

تعزيز الاتصال المؤسسي في مؤسسات التعليم العالي من خلال وسائل التواصل

الاجتماعي: دراسة حالة جامعة الملك عبد الله للعلوم والتقنية

Enhancing Corporate Communication in Higher Education through Social Media: A Case Study of King Abdullah University of Science and Technology

تقوى قمادي

جامعة مولود معمري تيزي وزو الجزائر، takoua.guemmadi@ummo.dz

تاريخ القبول: 2024/11/25

تاريخ الاستلام: 2024/09/01

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى استعراض كيفية تعزيز الاتصال المؤسسي في مؤسسات التعليم العالي باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، مع التركيز على دراسة حالة جامعة الملك عبد الله للعلوم والتقنية، تتناول الدراسة فوائد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كأداة للتواصل مع الطلاب، الأكاديميين، والجمهور العام، وتوضح المنصات الأكثر استخدامًا في هذا السياق من خلال تقديم نظرة شاملة على الجامعة واستراتيجياتها الناجحة، تُظهر الدراسة كيف ساهمت هذه الاستراتيجيات في زيادة التفاعل والمشاركة، تحسين صورة الجامعة، وتعزيز الشفافية في الاتصال والشراكات الأكاديمية.

تعتمد الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي لفحص وتحليل محتوى صفحات التواصل الاجتماعي للجامعة؛ وقد توصلت إلى أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي أدى إلى تحسين فعالية الاتصال الداخلي والخارجي للجامعة، مما يعزز من قدرتها على تحقيق أهدافها الأكاديمية والبحثية.

ختامًا، تقدم الدراسة توصيات تدعو إلى توسيع استخدام المنصات الرقمية، تعزيز الشفافية والمصادقية، تحسين البنية التحتية الرقمية والمزيد من البحث والتطوير في هذا المجال.

كلمات مفتاحية: الاتصال المؤسسي، وسائل التواصل الاجتماعي، مؤسسات التعليم العالي.

تصنيف JEL: I23, M15, M39.

Abstract:

This study aims to explore how to enhance corporate communication in higher education institutions through social media, focusing on a case study of King Abdullah University of Science and Technology (KAUST). The study examines the benefits of using social media as a tool for communication with students, academics, and the general public, and identifies the most commonly used platforms in this context. By providing a comprehensive overview of KAUST and its successful strategies, the study demonstrates how these strategies have contributed to increased engagement and participation, improved the university's image, and enhanced transparency in communication and academic partnerships.

The study employs a descriptive-analytical approach to examine and analyze the content of the university's social media pages. It concludes that the use of social media has led to improved effectiveness in both internal and external communication for the university, thereby enhancing its ability to achieve its academic and research objectives.

Finally, the study offers recommendations that call for the expansion of digital platforms, the enhancement of transparency and credibility, the improvement of digital infrastructure, and further research and development in this field.

Keywords: Corporate Communication, Social Media, Higher Education and Scientific.

Jel Classification Codes : M39, M15, I23.

1. مقدمة

في ظل التحديات التي تواجه الباحثين في نقل نتائج أبحاثهم البيئية والعلمية خارج المختبرات، أصبح التواصل المؤسساتي أداة حاسمة لضمان وصول الاكتشافات العلمية إلى جمهور أوسع يشمل صناع القرار والجمهور العام، ومع تزايد أهمية وسائل التواصل الاجتماعي كأدوات فعالة لنقل المعرفة، باتت هذه المنصات تضطلع بدور رئيسي في توسيع نطاق تأثير المؤسسات الأكاديمية.

تأسست جامعة الملك عبد الله للعلوم والتقنية في عام 2009 لتتضم إلى قائمة المراكز البحثية الأبرز عالمياً في مجالات حيوية مثل حماية البيئة، والطاقة النظيفة، والمياه؛ احتلت الجامعة المركز الأول عربياً وفقاً لمؤشر "تيتشر" لعام 2023، ما يعكس ريادتها ليس فقط في البحث العلمي، بل أيضاً في كيفية نقل نتائج أبحاثها إلى الجمهور العالمي باستخدام استراتيجيات تواصل متقدمة تشمل منصات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وتويتر ولينكد إن ويوتيوب؛ هذه المنصات مكنت الجامعة من تعزيز حضورها وتوصيل أهمية أبحاثها إلى المجتمع العلمي الدولي والمهتمين بالتنمية المستدامة. نحاول من خلال هذه الورقة البحثية الإجابة عن الإشكالية الآتية:

كيف تساهم وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الاتصال المؤسساتي في مؤسسات التعليم العالي، وتحديداً في جامعة الملك عبد الله للعلوم والتقنية؟

وللإجابة عن هذه الإشكالية نقترح الفرضيات الآتية:

- تساهم وسائل التواصل الاجتماعي في توسيع نطاق تأثير الأبحاث العلمية من خلال زيادة الوصول إلى جمهور أوسع.
- تساهم وسائل التواصل الاجتماعي في تحسين سمعة الجامعة على المستوى الدولي من خلال تسليط الضوء على إنجازاتها البحثية وتوسيع شبكات التعاون الأكاديمي.
- تعمل وسائل التواصل الاجتماعي على تحسين التواصل الداخلي بين أعضاء هيئة التدريس والطلاب، مما يعزز التعاون الأكاديمي ويزيد من فعالية الأنشطة البحثية والتعليمية.
- للإجابة على الإشكالية المطروحة واختبار الفرضيات تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:
 - تحليل دور وسائل التواصل الاجتماعي في تحسين الاتصال المؤسساتي في جامعة الملك عبد الله للعلوم والتقنية.
 - تحديد الاستراتيجيات المثلى لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتحقيق أهداف الاتصال المؤسساتي في الجامعة وتعزيز تأثير الأبحاث العلمية.

أما المنهج المتبع في هذه الدراسة فينتهي إلى البحوث الوصفية؛ حيث يُعرف البحث الوصفي بأنه أحد الأساليب العلمية المنهجية التي تهدف إلى تحليل وتفسير ظواهر اجتماعية أو إنسانية من أجل الوصول إلى أغراض محددة؛ وبإسقاط هذا التعريف على الدراسة الحالية، فإن الهدف هو تقديم صورة واضحة وشاملة حول كيفية إدارة جامعة الملك عبد الله للعلوم والتقنية لعمليات الاتصال المؤسسي باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وذلك من خلال تحليل الصفحة الرسمية للجامعة وحسابات التواصل الاجتماعي الخاصة بها، بهدف اكتشاف كيفية بناء الجامعة لعلاقاتها مع الجمهور، توصيل الرسائل وتقديم المعلومات.

2. مفهوم الاتصال المؤسسي

1.2 تعريف الاتصال المؤسسي

الاتصال المؤسسي هو نوع من الاتصال الذي يركز على كيفية تواصل المؤسسات مع جمهورها الداخلي والخارجي، يشمل هذا النوع من الاتصال جميع الأنشطة التي تهدف إلى تعزيز صورة المؤسسة، وبناء الثقة، وإدارة العلاقات مع مختلف الأطراف المعنية مثل الموظفين، العملاء، والمستثمرين.

"الاتصال المؤسسي" المعروف أيضًا "الاتصال المؤسسي" أو "الاتصال الخاص بالشركات" أو "الاتصال التنظيمي" هو مصطلح مأخوذ من الإنجليزية « Corporate Communication » ويعبر عن التواصل الشامل للمؤسسة كوحدة اجتماعية واقتصادية.

الترجمة الدقيقة لكلمة "اتصال" في الإنجليزية هي « Communication » وتشمل الأفعال أو العمليات التي تتضمن تبادل المعلومات والأفكار بين الأشخاص أو بين الأشخاص والأشياء، أو التفاهم حول فكرة أو اتجاه أو سلوك. (مزيان، 1998، صفحة 96)

يعرفه قاموس « Merriam-Webster » الاتصال على أنه: الفعل أو العملية التي تستخدم الكلمات أو الأصوات أو الرموز أو السلوكيات لتبادل المعلومات أو للتعبير عن الأفكار أو المشاعر أو أي شيء آخر مع شخص آخر (Merriam-Webster، 2024)

أما قاموس « Oxford English Dictionary » فيرى أن الاتصال يشير إلى نقل أو تبادل المعلومات من خلال التحدث أو الكتابة أو استخدام وسائل أخرى، كما يشير أيضًا إلى وسائل إرسال أو استقبال المعلومات، مثل خطوط الهاتف أو الإنترنت (Oxford English Dictionary، 2024)

مصطلح « Corporate » في سياق الاتصالات المؤسسية يعكس مفهوم التواصل الشامل الذي تجريه الشركة كوحدة متكاملة، حيث تقدم الشركة نفسها ككيان واحد متكامل مع هوية مميزة، ورسالة واضحة، وقيم محددة، التواصل المؤسسي لا يركز فقط على تسويق المنتجات أو الخدمات، بل يتجاوز ذلك ليشمل تعزيز علاقات إيجابية مع كافة الأطراف المعنية، وإدارة سمعة الشركة، وتقديم صورة متكاملة عنها ككل، بما ينسجم مع استراتيجيتها العامة وأهدافها .

وفقاً لـ Van Riel فإن الاتصال المؤسساتي يُعرّف على النحو التالي: "أداة إدارة يتم من خلالها تنسيق جميع أشكال الاتصال، الداخلية والخارجية، التي تُستخدم بوعي، بأكثر الطرق فعالية وكفاءة ممكنة".

وفقاً لـ Cornelissen فإن الاتصال المؤسساتي هو: "وظيفة إدارية توفر الإطار لتنسيق فعال لكافة الاتصالات الداخلية والخارجية بهدف إقامة والحفاظ على سمعة إيجابية لدى مجموعات الأطراف المعنية التي تعتمد عليها المنظمة" (Thierry & Karine, 2016, p. 8.9)

إذن: الاتصال المؤسساتي هو أداة إدارية لتنسيق جميع أشكال الاتصال الداخلي والخارجي للشركة بكفاءة، هذا النوع من التواصل لا يُعتبر مجرد مهنة جديدة، بل هو طريقة جديدة لتصور الاتصال بشكل شامل ومتناسق، هدفه الرئيسي هو إنشاء سمعة جيدة للشركة بين الأطراف المعنية، مما يعزز الهوية المؤسسية، يتوجه الاتصال المؤسساتي إلى الجمهور العام، حيث يسعى للوصول إلى كل الفئات بشكل متكامل.

2.2 أهمية الاتصال المؤسساتي

الاتصال المؤسساتي هو من العناصر الحيوية في نجاح المؤسسات الحديثة. تطور دوره بشكل ملحوظ على مدى العقود الأخيرة، حيث كان يُنظر إليه في الماضي كوظيفة تقتصر على العلاقات العامة والإعلام التقليدي، مثل التواصل مع الصحافة والشركاء. لكن مع تطور الزمن وازدياد متطلبات المجتمع ومطالبية العملاء والمستثمرين بالمزيد من الشفافية والمعلومات، أصبح الاتصال المؤسساتي يلعب دوراً أعمق وأشمل، فيعتبر أداة استراتيجية تساعد المؤسسات على تحقيق أهدافها من خلال توصيل الرسائل بشكل فعال إلى الجمهور المستهدف وبناء رأس المال الثقة بين المؤسسة وجمهورها، مما يعزز العلاقات ويزيد من ولاء العملاء والمستفيدين وإدارة العلاقات مع أصحاب المصلحة مما يضمن تلبية احتياجاتهم وتوقعاتهم و يساهم في تعزيز الصورة العامة للمؤسسة، مما يؤثر بشكل إيجابي على سمعتها في السوق. (إيمان، 2022، صفحة 337)

فمنذ السبعينيات، بدأ الممارسون في إعادة النظر في مفهوم الاتصال ليشمل مجالات متعددة مثل الإعلان، والتسويق، وإدارة الأزمات، والعلاقات مع المستثمرين، والاتصال الداخلي مع الموظفين. هذا التكامل بين هذه التخصصات ساهم في خلق صورة موحدة وشاملة للمنظمة أمام الجمهور الداخلي والخارجي على حد سواء.

في الثمانينيات، شهد الاتصال المؤسسي تحولاً جذرياً في العديد من المنظمات، حيث أدركت الشركات أن تفتيت وانتشار التخصصات المرتبطة بالاتصال، مثل العلاقات العامة والإعلان والترويج، قد يؤدي إلى نتائج عكسية ويضعف من فعالية الرسائل الموجهة للجمهور. نتيجة لذلك، بدأت المنظمات في إعادة هيكلة هذه التخصصات ضمن إطار موحد للاتصال، مع التركيز على تعزيز التناسق والتكامل بين مختلف الأنشطة والرسائل. هذا التوجه ساهم في تحسين صورة الشركة وبناء هوية مؤسسية قوية، مما عزز من قدرتها على التفاعل بشكل أكثر فعالية مع مختلف الجهات المعنية.

وفي التسعينيات، ازدادت أهمية الهوية المؤسسية والسمعة والعلامة التجارية للشركة. المنظمات أصبحت أكثر وعياً بكيفية ارتباط هذه العناصر مع استراتيجيتها الشاملة. تم دمج التسويق والعلاقات العامة بشكل أعمق لتحقيق تماسك في الرسائل والقيم التي تبثها المنظمة، مما أدى إلى تعزيز الثقة والمصداقية بين الجمهور والعملاء. هذه التطورات في الاتصال المؤسسي أسهمت في بناء سمعة متميزة وقوية للمنظمات، وجعلتها أكثر استعداداً للتعامل مع التحديات المتزايدة المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية والشفافية. (حنان، 2017، صفحة 230)

3. أهمية وسائل التواصل الاجتماعي في السياق الأكاديمي

تُعتبر وسائل التواصل الاجتماعي جزءاً أساسياً من استراتيجية التواصل المؤسسي، حيث تساهم في تعزيز الصورة الذهنية للجامعة وتسهيل التواصل مع المجتمع وتحسين تجربة الطلاب من خلال: (علية، 2023)

- تحسين التواصل الداخلي والخارجي: تساهم وسائل التواصل الاجتماعي في تسهيل التواصل بين مختلف الأطراف داخل الجامعة، مثل الطلاب، وأعضاء هيئة التدريس، والإدارة، كما تعزز من التواصل مع الجمهور الخارجي، مما يسهل تبادل المعلومات والأخبار.
- بناء سمعة المؤسسة: يمكن أن تساهم المنشورات الإيجابية والتفاعل الجيد مع الجمهور في تحسين صورة الجامعة وتعزيز سمعتها الأكاديمية والمهنية.

- تقديم الدعم الأكاديمي: تتيح وسائل التواصل الاجتماعي للطلاب فرصة أكبر للتفاعل مع الجامعة، مما يعزز من شعورهم بالانتماء والمشاركة كما يمكنهم طرح الأسئلة، وتقديم الاقتراحات، والمشاركة في الفعاليات والحصول على المساعدة بشكل فوري.
- توفير المعلومات بشكل سريع: تتيح وسائل التواصل الاجتماعي نشر المعلومات بشكل سريع وفعال، مما يساعد في إبقاء الطلاب وأعضاء هيئة التدريس على اطلاع دائم بأحدث الأخبار والتطورات.
- تعزيز الثقافة المؤسسية: من خلال التواصل المستمر، يمكن للجامعات تعزيز ثقافتها المؤسسية وقيمها، مما يساهم في بناء بيئة تعليمية إيجابية.
- توسيع نطاق الوصول: يمكن أن تساعد وسائل التواصل الاجتماعي الجامعات في الوصول إلى جمهور أوسع، بما في ذلك الطلاب المحتملين من مختلف المناطق، مما يعزز من فرص القبول والتسجيل.

4. نظرة عامة على جامعة الملك عبد الله للعلوم والتقنية ورؤيتها المستقبلية

تأسست جامعة الملك عبد الله للعلوم والتقنية « King Abdullah University of Science and Technology » سنة 2009 كمؤسسة دولية بحثية متميزة للدراسات العليا، منذ إنشائها، نجحت الجامعة في تحقيق مكانة مرموقة على الساحة العالمية في مجالات الأبحاث والعلوم والهندسة، وقد تميزت بمستوى أكاديمي عالٍ ونتائج بحثية بارزة، حيث ساهمت ابتكاراتها واكتشافاتها في تعزيز النمو الاقتصادي المتوازن، تستقطب الجامعة كفاءات متميزة من أعضاء هيئة التدريس والباحثين والخريجين الذين يتمتعون بقدرات عالية في المجالات العلمية والعملية.

تستند استراتيجية جامعة الملك عبد الله للعلوم والتقنية إلى تحقيق توافق أكبر مع رؤية السعودية 2030 وأولويات البحث والتطوير والابتكار ونشر المعرفة العلمية وتطبيقاتها لتحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية في المملكة العربية السعودية والعالم مع التركيز بصورة خاصة على أبحاث استراتيجية ذات أهمية عالمية في مجالات الطاقة، والغذاء، والماء، والبيئة.

تقوم رؤية جامعة الملك عبد الله للعلوم والتقنية للمستقبل على خمسة عوامل استراتيجية أساسية هي: (استراتيجيتنا، 2024)

- الموارد البشرية وثقافة العمل: تُعزز الجامعة من استثمارها في تطوير الكوادر البشرية وتبني ثقافة عمل مبتكرة مما يعزز قدرات موظفيها ويشجع على التعاون والإبداع في بيئة العمل.

- **الموارد المالية:** تلتزم الجامعة بتوفير الموارد المالية اللازمة لدعم المشاريع البحثية والمبادرات الأكاديمية، مما يمكنها من تحقيق أهدافها الاستراتيجية وضمان استدامتها المالية.
- **الحوكمة:** تضمن الجامعة تطبيق مبادئ الحوكمة الرشيدة، مما يعزز الشفافية والكفاءة في إدارة الموارد واتخاذ القرارات الاستراتيجية، ويعزز الثقة بين الجامعة وأصحاب المصلحة.
- **البنية التحتية:** تستثمر الجامعة في تطوير بنية تحتية متطورة تدعم الأنشطة البحثية والتعليمية، بما في ذلك المنشآت الحديثة والتكنولوجيا المتقدمة.
- **التواصل:** يُعَبَّرُ التواصل عنصرًا حيويًا في استراتيجية الجامعة، حيث تركز على تعزيز الاتصال الداخلي والخارجي عبر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية.

يمكن أن تسهم وسائل التواصل الاجتماعي بشكل كبير في تحقيق الأهداف الاستراتيجية لجامعة الملك عبد الله للعلوم والتقنية، وخاصة في مجالات تعزيز الابتكار والتنمية الاقتصادية، من خلال النقاط التالية: (نتائج استبيان المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، 2019، صفحة 37، 15)

- **تعزيز التواصل والتفاعل:** تتيح وسائل التواصل الاجتماعي للجامعة التواصل بشكل مباشر وسريع مع مجتمع المنشآت الصغيرة والمتوسطة، مما يسهل تبادل الأفكار والمعلومات حول التحديات والفرص، هذا التفاعل يمكن أن يؤدي إلى شراكات جديدة ومبادرات مبتكرة.
- **نشر المعرفة والوعي:** من خلال استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، يمكن للجامعة نشر المعرفة حول برامجها ومبادراتها في مجال البحث والتطوير، مما يزيد من الوعي بأهمية الابتكار في تعزيز النمو الاقتصادي. هذا يمكن أن يشجع المزيد من المنشآت الصغيرة والمتوسطة على المشاركة في الأنشطة البحثية والتعاون مع الجامعة.
- **تسويق الفعاليات والمبادرات:** يمكن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للترويج للفعاليات وورش العمل التي تنظمها الجامعة، مما يزيد من المشاركة ويعزز من فرص التعاون بين الجامعة والمجتمع. هذا النوع من التسويق يمكن أن يساهم في جذب المزيد من الشركاء والمستثمرين، مما يعزز من التنمية الاقتصادية.

- **جمع البيانات والتغذية الراجعة:** تتيح وسائل التواصل الاجتماعي للجامعة جمع البيانات والتغذية الراجعة من المجتمع، مما يساعد في فهم احتياجاتهم وتحدياتهم بشكل أفضل. هذا يمكن أن يؤدي إلى تطوير برامج وخدمات أكثر ملاءمة.
- **تعزيز الابتكار من خلال التعاون:** من خلال إنشاء منصات للتواصل والتعاون عبر وسائل التواصل الاجتماعي، يمكن للجامعة تشجيع الابتكار من خلال تبادل الأفكار والممارسات الجيدة بين الباحثين والمهنيين في القطاع. هذا التعاون يمكن أن يؤدي إلى تطوير حلول جديدة للتحديات التي تواجه المنشآت الصغيرة والمتوسطة.

5. تحليل استراتيجية الاتصال المؤسساتي في جامعة الملك عبد الله للعلوم والتقنية

1.1. واجهة الجامعة الرقمية

موقع جامعة الملك عبد الله للعلوم والتقنية <https://www.kaust.edu.sa/ar> هو الواجهة الرقمية الرئيسية التي تمثل الجامعة على الإنترنت؛ يقدم الموقع معلومات شاملة عن الجامعة مثل تاريخها، رؤيتها، برامجها الأكاديمية، والأبحاث التي تقوم بها، يتميز الموقع بواجهة مستخدم حديثة وسهلة التنقل، ويشمل أقسامًا متخصصة تقدم معلومات حول الكليات والأقسام الأكاديمية، الأبحاث، الفعاليات، وأخبار الجامعة. تصميم موقع الجامعة وصفحاتها على وسائل التواصل الاجتماعي يعكس هويتها المؤسسية بشكل احترافي وجذاب؛ ويتسم بالوضوح والتنظيم الجيد، مما يسهل على الزوار الوصول إلى المعلومات المطلوبة بسهولة، الألوان والخطوط المستخدمة تتماشى مع الهوية البصرية للجامعة، مما يعزز الانطباع الإيجابي لدى الزوار ويعكس التزام الجامعة بالجودة والتميز.

تتسق صفحة "العلاقات العامة والإعلام" على الموقع بشكل مثالي مع الهوية البصرية العامة للجامعة، حيث تتميز بتصميم نظيف وبسيط يتماشى مع الطابع المؤسسي للجامعة؛ من خلال تقديم معلومات دقيقة وموثوقة حول الأنشطة الإعلامية والعلاقات العامة، تلعب هذه الصفحة دورًا حيويًا في تعزيز الاتصال المؤسساتي؛ حيث تساهم صفحة "العلاقات العامة والإعلام" في تحقيق أهداف الاستراتيجية الإعلامية من خلال توفير قنوات اتصال واضحة ومباشرة مع وسائل الإعلام والجمهور وتعزز شفافية الجامعة وتدعم قدرتها على التواصل الفعال مع المجتمع الأكاديمي والعام.

2.5. التفاعل وتكامل الوسائط

في إطار استراتيجية الاتصال المؤسساتي التي تتبعها جامعة الملك عبد الله للعلوم والتقنية، يعد عنصر التكامل بين وسائل الإعلام التقليدية والاجتماعية وتعدد الوسائط من العناصر الأساسية التي تساهم في تعزيز فاعلية الرسائل الإعلامية ونقلها بفعالية إلى جمهور واسع. تعتمد الجامعة على التكامل بين وسائل الإعلام التقليدية مثل البيانات الصحفية والمقالات ووسائل الإعلام الاجتماعية مثل تويتر وفيسبوك، مما يتيح لها توسيع نطاق رسائلها والوصول إلى جمهور متنوع يتجاوز الأوساط الأكاديمية. بالإضافة إلى ذلك، تقدم الجامعة قنوات اتصال واضحة ومباشرة مع فريق العلاقات العامة، مما يعزز من الشفافية ويسمح بتفاعل سريع وفعال مع وسائل الإعلام والجمهور.

3.5. تحليل اللغة والأسلوب المستخدم

تستخدم الجامعة لغة رسمية، دقيقة، وموجهة للجمهور الأكاديمي والإعلامي، الأسلوب المستخدم يعكس مستوى عالي من الاحترافية، وهو أمر متوقع من مؤسسة تعليمية وبحثية مرموقة. وبما أن جامعة الملك عبد الله للعلوم والتقنية مؤسسة دولية، فإنها تستخدم اللغة الإنجليزية بشكل أساسي، وتحرص على أن تكون رسائلها مفهومة وسهلة التفاعل من قبل جمهور دولي متنوع. تميل الرسائل الإعلامية للجامعة إلى تسليط الضوء على النجاحات والتقدم، مع إشارة مستمرة إلى التأثير الإيجابي للبحوث والمبادرات على المجتمع والعالم، هذا الأسلوب يعزز من صورة الجامعة كمؤسسة إيجابية ومؤثرة على الصعيد العالمي.

4.5. الابتكار في تقنيات الاتصالات

تهدف جامعة الملك عبد الله للعلوم والتقنية إلى تعزيز قيادة المملكة في تطوير وتبني تقنيات اتصالات الجيل السادس، مما يجذب الشركات العالمية للاستثمار في البنية التحتية، كما توفر هذه المبادرة منصة للعلماء لاختبار أبحاثهم وجمع بيانات غير مسبوقة حول الظروف الجوية وأداء الاتصالات في السعودية، من خلال اختبار تقنيات الاتصالات البصرية في الفضاء الحر والأسطح الذكية القابلة لإعادة التشكيل، في هذا السياق أعلنت جامعة الملك عبد الله للعلوم والتقنية عن انطلاق أبحاث علمية متقدمة بالتعاون مع شركة دولية، بهدف تطوير تقنيات الاتصالات من الجيل الخامس إلى الجيل السادس؛ يأتي هذا التطور في وقت يتوقع فيه خبراء الاتصالات أن يتجاوز عدد الأجهزة

المتصلة بالإنترنت 50 مليار جهاز بحلول عام 2025، بما في ذلك الأجهزة التي تتحكم في الشبكات الكهربائية للمدن وتلك المستخدمة لتصفح وسائل التواصل الاجتماعي. (تطوير تقنيات الاتصالات من الجيل الخامس إلى السادس في السعودية، 2024)

من خلال الاستثمار في تطوير تقنيات الاتصالات، تساهم جامعة الملك عبد الله للعلوم والتقنية في تحسين أدوات التواصل التي تستخدمها داخليًا وخارجيًا، هذا قد يتضمن تحسين التواصل مع الطلاب، أعضاء هيئة التدريس، والجهات الخارجية، مما يعزز الاتصال المؤسساتي، وهذا يتماشى مع أهدافها في دفع حدود المعرفة والتكنولوجيا. تقنيات الاتصالات المتقدمة يمكن أن تؤثر بشكل مباشر على كيفية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في المؤسسات الأكاديمية؛ يمكن أن تؤدي إلى تحسين طرق عرض الأخبار والمعلومات، والتفاعل مع المجتمع الأكاديمي، وتعزيز حضور الجامعة على المنصات الرقمية. وعليه فالتركيز على الابتكار في تقنيات الاتصالات يعكس رغبة الجامعة في أن تكون في طليعة التقدم التكنولوجي مما يجعلها أكثر فعالية وجاذبية.

بالإضافة إلى الاستثمار في مجال الاتصالات؛ تقوم جامعة الملك عبد الله للعلوم والتقنية بالاستثمار في البحث والتطوير لمواكبة التوجهات البيئية الحديثة، مما يعكس التزامها بالاستدامة وحماية البيئة، فتقوم بتنفيذ مشاريع ومبادرات بحثية متقدمة تهدف إلى إيجاد حلول مستدامة للتحديات البيئية التي تواجهها المنطقة والعالم، منها تحسين كفاءة استخدام الموارد الطبيعية، تقليل الانبعاثات الضارة، تعزيز استخدام الطاقة المتجددة، تطوير تقنيات جديدة لمعالجة المياه وتعزيز أساليب الزراعة المستدامة، عرض هذه المشاريع البيئية على منصات التواصل الاجتماعي يمكن أن يساعد في زيادة الوعي بأهمية الاستدامة، ويعزز التفاعل بين الجامعة وجمهورها، مما يساهم في تحسين الاتصال المؤسسي وتعزيز سمعة الجامعة كمؤسسة ملتزمة بالاستدامة وحماية البيئة.

6. الوسائط الإعلامية في صفحة العلاقات العامة والإعلام

تستخدم جامعة الملك عبد الله للعلوم والتقنية مجموعة متنوعة من الوسائط الإعلامية بفعالية لتعزيز التواصل مع جمهورها وبناء صورة إيجابية وقوية عبر الإنترنت؛ من خلال المجلة العلمية، الصور، الفيديوهات، والمنصات الاجتماعية، تقوم الجامعة بخلق حضور رقمي متكامل يعكس تطورها الأكاديمي والبحثي، ويعزز من مكانتها كمؤسسة تعليمية رائدة.

- **المجلة العلمية:** هي منصة نشر رقمية تتيح للمستخدمين عرض ومشاركة المنشورات الرقمية مثل المجلات والكتب والنشرات، تُعرض من خلالها مجلة « KAUST Discovery » وهي مجلة علمية صادرة عن جامعة الملك عبد الله للعلوم والتقنية، يتيح موقع المجلة للمستخدمين تكبير الصفحات للقراءة بشكل أوضح، التنقل بين الصفحات بسهولة، بالإضافة إلى مشاركة المحتوى عبر وسائل التواصل الاجتماعي أو بالبريد الإلكتروني. كما يمكن تنزيل المجلة للاطلاع عليها لاحقاً دون الحاجة للاتصال بالإنترنت، تحتوي المجلة على مقالات علمية تتناول أحدث الأبحاث والاكتشافات في مجالات العلوم والتكنولوجيا، المحتوى مدعوم بصور عالية الجودة ورسوم بيانية توضيحية، مما يجعل القراءة تجربة غنية ومرئية. يستهدف الموقع الأكاديميين، الباحثين، والمهتمين بمجالات العلوم والتكنولوجيا، بالإضافة إلى جمهور أوسع من المهتمين بالابتكارات والاكتشافات العلمية، رابط المجلة هو:
https://issuu.com/kaustbeacon/docs/kaust_discovery_issue_1

- **الصور:** تُستخدم الصور لتعزيز التفاعل البصري مع الجمهور، تعطي نظرة مباشرة على الحياة في الجامعة، وتساعد في بناء صورة إيجابية وجذابة للجامعة، تستفيد جامعة الملك عبد الله للعلوم والتقنية من منصة Flickr كأداة رئيسية لعرض مجموعتها الواسعة من الصور، يوفر الموقع مكتبة رقمية منظمة تحتوي على صور عالية الجودة تمكن المهتمين من استكشاف بيئة الجامعة وأبحاثها وفعاليتها بسهولة، مما يعزز صورة الجامعة كمؤسسة تعليمية وبحثية رائدة. يتضمن الموقع آلاف الصور التي تغطي مجموعة واسعة من الموضوعات مثل المختبرات العلمية، المشاريع البحثية، الفعاليات الأكاديمية والاجتماعية، ومناظر الحرم الجامعي؛ يتيح الموقع للمستخدمين مشاركة الصور عبر وسائل التواصل الاجتماعي، تنزيل الصور بجودة عالية للاستخدام الشخصي أو الأكاديمي، يمكن للمستخدمين أيضاً متابعة تحديثات الجامعة على Flickr للحصول على أحدث الصور فور نشرها من خلال هذا الرابط https://www.flickr.com/photos/kaust_photos

- **الفيديو:** إلى جانب الصور، تُستخدم الفيديوهات كوسيلة فعالة لإيصال رسائل الجامعة بشكل جذاب وديناميكي وتقديم محتوى مرئي غني يمكن أن يكون أكثر جاذبية وتفاعلاً من النصوص والصور، تستفيد جامعة الملك عبد الله للعلوم والتقنية من منصة Vimeo لعرض مقاطع الفيديو التي تسلط الضوء على الأبحاث والابتكارات، والفعاليات، وتجارب الطلاب

وأعضاء هيئة التدريس، يتمتع الموقع بواجهة بسيطة ونظيفة تتيح للمستخدمين الوصول السهل إلى محتوى الفيديو، التصميم يركز على تقديم تجربة مشاهدة سلسلة سهلة، كما يتمتع الموقع بجودة فيديو عالية، مما يعزز تجربة المشاهدة ويعكس الاحترافية في تقديم المعلومات ويوفر خيارات للتفاعل مع المحتوى. يمكن الوصول إلى هذه المنصة عبر هذا الرابط <https://vimeo.com/kaust>

- **فيسبوك:** صفحة جامعة الملك عبد الله للعلوم والتقنية على فيسبوك هي منصة تفاعلية تهدف إلى تعزيز التواصل مع المجتمع الأكاديمي والجمهور العام، حيث تعرض مجموعة من المحتويات بما في ذلك الأخبار الأخيرة، الفعاليات الأكاديمية، والمشاريع البحثية، كما تشارك صوراً وفيديوهات تتعلق بالحياة الجامعية والإنجازات العلمية، وتتيح للمستخدمين التفاعل من خلال التعليقات والإعجابات والمشاركات، والترويج للفعاليات المختلفة مثل المحاضرات والندوات والمعارض، مما يزيد من الوعي والمشاركة المجتمعية ويسهم في تعزيز العلاقة بين الجامعة والجمهور. يمكن متابعة حساب الجامعة على الفيسبوك من خلال هذا الرابط <https://www.facebook.com/KAUSTOfficial>

- **تويتر:** منصة فعالة لتبادل المعلومات بسرعة وتحديث الأخبار، تستخدم جامعة الملك عبد الله للعلوم والتقنية تويتر لنشر أحدث الأبحاث، وإشراك المجتمع الأكاديمي العالمي في محادثات مستمرة ويمكن استخدام الهاشتاغات لزيادة الوصول إلى المعلومات المتعلقة بالجامعة، يمكن الولوج إلى هذا الحساب من خلال موقع X (المعروف سابقاً بتويتر) عبر هذا الرابط https://x.com/KAUST_NewsAR

- **جوجل+:** رغم أن جوجل+ توقفت عن العمل منذ فترة، كانت الجامعة تستخدمها لتبادل المعلومات مع المجتمع الأكاديمي والتفاعل مع جمهورها.

- **انستغرام:** انستغرام يقدم منصة بصرية قوية للتواصل مع جمهور شاب ومتفاعل، مما يساعد في بناء صورة حديثة وجذابة للجامعة. يعرض الحساب نظرة مباشرة على التجارب اليومية داخل الجامعة التي تسلط الضوء على الحياة الأكاديمية والبحثية كالأنشطة الطلابية، والمرافق الجامعية، ويتميز بإمكانية التفاعل المباشر، مما يوفر منصة للتواصل مع المتابعين والمجتمع الأكاديمي والباحثين المحتملين. ويتمثل الحساب الرسمي لجامعة الملك عبد الله للعلوم والتقنية في هذا الرابط <https://www.instagram.com/kaustofficial/>

- **عن الجامعة:** يوفر هذا القسم معلومات شاملة عن تاريخ الجامعة، أهدافها، برامجها الأكاديمية، والبحوث التي تجريها، توضح الصفحة كيف تسعى الجامعة لتحقيق التميز الأكاديمي والبحثي، وكذلك دورها في دعم الابتكار والتنمية الاقتصادية والاجتماعية. تقدم الصفحة تفاصيل عن فريق العمل وأعضاء هيئة التدريس والباحثين المميزين في الجامعة، تعزز المعلومات التفصيلية من فهم الجمهور للجامعة ومهامها، وتساعد في بناء الثقة والشفافية وهذا من خلال تصفح الرابط: <https://www.kaust.edu.sa/ar/about>
 - **جدول الفعاليات:** يحتوي على تفاصيل حول الأحداث والفعاليات الأكاديمية، والندوات، والمحاضرات التي تنظمها الجامعة؛ يوفر للطلاب والأكاديميين والجمهور فرصة للتعرف على الفعاليات القادمة والمشاركة فيها، مما يعزز من التفاعل مع الأنشطة الجامعية.
 - **آخر الأخبار:** صفحة "الأخبار" هي عنصر رئيسي في استراتيجيات الاتصال المؤسساتي للجامعة، حيث تسهم في تعزيز مكانتها الأكاديمية والتواصل الفعال مع الجمهور العام، الأكاديميين، الطلاب، والشركاء من خلال نشر الأخبار بشكل منتظم وتعزيز الشفافية وإبقاء جميع الأطراف المعنية على اطلاع دائم بأحدث التطورات، وأيضاً في بناء صورة إيجابية عن الجامعة كمؤسسة رائدة في مجال التعليم العالي والبحث العلمي. حساب هذه الصفحة هو <https://www.kaust.edu.sa/ar/news>
 - **موقع ديسكوفري العلمي:** موقع « KAUST Discovery » هو منصة رقمية تابعة لجامعة الملك عبد الله للعلوم والتقنية، مخصصة لنشر الأخبار والمقالات حول الأبحاث العلمية والابتكارات التي تُجرى في الجامعة؛ يحتوي الموقع على مقالات، قصص، وتحليلات تغطي مجموعة واسعة من الموضوعات العلمية والتكنولوجية، مع التركيز على الأبحاث المبتكرة التي يجريها علماء الجامعة والتي لها تأثير كبير في مجالات مثل الطاقة، المياه، البيئة، والذكاء الاصطناعي، يشجع الموقع على التفاعل من خلال وسائل التواصل الاجتماعي المرتبطة به، رابط هذه المنصة هو: <https://discovery.kaust.edu.sa>
- في أسفل صفحة موقع الجامعة، توجد إشارات إلى روابط الوسائط الاجتماعية التي تستخدمها جامعة الملك عبد الله للعلوم والتقنية تشمل هذه الروابط منصات أخرى لتعزيز التواصل مع المجتمع الأكاديمي والجمهور العام:

Weibo: هي واحدة من أشهر منصات التواصل الاجتماعي في الصين، وتُعتبر جزءاً من استراتيجيات جامعة الملك عبد الله للعلوم والتقنية للتواصل مع الجمهور الصيني ووسيلة فعالة للتواصل مع جمهور ناطق باللغة الصينية، مما يعزز تواجدها العالمي و يتيح لها الوصول إلى فئات جديدة من الطلاب والباحثين والمتابعين في الصين. وهو مشابه لتويتر في العديد من وظائفه ومن أبرز وسائل التواصل الاجتماعي في الصين. الرابط الرسمي لمنصة ويبو التابع لجامعة الملك عبد الله للعلوم والتقنية هو: <https://weibo.com/u/7493863038>

ومن خصائص هذه المنصة: (Zhan & Gianluigi, 2013, pp. 7,17)

- يتيح ويبو للمستخدمين نشر نصوص وصور ومقاطع فيديو، مما يعزز من تفاعل المستخدمين ويجعل المحتوى أكثر جاذبية.
- يُعتبر ويبو منصة تعبير ذاتي، حيث يمكن للمستخدمين مشاركة أفكارهم ومشاعرهم بحرية، مما يعكس هويتهم الشخصية.
- يوفر ويبو إمكانية التفاعل الفوري بين المستخدمين، مما يسهل تبادل الآراء والمعلومات بشكل سريع.
- استخدمته الحكومة الصينية كأداة لإبلاغ الجمهور وتقديم المعلومات، خاصة في حالات الطوارئ.
- شهد ويبو نمواً كبيراً في عدد المستخدمين، حيث وصل إلى 200 مليون مستخدم في فترة قصيرة، مما جعله واحداً من أكثر المواقع زيارة في الصين.

LinkedIn: هو أكبر شبكة اجتماعية مهنية في العالم، تم إطلاقها في عام 2003، تهدف إلى ربط المحترفين من مختلف المجالات والقطاعات، مما يتيح لهم بناء شبكة من العلاقات المهنية، تبادل المعرفة، والبحث عن فرص عمل. ومن خصائصها الرئيسية: (Chapitre 2 - Qu'est-ce que LinkedIn et comment en tirer le meilleur profit ?, 2011, pp. 1,4)

- إنشاء ملفات شخصية تحتوي على معلومات عن الخلفية التعليمية، الخبرات العملية، المهارات والشهادات.
- الاتصال بزملاء العمل، الأصدقاء، والمعارف، مما يسهل توسيع دائرة العلاقات المهنية.

- منصة للبحث عن فرص عمل.
- نشر المقالات، الأفكار، والمحتوى المهني، مما يساعد في بناء سمعة احترافية وجذب الانتباه من قبل الآخرين في نفس المجال.
- الحصول على توصيات مما يعزز المصداقية في السوق المهنية.

يعد موقع LinkedIn الخاص بجامعة الملك عبد الله للعلوم والتقنية منصة مهنية تعرض الجامعة بطريقة تعزز تواصلها مع الأكاديميين والباحثين والطلاب الحاليين والمحتملين؛ يحتوي الملف الشخصي للجامعة على معلومات شاملة حولها، برامجها الأكاديمية، والفرص المهنية المتاحة؛ كما يسمح للجامعة بالتواصل مع جمهورها المستهدف من خلال نشر الأخبار والمقالات، الإعلان عن الفعاليات، وعرض إنجازات الخريجين، يعد هذا الملف أداة هامة لتوسيع الشبكة المهنية وتعزيز العلامة التجارية للجامعة على المستوى العالمي. وهو متاح على الموقع الرسمي لجامعة الملك عبد الله للعلوم والتقني عبر الحساب: <https://www.linkedin.com/school/kaust/>

Youtube: منذ عام 2004، أصبح يوتيوب أحد أبرز منصات وسائل التواصل الاجتماعي على الإنترنت بفضل تنوعه وإمكانية مشاركة ومشاهدة مقاطع الفيديو؛ يُعد موقع يوتيوب اليوم واحدًا من أكبر خدمات استضافة الفيديو عبر الإنترنت في العالم، حيث يستخدمه أكثر من مليار مستخدم؛ يمكن القول إنه أصبح مرادفًا للترفيه، والتثقيف، والمعرفة على الإنترنت بشكل عام، ومُكن الأفراد من التعبير عن أنفسهم بطرق إبداعية ليصبحوا مؤثرين اجتماعيًا، يُعد يوتيوب "النموذج الأصلي للمنصة الرقمية الإبداعية" بعدة طرق: أولاً، يوفر يوتيوب إطارًا للمشاركة يُمكن الأشخاص من إنتاج محتوى إبداعي؛ ثانيًا، يعمل كقاعدة بيانات مفتوحة حيث يمكن لأي شخص نشر أي نوع من المعلومات، بما يتماشى مع إرشادات مستخدم يوتيوب؛ وأخيراً، يسعى يوتيوب إلى بناء مجتمع من خلال تشجيع المستخدمين على ترك التعليقات، والاشتراك في القنوات، وإضافة الأصدقاء، وإرسال الرسائل، وإجراء مقاطع فيديو ردًا على مقاطع فيديو أخرى. (السيد، 2020، صفحة 916)

تعد قناة جامعة الملك عبد الله للعلوم والتقنية على يوتيوب منصة حيوية تعكس الجهود الأكاديمية والبحثية التي تبذلها الجامعة، تُعرض على القناة مجموعة متنوعة من مقاطع الفيديو التي تشمل تغطية للأبحاث العلمية المتقدمة، الفعاليات الأكاديمية، والمبادرات المجتمعية التي تشارك فيها الجامعة؛ بفضل التصميم البسيط والمتناسق مع هوية الجامعة، توفر القناة تجربة مستخدم مريحة وسهلة التنقل،

مما يتيح للزوار الوصول إلى محتوى مرئي يعكس التزام الجامعة بالابتكار والتميز. كما تتيح القناة للمستخدمين التفاعل من خلال مشاهدة الفيديوهات، ترك التعليقات، والإعجاب بالمحتوى، مما يعزز التفاعل والمشاركة مع جمهور واسع من خلال تحديثات دورية ومحتوى غني، تساهم القناة في تعزيز صورة الجامعة وجذب اهتمام الطلاب والباحثين والمستثمرين، مما يعكس دورها الرائد في تعزيز المعرفة وتطوير العلوم والتقنية على مستوى عالمي. يمكن متابعة محتوى هذه القناة عبر الرابط <https://www.youtube.com/user/KAUSTvideo>

7. خاتمة

شهدت وسائل الاتصال المؤسسي تطوراً كبيراً على مر العقود، حيث انتقلت من البريد التقليدي إلى البريد الإلكتروني، ومن الاجتماعات الشخصية إلى المؤتمرات عبر الفيديو، حتى وصلت إلى وسائل التواصل الاجتماعي التي أصبحت جزءاً لا يتجزأ من حياتنا اليومية؛ في هذا السياق، تلعب وسائل التواصل الاجتماعي دوراً حيوياً في تعزيز الاتصال المؤسساتي، خصوصاً في مؤسسات التعليم العالي حيث لم تُعد مجرد أدوات للتواصل الشخصي بل أصبحت منصات قوية للتواصل الأكاديمي والترويج للبرامج التعليمية والبحثية.

تساهم هذه المنصات في توسيع نطاق تأثير الأبحاث العلمية من خلال زيادة الوصول إلى جمهور أوسع، وهو ما يدعم صحة الفرضية الأولى بفضل الانتشار الواسع لوسائل التواصل الاجتماعي، تتمكن الجامعات من نقل اكتشافاتها وأبحاثها إلى شرائح متعددة من المجتمع، بما في ذلك صناع القرار والمهتمين بالعلم والمعرفة.

هذه المنصات تتيح للجامعات الفرصة لبناء علاقات مع الطلاب الحاليين والمحتملين، وأعضاء هيئة التدريس، والخريجين، وحتى مع المجتمعات الأكاديمية والعلمية العالمية، مما يساهم في نشر الأخبار والمستجدات، وإبراز الإنجازات الأكاديمية والبحثية، وتعزيز سمعة المؤسسة على المستويين المحلي والدولي، وهو ما يدعم صحة الفرضية الثانية.

بحلول عام 2024، شهدت المملكة العربية السعودية زيادة ملحوظة في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي؛ بلغ عدد مستخدمي فيسبوك حوالي 39.2% من إجمالي السكان، في حين أن نسبة مستخدمي إنستغرام كانت 45.3% من السكان؛ يُعد يوتيوب أحد أكثر المنصات شعبية، حيث يستخدمه حوالي 76% من السكان. بلغ عدد مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في يناير 2024 في المملكة 35.10 مليون، وهو ما يعادل 94.3% من إجمالي السكان؛ مما يعني أن نسبة انتشار

الإنترنت بلغت 99.0%؛ إن هذه الإحصائيات تعزز أيضًا دور وسائل التواصل الاجتماعي في تحسين التواصل الداخلي ضمن الجامعات؛ فزيادة نسبة المستخدمين تعني توافر بيئة رقمية تتيح لأعضاء هيئة التدريس والطلاب تواصلًا أسرع وأكثر فعالية، هذا يدعم الفرضية الثالثة التي تشير إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي تحسن التواصل الداخلي بين أعضاء هيئة التدريس والطلاب، مما يعزز التعاون الأكاديمي ويزيد من فعالية الأنشطة البحثية والتعليمية.

بناءً على هذه الدراسة، يمكن اقتراح عدة توصيات لتعزيز التواصل المؤسساتي من خلال وسائل التواصل الاجتماعي في الجامعات ومؤسسات التعليم الأكاديمي:

- **توسيع استخدام المنصات الرقمية:** ينبغي على الجامعات استخدام مجموعة متنوعة من منصات التواصل الاجتماعي، مثل فيسبوك، تويتر، يوتيوب، ولينكد إن، للوصول إلى أكبر عدد ممكن من المتابعين؛ يعد التنوع في استخدام المنصات أمرًا حيويًا لضمان وصول الرسائل إلى جمهور واسع ومتنوع.
- **تعزيز التفاعل والمشاركة:** يمكن تعزيز التفاعل مع المحتوى المنشور من خلال تنظيم حملات ترويجية، أو مسابقات، أو حتى مناقشات مفتوحة حول المواضيع الأكاديمية.
- **التدريب والتطوير المهني:** يمكن أن يتضمن هذا التدريب كيفية إنشاء محتوى جذاب والتعامل مع التحديات التي قد تنشأ من التفاعل على هذه المنصات.
- **تكامل وسائل التواصل الاجتماعي مع قنوات الاتصال الأخرى:** ينبغي دمج وسائل التواصل الاجتماعي مع قنوات الاتصال الأخرى، مثل المواقع الإلكترونية والنشرات البريدية، لتعزيز الاتساق في الرسائل وتقوية التأثير العام للجامعة.
- **تعزيز الشفافية والمصداقية:** لضمان بناء الثقة مع الجمهور، يجب على الجامعات أن تكون شفافة في نشرها للمعلومات وأن تتفاعل بصدق مع متابعيها، يمكن أن يشمل ذلك نشر تحديثات منتظمة حول التقدم الأكاديمي والمشاريع البحثية.
- **تحسين البنية التحتية:** يجب أن تستثمر الجامعات في البنية التحتية الرقمية كتطوير مواقع إلكترونية متقدمة، تطبيقات مخصصة، وأنظمة إدارة المحتوى التي تسمح بالتكامل السلس مع منصات التواصل الاجتماعي.
- **البحث والتطوير:** من الضروري إجراء أبحاث مستمرة لفهم كيفية استخدام الطلاب وأعضاء هيئة التدريس والمجتمع الأكاديمي العام لوسائل التواصل الاجتماعي، هذا يمكن أن يساعد

في تطوير استراتيجيات أكثر فعالية تستجيب للتغيرات السريعة في تقنيات المستخدمين
والمنصات.

8. قائمة المراجع

1. Merriam-Webster (2024):
<https://www.merriam-webster.com/dictionary/communication>
2. Oxford English Dictionary (2024):
<https://www.oed.com/search/dictionary/?scope=Entries&q=communication>
3. جامعة الملك عبد الله للعلوم والتقنية (2024) <https://www.kaust.edu.sa/ar>
4. Chapitre 2 – Qu'est-ce que LinkedIn et comment en tirer le meilleur profit ? (2011). Récupéré sur Chapitre 2 – Qu'est-ce que LinkedIn
5. Migrant & Seasonal Head Start, Technical Assistance Center. (2006). Introduction to Data Analysis Handbook.
6. Zhan, Z., & Gianluigi, N. (2013). Weibo in China: Understanding its development through communication analysis and cultural studies. *Communication, Politics & Culture*, 46, pp. 199-216.
7. استراتيجيتنا (2024) جامعة الملك عبد الله للعلوم والتقنية :
<https://www.kaust.edu.sa/ar/about/our-strategy>
8. ياسمين، محمد إبراهيم السيد. (2020). التقديم الذاتي لمنشئي المحتوى على موقع يوتيوب وكيفية تحقيقهم للثقافة التشاركية دراسة حالة "الدحيح وإيجيكولوجي". *مجلة البحوث الإعلامية، العدد 55، ص ص. 913-972.*
9. العلاقات العامة والإعلام. (2024). جامعة الملك عبد الله للعلوم والتقنية :
<https://www.kaust.edu.sa/ar/about/media-relations>
10. إيمان، لمين وكريمة، عثمانى. (2022). الاتصال المؤسساتي: إشكالية المفهوم وتحديات التنبؤ. *مجلة العلوم الإنسانية. المجلد 33. العدد 03. ص ص. 335-346.*
11. تطوير تقنيات الاتصالات من الجيل الخامس إلى السادس في السعودية. (16 06 2024).
<https://alsaudialyaum.com/news/68669>
12. حنان، منصور. (2017). الاتصال المؤسساتي كرافد لتحسين صورة المؤسسة. *مجلة الحوار الثقافي. المجلد 06. العدد 02. ص ص. 229-236.*
13. علي، بويدي. (2023). المؤسسات الجامعية وثقافة الاتصال عبر شبكات التواصل الاجتماعية: مظاهر التجلي-دراسة تحليلية لعينة من صفحات الجامعات على الفيسبوك. *المجلة الدولية للدراسات الأدبية والإنسانية، المجلد 05. العدد 01. ص ص. 169-190.*
14. مزيان، محمد. (1998). الاتصال المؤسساتي الأنواع والأنماط. *مجلة حوليات جامعة الجزائر 1998، المجلد 11. العدد 01. ص ص. 95-117.*
15. نتائج استبيان المؤسسات الصغيرة والمتوسطة (2019). *السعودية: جامعة الملك عبد الله للعلوم والتقنية - قسم الابتكار والتنمية الاقتصادية.*