات والتعليم الجامعي علي تحسين مستويات المعيشة و تعزيز نوعية الحياة في عالمنا الحالي سريع التغيير، يصبح التعليم الجامعي أكثر أهمية من ذي قبل حيث تواجهنا تحديات حضارية بمسارات حركية متعددة منها عولمة متسارعة، انتشار سريع للديمقراطية تنامي الإبداع العلمي و التكنولوجي، و ظهور اقتصادات سوق جديدة، وهذا يتطلب امتلاك الدول لأفراد متعلمين و ماهرين بدرجة عالية (2) يعملون من اجل مجتمعاتهم ونموها وتطورها.

هذا وقد أصبح ينظر للتعليم الجامعي في معظم المجتمعات المتقدمة والنامية على حد سواء باعتباره الرصيد الاستراتيجي الذي يغذي المجتمع بكل احتياجاته من الكوادر البشرية التي يحتاج إليها المجتمع للنهوض بأعباء التنمية في مجالات الحياة المختلفة , ويوفر الرؤية العلمية والفنية المتخصصة من الطاقة البشرية في الجامعات أساس التنمية, كون هذه المخرجات هي مدخلات التنمية, لذلك كان استثمار التعليم هو أفضل أنواع الاستثمار إذا ما تم التخطيط

الجيد لموارده المالية والبشرية اللازمة لإدارته وإذا تمت متابعة مستوى أدائه وجودة مخرجاته بشكل مستمر<sup>(3)</sup> داخل الجامعات.

ومن هذا المنطلق أصبحت الجامعة مؤسسة تربوية تعليمية لا خلاف على مكانتها وأهميتها بالنسبة لإعداد الأجيال وخدمة المجتمع وأصبح من الأهداف العامة لفلسفة التعليم الجامعي ربطه بالمجتمع، واستخدام مؤسساته كمركز إشعاع يستهدف خدمته عن طريق إجراء البحوث والدراسات العلمية في كافة المجالات، واستثمار نتائجها بما يحقق التطوير والارتقاء بكافة الممارسات التي تساعد في خدمة المجتمع وتحقيق التطور العلمي وإيجاد الحلول لمختلف القضايا التي تواجه التطور الاقتصادي والاجتماعي وقد أكدت الأبحاث انه لإمكان في الوقت الحاضر للتعليم المنعزل عن المجتمع ومشكلاته وإن التعليم العالي الفعال هو الذي يكون وثيق الصلة بحياة أفراد المجتمع وحاجاتهم ومشكلاتهم والقادر على إحداث التنمية الشاملة<sup>(4)</sup> للمجتمعات والدول من خلال جهوده التعليمية والبحثية والمجتمعية.

والجامعات الناجحة في العصر الحالي والساعية للنجاح هي تلك التي تفتح أبوابها للمجتمع من حولها، بحيث تستكشف مواطن الاحتياج المجتمعي والتعاون فيه وتحاول أن تقدم الحلول والمقترحات والتطبيقات المناسبة بل وتكون حساسة لطموحات أفراد المجتمع وتطلعاتهم وتسهم بفاعلية في خطط التطوير المجتمعية والتنمية المحلية والوطنية، فكما تقترح دراسة ابرامو وزملائه<sup>(5)</sup> Abramo, G., D'Angelo, C., & Costa, F. عام 2011

امكانية اضافة دور جديد للجامعة مفاده امكانية اعتبار الجامعة مكانا وزمنا لتشكيل الجمهور من خلال جمع الناس حول الأمور ذات الاهتمام المشترك. والجامعة كمؤسسة تتكون من العديد من الادارات التي تعمل علي تحقيق أهداف الجامعة سواء التعليمية أو البحثية أو المجتمعية ومن اهم الادارات والاقسام التي تسهم في دعم العمل بالجامعات وتطويره سواء داخليا او خارجيا هي العلاقات العامة لما لها من فلسفة وأهداف يمكن ان تسهم بفاعلية في تحقيق لأهداف الجامعات المختلفة.

وبمراجعة الادبيات نجد أن هناك كثير من الدراسات التي اشارت وبحث العلاقة بين الجامعات والعلاقات العامة يؤكد أنجريني Anggreni عام 2018 على أهمية دمج العلاقات العامة في فريق إدارة مؤسسات التعليم العالي لتحقيق الأهداف التنظيمية والمساءلة، كما أشار باو فو Bao-fu عام 2004 إلي ضرورة عمل الجامعات علي تكثيف عمل العلاقات العامة وخلق ظروف التنمية المواتية، في حين أكد كورنياوان Kurniawan عام 2022 على الحاجة إلى تحسين إدارة الاتصال والعلاقات العامة في الجامعات للحفاظ على صورة إيجابية وتحقيق الكفاءة والفعالية، بينما اقترح راسيانو Raceanu عام 2016 إطارا استراتيجيا للعلاقات العامة كنهج فعال لمعالجة الفرص والتحديات التي تواجهها الجامعات في سياق قيادة الأعمال والسياسة الأوروبية.

كما أشارت دراسة لين Lin, Y..<sup>(6)</sup> عام 2011 الي أن الجامعات تبحث في العلاقات العامة، وتعزز انتقال المفاهيم والآليات التعليمية وتستكشف نمطا

جديدا للإدارة العامة، وتري دراسة أخرى أنه مع تزايد الضغط على مؤسسات التعليم العالي بسبب انخفاض أعداد الطلاب وزيادة الطلب على البحث عن أموال خارجية، أصبح التركيز على إدارة سمعة المؤسسة أعلى من أي وقت مضى. كمؤشر مهم لتأثير العلاقات العامة على الأداء التنظيمي ، يقترح العلماء السمعة باعتبارها نتيجة ملموسة للعلاقات العامة تؤدي إلى زيادة وتعزيز الأداء المالي<sup>(7)</sup>.

كما تشير دراسة ماكناي وزملائه<sup>(8)</sup> Makanai, S., et al. عام 2022 إلي أن العلاقات العامة تمثل طريقة فريدة للترويج للمنظمة أو خدماتها أو منتجاتها من خلال تعزيز التواصل في الفضاء المشترك، وأن مراسم الاستقبال والضيافة المتميزة كانت من أهم القضايا التي تحاول العلاقات العامة للجامعات تحقيقها، يليها إثراء صورة الجامعات، وأن أكثر الطرق التي تتبعها العلاقات العامة لتعزيز المسؤولية الاجتماعية هي " الاجتماعات والمؤتمرات و"الدورات والندوات عبر الإنترنت". وكانت "الرحلات" و "المقابلات على وسائل الإعلام والبريد" واحدة من الطرق المستخدمة بصورة منخفضة في الجامعات.

ومن تحليل الدراسات السابقة نجد ان هناك كثير من الدراسات قد تطرقت لدور العلاقات العامة في الجامعات بصفة خاصة وفي التعليم العالي بصفة عامة، ولكن لاحظ الباحث أن هذه الدراسات وفي حدود علم الباحث لم تتطرق للاستراتيجيات الحديثة في العلاقات العامة وتوظيفها في الجامعات، مما دفعه

لان تكون مشكلة بحثه الحالي تتمحور حول دور الاستراتيجيات الحديثة للعلاقات العامة في تطوير العمل بالجامعات.

### مدخل لفهم العلاقات العامة:

العلاقات العامة هي عنصر حاسم في تطوير ونجاح مختلف المنظمات والمؤسسات، حيث تعد العلاقات العامة واحدة من الوظائف الأساسية والفاعلة داخل أي منظمة والتي تسهم اسهاما مباشرة ويجابيا في تحقيق أهدافها، وتعمل علي ايجاد صورة خاصة بها وانطباع عنها ويرتبط بأذهان الأطراف الآخرين في المجتمع. وأصبحت أحد العوامل المهمة في زيادة التسويق أو ترويج السلعة أو الخدمة التي تقدمها المنظمة للجمهور، إلي أن غدت جزءاً أساسيا من بنية المنظمة ومن العمليات الإدارية وصناعة القرار داخلها وعليها يرتكز وبشكل كبير - نجاح المنظمة وتطورها<sup>(9)</sup>

هذا وقد تطور تعريف العلاقات العامة مع تطورها وتطور الدراسات والأبحاث التي تناولتها ففي سنة 1923 عرفها أدور بيرنيز بأنها المعلومات المقدمة للجمهور، والإقناع المتجه للجمهور لتغيير اتجاهاته وسلوكه، والجهود التي تعمل على دمج اتجاهات وسلوك مؤسسات ما مع جماهيرها، وفي عام 1939 عرفت العلاقات العامة بأنها مصطلح يطلق لوصف وسائل وأهداف وتصرفات مؤسسات الأعمال لتحقيق الربح لها و لمساهمتها وأيضا عرفت العلاقات العامة بأنها فن وعلم يتناول تحليل الاتجاهات وتوقع النتائج وتنفيذ البرامج والخطط التنفيذية التي تخدم مصلحة المنظمة وجمهورها<sup>(10)</sup>

وتعرف العلاقات العامة في اطارها المهني بأنها: تلك المهنة التي تعني بتكوين سمعة المؤسسة من خلال الجهد المخطط الذي يسعى الي بناء العلاقات المستمرة مع الجماهير ،وكسب تأييدها لأعمال المؤسسة ،والتأثير في اراء وسلوكيات الجماهير لتحقيق الفهم المشترك بين المؤسسة والجماهير<sup>(11)</sup>

كما وضع الاتحاد الدولي للعلاقات العامة تعريفا وهو أن العلاقات العامة وظيفة ادارية ذات طبيعة تخطيطية دائمة، تهدف المنظمات والمؤسسات العامة والخاصة من خلالها الي كسب واستمرار الفهم والتعاطف والتعاضد لأولئك الذين تهتم بهم عن طريق تقويم الرأي العام تجاهها بغرض ايجاد ارتباط وثيق بقدر الامكان بين سياساتها واجراءاتها ولتحصيل عن طريق المعلومات الصحيحة المخططة علي تعاون أكثر انتاجية وكفاية وأكثر اكتمالا من أجل تحقيق مصالحها المشتركة<sup>(12)</sup>

ويمكن تحديد أهمية العلاقات العامة فيما يلي<sup>(13)</sup>:

1. التقدم الهائل في وسائل الاتصال أعطي للعلاقات العامة مرونة كبيرة في استخدامها للتأثير علي الفئات المختلفة من الجماهير، وبالتالي توظيفها لخدمة أهداف المؤسسة الحديثة.
2. إن العلاقات العامة الفعالة التي تمارس بطريقة مهنية مخططة تساعد المؤسسة علي الاتصال الفعال بمختلف جماهيرها وتدعيم الصلة والصدقة معهم.
3. تسهم العلاقات العامة في توجيه وارشاد الادارة الي ما فيه صالح الجمهور.



4. تزايد تدخل عمل المؤسسات الحكومية في الحياة العامة لمواطنين مما تطلب ضرورة تبني جمهورها للخطط التي تضعها والقرارات التي تتخذها والتي تمس حياة مواطنيها ولذا فان نجاح تلك الخطط يقتضي ان يؤيدها المواطنون ولا يكون ذلك الا بشرحها لهم وتهيئة الرأي العام لقبولها

5. وصول مدير العلاقات العامة الي مركز استشاري عال بين المستويات الادارية العليا.

6. اتساع حجم الوزارات وما تبع ذلك من تضخم في الهياكل التنظيمية وتعدد المستويات الادارية فيها وأدي ذلك الي اتساع نطاق الاشراف وبالتالي الي اتساع الفجوة الاتصالي بين الادارة والموظفين هذا وتتميز العلاقات العامة بمجموعة من الخصائص نذكر منها<sup>(14)</sup>:

1. أن العلاقات العامة ليست من الأنشطة الثانوية الأهمية بل تشكل عنصرا أساسيا في أنشطة المؤسسات فهي ضرورية يفرضها المجتمع الحديث.

2. القصدية: العلاقات العامة نشاط مخطط مرسوم لأحداث تأثير مرغوب

3. العلاقات العامة هي همزة الوصل بين فلسفة المؤسسة والجمهور.

4. تستهدف العلاقات العامة تحقيق الرضا العام والسعي للحصول علي موافقة الجماهير.

5. تركز العلاقات العامة علي التخطيط القائم علي الملاحظة العملية وطرق البحث العلمي التي تساعد علي تلمس احتياجات الجماهير ودراسة آرائها واتجاهاتها وتحسس مشكلاتها.
  6. العلاقات العامة عمليات تطبيقية للعلوم الاجتماعية والسلوكية.
  7. تتصف العلاقات العامة بالشمولية.
- ومن أهم مبادئ العلاقات العامة<sup>(15)</sup>:
1. مبدأ الايمان بقيمه الفرد وعلاقاته في المجتمع.
  2. تحقيق المصالح المشتركة بين الفرد والمؤسسة داخل البيئه.
  3. الاهتمام بالرأي العام.
  4. مبدأ الوضوح.
  5. مبدأ العلمية في رسم الأنشطة.
  6. البيئه الداخلية مصدر الانطلاق.

### العلاقات العامة والعمل في الجامعات:

العلاقات العامة هي مجال متعدد الأوجه له وجهات أو أهداف مختلفة، اعتماداً على أهداف واحتياجات المنظمة أو الفرد الذي يستخدم استراتيجيات العلاقات العامة، وداخل الجامعات تشكل ادارات واقسام العلاقات العامة خحجر زاوية مساعد ومحرك لتحقيق أهداف الجامعات، حيث يمكن تعريف العلاقات العامة في الجامعات بأنها "النشاط الإداري المخطط له والمستمر والذي تسعى من خلاله الجامعة إلى كسب ثقة وتأييد الجمهور الداخلي لها من موظفين وطلبة وأساتذة من جهة، والجمهور الخارجي من طلبة محتملين وخريجين وأهالي ومنظمات مجتمع مدني وجهات حكومية وجامعات أخرى وغيرها من جهة ثانية، وذلك باستخدام وسائل وأشكال الاتصال المختلفة<sup>(16)</sup>

وتعود البدايات الأولى لاهتمام مؤسسات التعليم العالي والجامعات بالعلاقات العامة إلى منتصف الثلاثينات من القرن الماضي، حين نشرت حولية التعليم العالي دراسة تشير إلى العلاقات العامة كأحد أهم الوحدات الإدارية في الهيكل التنظيمي لأي جامعة حديثة كما تشير دراسة أجريت على جامعات كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية الي التوصية وتأكيد الاهتمام بالعلاقات العامة للجامعات ، وكانت الأهمية الحيوية للعلاقات العامة والإعلام الجامعي السبب في تنامي الاصدارات الإعلامية المتخصصة في التعليم بشكل عام، والتعليم العالي بشكل خاص وتكمن أهميتها في إعطاء صورة واضحة عن آليات عمل الجامعات وأهمية دورها، وتفيد في زيادة خبرة العاملين في الجامعات من خلال علاقات مع كافة فئات المجتمع الفعالة والمؤثرة في عمل الجامعات،

(دور الاستراتيجيات الحديثة للعلاقات العامة في تطوير العمل بالجامعات....)أحمد يسن منصورطه

قنوات الاتصال العامة لا بد أن تبني على أساس أخلاقي يضمن ثقة المستهلك أو الطرف الآخر في العملية الإعلامية ولا بد أن تغطي هذه العلاقات صفات المنافسة والأمانة والعدل، وتطورت العلاقات العامة في الجامعات حتي وصلت الي النهج الاستراتيجي في العلاقات العامة وهو ما يتمشي مع توجه الجامعات وخططها الاستراتيجية.

وتهدف العلاقات العامة في أي مؤسسة أو منظمة خاصة أو عامة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف وداخل الجامعات تهدف العلاقات العامة الي تحقيق مجموعة من الاهداف أهمها<sup>(17)</sup>:

1. إعلام الجمهور بسياسة المنظمة، أو خدماتها أو منتجاتها.
2. نقل متطلبات و أفكار ورغبات الجمهور إلى إدارة الجامعات .
3. معرفة متطلبات واحتياجات، العاملين في الجامعات من الناحيتين الثقافية والترويحية.
4. المشاركة مع إدارات الجامعات الأخرى في إعداد المواد الإعلامية والمطبوعات الثقافية والنشرات المتعلقة بأعمال ومنتجات الجامعات لتعريف الجمهور بذلك
5. توثيق الاتصال بين الجامعات والجهات الأخرى واستخدام مختلفة لوسائل الاتصال المكتوبة أو المرئية أو مختلف وسائل الاتصال الأخرى كالهاتف والبريد الإلكتروني وشبكات الإنترنت

- هناك مجموعة من الشروط الواجب توافرها في المشتغلين بالعلاقات العامة سواء أخصائي أو مدير أو مستشار، والتي تضمن لهم نجاح وفعاليات في أعمالهم، وأهم هذه الشروط للمشتغلين بالعلاقات العامة في الجامعات هي (18):
1. توافر الأخلاقيات التي تكفل ممارسة العلاقات العامة على أسس سليمة
  2. قوة وتكامل الشخصية، ويشمل ذلك النضج العاطفي والاتزان العقلي والقدرة على فهم الناس.
  3. الموضوعية في الأقوال والأفعال وفي الحكم على الأمور مستندا في ذلك إلى حقائق مدعمة بالبحث وبالدراسات التجريبية التي توصل إلى تفسيرات علمية.
  4. المرونة والقدرة على التصرف والتأقلم مع طبيعة متطلبات المواقف المتغيرة.
  5. القدرة على الاتصال والإلمام بأساليب وفنون الاتصال.
  6. توافر مهارات التحدث والتخاطب وقوة الإقناع، وأيضا القدرة على الاستماع.
  7. الإلمام بالأصول والأسس العلمية للعلاقات العامة وبطرق تحليل وقياس الرأي العام.
  8. توافر مهارات الكتابة، وتعني القدرة على وضع المعلومات والأفكار برموز واضحة وبإيجاز.
  9. توافر خبرة كافية بأساليب جمع البيانات والمعلومات ونشرها والأمانة والصدق في عرض المعلومات.

10. توافر مهارة الإبداع والابتكار والتصوير والإدراك وتقديم أفكار جديدة.

11. توافر معلومات عامة وعريضة عن مختلف مجالات المنظمة.

12. المظهر الحسن والبشاشة وخفة الظل.

13. إتقان على الأقل لغتين أجنبيتين.

### الاستراتيجيات الحديثة للعلاقات العامة:

الاستراتيجية فهي مفهوم عسكري في الأساس يتم استخدامه في العلوم الاجتماعية حديثاً، حيث تشير الاستراتيجية إلى القدرة على التفكير في المشكلة بأسرها تفكيراً شاملاً يهدف إلى وضع خطة عامة أو تنظيم شامل<sup>(19)</sup> والاستراتيجية هي طريقة العمل أو الأسلوب المهني المستخدم.

ويقصد باستراتيجيات العلاقات العامة مجموع القرارات المهمة، والمستقلة عن بعضها التي تتخذها مؤسسة ما؛ لغرض تحقيق أهداف معينة؛ وذلك باستعمال وسائل اتصال، وتقنيات متعددة؛ ذلك أن تبني استراتيجية فعالة مبنية على أساس برنامج علمي واضح، وقابل للتحقيق هو أساس نجاح المؤسسة التي تريد أن تنهج سياسة اتصال شفافة مع جمهورها الداخلي أو الخارجي؛ حتى تكون لنفسها، أو لمنتجاتها وخدماتها صورة طيبة أمام الجماهير.

وعند البدء في إعداد استراتيجية للعلاقات العامة وبنائها داخل المنظمات، لابد من إجراء عملية بحث، واستكشاف كل خطوة من الخطوات السابقة؛ كي نفهم بشكل أفضل مقتضيات كل خطوة، مستعينين في ذلك بالدراسات

الاجتماعية والنفسية، علم التسويق من جهة؛ لفهم طبيعة الجمهور المستهدف ونفسيته من برامج العلاقات العامة، ما رغباته ودوافعه؟ ومن جهة أخرى فهم البيئة العامة المحيطة بالمؤسسة، على سبيل المثال: ما توجهات مختلف الجماهير ومواقفهم تجاه المؤسسة؟، وبذلك ترمي أجهزة العلاقات العامة إلى تطوير العملية الإدارية للجهاز الحكومي عن طريق تغذيته بالمعلومات الدقيقة حول اتجاهات الرأي العام، كما تسهم في اكتشاف مدى التأثير الذي تحدثه القوى الاجتماعية داخل المجتمع<sup>(20)</sup>.

هذا وتعتمد العلاقات العامة على العديد من الإستراتيجيات، فهناك العديد من التصنيفات التي وضعت لإستراتيجيات العلاقات العامة فمنهم من صنفها إلى<sup>(21)</sup>:

### 1. الإستراتيجيات التقليدية:

وهي تقليدية الظهور والأسلوب ومن أنواعها:

- إستراتيجية إنكار الأزمة.
- إستراتيجية تكوين اللجان.
- إستراتيجية تنفيس الأزمة.

### 2. الإستراتيجيات الحديثة:

وقد ظهرت هذه الإستراتيجية نتيجة للتطور الذي طرأ على النظم الإدارية، وتطور إدارة العلاقات العامة، وهي أكثر فاعلية من سابقتها - الإستراتيجيات التقليدية - في حل وإدارة الأزمات ومن أنواعها:

- إستراتيجية تفتيت الأزمة: وفيها تقسم الأزمة إلى أقسام وأجزاء متعددة قابلة للحل ، وهذه الإستراتيجية تصلح في الأزمات الخطيرة والكبرى.
  - إستراتيجية فرق العمل: وتستخدمها إدارة العلاقات العامة كثيراً في حل وإدارة الأزمات داخل المؤسسات ، وهي إستراتيجية تستخدم عندما تتداخل الأزمة بشكل يصعب احتوائها، حيث يشرف عليها متخصصين بالمجالات المختلفة لمواجهتها مواجهة علمية وعدم إغفال نقاطها
- كما أن هناك استراتيجيات أخرى مهمة وفاعلة وهي تقع ضمن أهم إستراتيجيات العلاقات العامة، ومن بين أهم هذه الإستراتيجيات هي:
- إستراتيجية الاتصال والإعلام:
  - إستراتيجية الإقناع:
  - إستراتيجية الحوار:
  - إستراتيجية بناء الإجماع:
  - إستراتيجيات العلاقات العامة



ومع تطور العلاقات العامة وممارساتها والتقدم والتطور التكنولوجي والمعلوماتي ظهرت استراتيجيات حديثة للعلاقات العامة من أهمها:

### 1- استراتيجية التركيز على المحتوى التفاعلي:

كالقصاص الرقمية والموشن جرافيك والفيديوهات الحية ومشاركات وسائل التواصل وفعاليات الأون لاين، والكتب الالكترونية، ومقالات المدونات والروابط، وجداول البيانات. يراهن كثير من خبراء الاتصال أن البيانات الصحفية المنشورة في الاعلام التقليدي في طريقها للاندثار والاتجاه حاليا إلى البيانات الرقمية التي تتضمن الفيديوهات والروابط وتنتشر في وسائل التواصل الاجتماعي والمواقع الالكترونية.

### 2- استراتيجية الدمج PESO Model:

لم يعد استهداف وسائل الاعلام التقليدية معمول به لدى محترفي العلاقات العامة بل برز اتجاه للدمج بين وسائل الاعلام المختلفة او ما يسمى بنموذج بيسو "PESO" وهي اختصار لكلمات ( Paid, Erand, Shard, Ownd ) وتعني: الجمع بين العلاقات العامة ووسائل التواصل الاجتماعي.

### 3- استراتيجية التعاون مع المؤثرين في وسائل التواصل الاجتماعي:

يلقى اهتمام كبير خصوصا المؤثرين في المنصات الرقمية، فهم يسهمون في تسويق المحتوى وتعزيز العلامة التجارية وانتشارها. وتستهدف الشركات لتسويق منتجاتها.

#### 4- استراتيجية المقاييس الرقمية للحملات الاعلامية:

أسهمت العلاقات العامة الرقمية في وجود مقاييس جديدة للحملات الإعلامية يجب مراعاتها أثناء قياس تأثير حملات العلاقات العامة وتتضمن: قياس حالة المبيعات، والوصول الي عدد أكبر من الجمهور، كذلك التفاعل في وسائل التواصل مقياس آخر لنجاح الحملات، أيضا انطباعات الجمهور المستهدف، والاشارات لمشائك او علامتك التجارية وذكرها في وسائل التواصل، ومن المقاييس المهمة أيضا حركة الزوار على موقع الإلكتروني، واستقطاب العملاء المحتملين للتسجيل في الموقع وترتيب الكلمات الرئيسية.

#### 5- استراتيجية التقليل من ازمات الاتصال وادارتها:

والتي تأتي أحيانا مما ينشر في سائل التواصل من نشرا للاخبار الوهمية والشائعات فهناك اتجاه من محترفي العلاقات العامة لنشر الفيديوهات الحية والنقل المباشر لكلام المتحدثين الرسميين أو المسؤولين التنفيذيين والاستجابة السريعة من خلال استخدام الشبكات الاجتماعية.

#### 6- استراتيجية استثمار ادوات الاعلام الاجتماعي:

يتجه كثير من محترفي العلاقات العامة للاستفادة من أدوات الإعلام الاجتماعي التي تعد بالآلاف ولكل أداة مهمة وخصائص، كذلك دمج أدوات التسويق الرقمي في خططهم الإعلانية والإعلامية مثل: أداة "SE" تقنية تهيئة محركات البحث، والتسويق عبر البريد الإلكتروني والتسويق بالموبايل، وتسويق المحتوى من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.

توظيف الاستراتيجيات الحديثة للعلاقات العامة في تطوير العمل بالجامعات:

تختلف وجهة أنشطة العلاقات العامة اعتمادا على الأهداف والاحتياجات المحددة للمنظمة أو الفرد. يستخدم محترفو العلاقات العامة مجموعة من الاستراتيجيات والتكتيكات ، بما في ذلك العلاقات الإعلامية ووسائل التواصل الاجتماعي وإنشاء المحتوى والتواصل الاستراتيجي ، لتحقيق أهدافهم وتحقيق وجهاتهم المقصودة.

والتطوير في اللغة يعني: التحويل من طور إلي طور<sup>(22)</sup>، كما يعني التوسيع والتنمية والازهار والانشاء والكشف عن الشيء<sup>(23)</sup>، والتطوير في الاصطلاح يعني: الحالة التي يتم من خلالها تحقيق تقدم افضل مما هو قائم حالياً<sup>(24)</sup>

ويشير قاموس لونجمان Longman إلي أن التطوير هو العملية التي تؤدي إلي الانتقال لمستوي أعلى وأفضل وأكثر أهمية وقدرة علي تحقيق الهدف المطلوب، وكذلك النتائج المترتبة علي ذلك<sup>(25)</sup>،

ويمكن أن تساهم استراتيجيات العلاقات العامة الحديثة في تطوير العمل في الجامعات من خلال التأكيد على التواصل ثنائي الاتجاه ، والوصول إلي المعلومات ، والتكامل مع أنشطة الإدارة<sup>(26)</sup>.

كما يمكن أن تساهم استراتيجيات العلاقات العامة الحديثة في تطوير العمل في الجامعات من خلال استخدام العلامات التجارية وتحليل الجمهور وبناء العلاقات وخطط الاتصال الاستراتيجية لإدارة وتعزيز المشاركة في الأحداث الجماعية المشتركة في المناهج الدراسية<sup>(27)</sup>

هذا ويمكن أن تساهم استراتيجيات العلاقات العامة الحديثة في تطوير العمل في الجامعات من خلال التركيز على إدارة العلاقات والحفاظ على العلاقات مع الأعضاء العامين الرئيسيين.<sup>(28)</sup>

حيث تلعب استراتيجيات العلاقات العامة الحديثة دورا مهما في تطوير العمل في الجامعات من خلال المساعدة في تعزيز سمعتها وتقوية العلاقات مع أصحاب المصلحة الرئيسيين وتعزيز رسالتهم وإنجازاتهم. فيما يلي بعض الأدوار الرئيسية التي تلعبها استراتيجيات العلاقات العامة الحديثة في سياق الجامعات:

### 1. إدارة السمعة:

تعتمد الجامعات على سمعتها لجذب الطلاب وأعضاء هيئة التدريس والموظفين والمانحين والشركاء. تساعد استراتيجيات العلاقات العامة الحديثة في إدارة وتعزيز سمعة الجامعة من خلال تعزيز تفوقها الأكاديمي ومساهماتها البحثية وتأثيرها الإيجابي على المجتمع.

### 2. التواصل في الأزمات:

استراتيجيات العلاقات العامة ضرورية في إدارة وتخفيف الأزمات التي قد تؤثر على صورة الجامعة. يمكن أن يساعد التواصل الفعال في الأزمات الجامعات على الاستجابة للتحديات مثل الفضائح أو الخلافات أو حالات الطوارئ مع الحفاظ على ثقة الجمهور.

### 3. إشراك أصحاب المصلحة:

لدى الجامعات العديد من أصحاب المصلحة ، بما في ذلك الطلاب والخريجين وأعضاء هيئة التدريس والموظفين والوكالات الحكومية والجهات المانحة والمجتمع المحلي. تسهل استراتيجيات العلاقات العامة المشاركة مع هؤلاء أصحاب المصلحة من خلال تعزيز التواصل المفتوح ومعالجة مخاوفهم وإشراكهم في أنشطة الجامعة.

### 4. توظيف الطلاب:

تلعب العلاقات العامة دورا مهما في جذب الطلاب والاحتفاظ بهم. تستخدم الجامعات استراتيجيات العلاقات العامة لتسويق برامجها وحيات الحرم الجامعي والميزات الفريدة للطلاب المحتملين. غالبا ما تكون وسائل التواصل الاجتماعي وتسويق المحتوى والتواصل المستهدف جزءا من هذه الجهود.

### 5. جمع التبرعات وعلاقات المانحين:

تساعد العلاقات العامة الجامعات على جمع الأموال من خلال الترويج لحملة جمع التبرعات ، وتسلط الضوء على الإنجازات الخيرية ، والحفاظ على علاقات إيجابية مع المانحين. يعد بناء الثقة وإظهار تأثير التبرعات أمرا بالغ الأهمية في جهود جمع التبرعات.

#### تعزيز البحوث:

يمكن للجامعات استخدام العلاقات العامة لعرض إنجازاتها البحثية وابتكاراتها ومساهماتها في المعرفة. هذا لا يجذب تمويل البحوث فحسب ، بل يعزز أيضا مصداقية الجامعة كمركز للتميز الأكاديمي.

### 6. المشاركة المجتمعية:

غالبًا ما تلعب الجامعات دورًا حيويًا في مجتمعاتها المحلية. تساعد استراتيجيات العلاقات العامة الجامعات على التواصل مع المجتمعات المحيطة بها والمساهمة فيها من خلال مبادرات مثل خدمة المجتمع والتوعية التعليمية والشراكات مع الشركات والمنظمات المحلية.

### 7. التوعية العالمية:

يمكن للعلاقات العامة أن تساعد الجامعات على توسيع نطاق انتشارها العالمي من خلال تعزيز البرامج الدولية والشراكات والتعاون البحثي. يمكن لاستراتيجيات العلاقات العامة الفعالة جذب الطلاب الدوليين وأعضاء هيئة التدريس والمتعاونين ، مما يعزز بيئة أكاديمية متنوعة وشاملة.

### 8. قيادة الفكر:

يمكن للجامعات استخدام العلاقات العامة لوضع نفسها كقادة فكريين في مجالات محددة. يمكن عرض خبراء هيئة التدريس من خلال الظهور الإعلامي ، ومقالات الرأي ، والمشاركة في التحدث ، مما يزيد من تأثير الجامعة ومصداقيتها.

### 9. مشاركة الخريجين:

يمكن أن تساعد استراتيجيات العلاقات العامة الجامعات في الحفاظ على روابط قوية مع خريجها. يمكن للخريجين المشاركين تقديم الدعم من خلال التبرعات والتوجيه والدعوة للجامعة في شبكاتهم المهنية.

### 10. الحضور الرقمي ووسائل التواصل الاجتماعي:

تعتمد العلاقات العامة الحديثة بشكل كبير على قنوات الوسائط الرقمية والاجتماعية للوصول إلى الجماهير والتفاعل معها. تستخدم الجامعات هذه المنصات لمشاركة الأخبار والقصص والتحديثات حول عملها ، مما يخلق حضوراً ديناميكياً عبر الإنترنت.

### 11. القياس والتحليلات:

يجب أن تتضمن استراتيجيات العلاقات العامة مقاييس لتقييم فعاليتها. تستخدم الجامعات التحليلات لتتبع حركة مرور مواقع الويب ومشاركة وسائل التواصل الاجتماعي والتغطية الإعلامية ومؤشرات الأداء الرئيسية الأخرى لتحسين جهود العلاقات العامة.

وختاماً لا غنى عن استراتيجيات العلاقات العامة الحديثة للجامعات في بناء سمعتها والحفاظ عليها ، وتعزيز العلاقات مع أصحاب المصلحة، وجذب الطلاب والمانحين، وتعزيز رسالتهم وإنجازاتهم. من خلال التنفيذ الاستراتيجي لتكتيكات العلاقات العامة ، يمكن للجامعات أن تضع نفسها كقادة في التعليم والبحث والمشاركة المجتمعية.

## المراجع

- 1- يوسف عز الدين. ( 2009 ). الإبداع في التعليم الجامعي، بحث منشور، مجلة مجتمع اللغة العربية بالقاهرة، ص 107.
- 2- محمد صبري الحوت. ( 2004 ). الفقر و تمويل التعليم الجامعي دراسة في إشكالية التطوير، المؤتمر القومي السنوي الحادي عشر، الجزء الأول، القاهرة، ص 443 .
- 3- المركز الوطني للمعلومات . (2006). مادة معلوماتية عن التعليم الجامعي"، ص 3 متاح عبر الموقع:
- (on-line access: <http://yemennic.info/contents/education/5studies/20pdf>)
- 4- محمد علي عزب. (2011). التعليم الجامعي وقضايا التنمية، القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، ص 18.
- 5 - Abramo, G., D'Angelo, C., & Costa, F. (2011). University-industry research collaboration: a model to assess university capability. Higher Education, 62, 163-181.
- 6 - Lin, Y. (2012). Research of Internal University Student's Public Relations. Journal of Dali University.
- 7 - Lee, Y., et al. (2015). "Resource-Based Public Relations Efforts for University Reputation from an Agenda-Building and Agenda-Setting Perspective." Corporate Reputation Review 18(3): 195-209.
- 8 - Makanai, S., et al. (2022). "The Excellence of Public Relations of Universities in Promoting the Social Responsibility." Information Sciences Letters 11(3): 959-970.
- 9- محمد فاروق حتمل القاضي.(2013). استخدامات ادارات العلاقات العامة للانترنت في التواصل مع جماهيرها:دراسة تطبيقية علي ادارات العلاقات العامة في الجامعات الأردنية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة اليرموك، ص32.
- 10- بركة بن زامل الحشان. (2018) واقع العلاقات العامة بالجامعات السعودية : دراسة ميدانية، بحث منشور في المجلة العربية للاعلام والاتصال.الجمعية السعودية للاعلام والاتصال، ع ١٩، ص147.



- 11- محمد عوض الرشيدى. (2014) دور العلاقات العامة في تعزيز المهارات الوظيفية للعاملين في الجامعات: جامعة الكويت نموذجا، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الاوسط/عمان، ص ص15:14.
- 12- يحيى عبدالرحمن الصياحين. (2014). الصورة الذهنية لدوائر العلاقات العامة لدي العاملين في الجامعات الاردنية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة اليرموك. كلية الاعلام. الاردن، ص ص17،18.
- 13- أحمد راضي السوداني. (2014). دور العلاقات العامة في وزارة النفط العراقية في معالجة أزمة الخدمات، رسالة ماجستير في الاعلام والاتصال، كلية الاداب والتربية، الأكاديمية العربية في الدانمارك، ص ص53،54.
- 14- علي يحيى بدر الحديد. (2010). واقع دائرة العلاقات العامة في الجامعة الأردنية: دراسة تقييمية من وجهة نظر طلبة الجامعة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاعلام، جامعة الشرق الاوسط للدراسات العليا، ص18.
- 15- أحمد راضي السوداني، مرجع سبق ذكره، ص ص59،60.
- 16- نجم العيساوي. (2018). اخلاقيات ممارسي العلاقات العامة في الجامعات العربية : دراسة مسحية علي عينة من ممارسي العلاقات العامه في الجامعات العربية، بحث منشور في المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، جامعة عبدالحميد بن باديس مستغانم، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية مخبر الدراسات الاعلامية والاتصالات، مج5، ع3، ص225.
- 17- بركة بن زامل الحشان، مرجع سبق ذكره، ص149.
- 18- دينا مانع. (2017). دور العلاقات العامة في تحسين صورة الجامعة دراسة ميدانية على عينة من الموظفين بالقطب الجامعي تاسوست . بجامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، ص49،51.
- 19- إبراهيم عبد الهادي المليجي. (2003). تنظيم المجتمع" مداخل نظرية ورؤية واقعية"، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، ص 175.

- 20 سهاد عادل جاسم.(2017). .استراتيجية العلاقات العامة في الجامعات العراقية: دراسة تقويمية لقسمي العلاقات العامة بجامعتي "بغداد والتكنولوجية" إنموذجاً .مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، ع14، ص ص139، 141.
- 21 علي سالم عاشور. ( د.س ).استراتيجيات العلاقات العامة ودورها في ادارة الأزمات داخل المؤسسات.الجامعة الأسمرية الاسلامية زيتن-ليبيا، ص ص8:6.
- 22- مجمع اللغة العربية.(2010). المعجم الوجيز، القاهرة: وزارة التربية والتعليم، ص 396.
- 23- منير البعلبكي.(1995). المورد الحديث، بيروت: دار العلم للملايين، ص 267.
- 24- Merriam-Webster, Inc. (2003). Merriam-Websters collegiate dictionary. Springfield, U.S.A, p. 342.
- 25- Longman. (2004). Longman: active study dictionary. Essex, p. 180.
- 26 - Rachmat, Kriyantono. (2019). Public Relations Activities of State Universities Based on Excellence Theory.
- 27 - Sarah, Szweda. (2017). Public relations strategies to manage collegiate co-curricular programs.
- 28 - Lynne, M., Sallot. (1996). Using a Public Relations Course to Build University Relationships.. Journalism & Mass Communication Educator