

تاريخ الاستلام: 2025/01/16 تاريخ القبول: 2025/11/30 تاريخ النشر: 2025/12/25

سارة بوحبيلة *

جامعة جيجل (الجزائر)

Email: Sara.bouhabila@univ-jijel.dz

المخلص :

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد مدى فاعلية الأساليب المختلفة المستخدمة في العلاقات العامة في تعزيز التواصل المؤسسي وتحقيق الأهداف الاستراتيجية للمؤسسات من خلال التعرف على أهمية العلاقات العامة ودورها في تعزيز التواصل في المؤسسات، إذ تشكل أحد الركائز الأساسية في تعزيز التواصل، إضافة إلى أنها تساهم بشكل فاعل في بناء جسور الثقة والفهم المتبادل بين المؤسسة وجميع الأطراف المعنية، ومع زيادة الاعتماد على العلاقات العامة في ظل التطورات الكبيرة لابد من فهم ديناميكية العلاقات العامة وأهميتها، وأساليبها المعتمدة في تعزيز التواصل في المؤسسات واستغلالها بفاعلية لتحقيق الأهداف المؤسسية المختلفة، خاصة وأنها تهدف لتعزيز الصورة الإيجابية للمؤسسة ونشر الوعي بما تقدمه من خدمات أو منتجات بصورة تتناسب مع احتياجات المجتمع، وتسعى إلى تحقيق التواصل بشكل متوازن وفعال.

الكلمات المفتاحية: العلاقات العامة - التواصل الاجتماعي - المؤسسات - وسائل الإعلام.

Abstract:

This study aims to determine the effectiveness of various public relations methods used in enhancing institutional communication and achieving the strategic goals of organisations by recognising the importance of public relations and its role in enhancing communication within institutions. Public relations constitute one of the fundamental pillars in promoting communication, in addition to actively contributing to building bridges of trust and mutual understanding between the organization and all stakeholders. With the increasing reliance on public relations amid significant developments, it is essential to understand the dynamics of public relations and its importance, as well as the methods employed in enhancing communication within institutions and utilising them effectively to achieve different organisational goals. This is especially important as it aims to enhance the organization's positive image and raise awareness of the services or products it offers in a manner that meets the needs of the community, striving to achieve balanced and effective communication.

Keywords: Public relations - social media - institutions - media.

المقدمة

تعد أساليب العلاقات العامة أحد الركائز الأساسية التي تساهم في تعزيز فعالية التواصل داخل المؤسسات، حيث تتيح فرصاً متعددة لتوصيل الرسائل وتحقيق الأهداف الاستراتيجية، وتتنوع هذه الأساليب بين الوسائل التقليدية والحديثة، وتحوي أدوات وتقنيات تتكيف مع متطلبات البيئة وتغيراتها، وتتمثل أهمية هذه الأساليب في قدرتها على بناء صورة إيجابية للمؤسسة، وتعزيز الثقة مع الجمهور، وتسهيل تبادل المعلومات بشكل فعال وشفاف يظهر أن الجمع بين الأساليب التقليدية، كالاعتماد على وسائل الإعلام وإدارة الأزمات، والأساليب الحديثة، وكذلك استعمال التكنولوجيات الرقمية والتواصل الداخلي، يسهم بشكل كبير في تحسين نوعية التواصل وديمومته .

بالإضافة إلى ذلك، يركز التطبيق الناجح لهذه الأساليب على فهم واستثمار مقاييس الفعالية في علاقات المؤسسات، الأمر الذي يتطلب وضع معايير دقيقة لقياس الأداء وتأثيره على العلاقات العامة، حيث أن نجاح استراتيجيات العلاقات العامة يبرز من خلال قدرتها على التفاعل مع الجمهور المستهدف، وتقديم رسائل موجهة ومؤثرة، مع تقييم مستمر لمدى تحقيق الأهداف وإجراء التحسينات اللازمة، من هنا يبرز أن تطوير أساليب العلاقات العامة يتطلب التحديث المستمر للأدوات وتقنيات الاتصال، واعتماد نهج استراتيجي يضمن استثمار جميع الوسائل المتاحة بأعلى فعالية ممكنة .

وفي النهاية، فإن تطبيق مثل هذه الأساليب بشكل مدروس ومتقن يدعم بناء علاقة استراتيجية وطويلة الأمد بين المؤسسة وجمهورها، ويعزز من مكانتها، ويساهم في تحقيق الأداء المؤسسي الأمثل. لذلك، فإن الاستثمار في تطوير وتنويع أساليب

العلاقات العامة يمثل ضرورة حتمية لمواجهة تحديات بيئة العمل الحديثة، وخلق بيئة تواصلية فعالة ومستدامة.

ولمعالجة هذه الدراسة اعتمدنا على المنهج الوصفي كونه الطريقة المناسبة لهذه الدراسة، من خلال الاعتماد على الوصف الدقيق والشامل لفحوى هذا الموضوع وبطريقة علمية، وقد تم التوصل إلى تفسيرات منطقية لها دلالات وبراهين تمكن من الوصول إلى نتائج علمية منطقية.

1. تحديد المشكلة:

تمثل العلاقات العامة مجموعة شاملة من الممارسات المهنية المتنوعة تهدف إلى تعزيز وتحسين الصورة الذهنية للمؤسسات الخاصة أو العامة في نظر الجمهور المستهدف وأصحاب المصالح المتعددة، تتضمن هذه الممارسات استراتيجيات الاتصال والوصول إلى الجماهير عبر مجموعة متنوعة من وسائل الإعلام التقليدية والرقمية على حد سواء، مما يتيح أفقا واسعا للتفاعل والتواصل، بحيث تسعى العلاقات العامة بكل جهد إلى بناء الثقة القوية وتعزيز الشفافية من خلال إدارة فعالة للتفاعلات المختلفة، كما تسعى إلى تقديم المعلومات الدقيقة والصحيحة التي تتناسب مع تطلعات الجمهور.

كما تحظى العلاقات العامة بأهمية متزايدة ومتنامية في المؤسسات بمختلف توجهاتها، بحيث تلعب دورا محوريا وأساسيا في بناء الجسور والروابط بين المؤسسات وجمهورها الداخلي والخارجي، ويتزايد الاعتماد عليها في ظل التطورات الكبيرة التي تشهدها التكنولوجيا ووسائل الإعلام، فبفضل التطور الرقمي السريع، أصبحت أساليب الرسالة التي تنقلها العلاقات العامة أكثر تنوعا وتطورا، إذ صار استخدام التكنولوجيا الحديثة أمرا محوريا وأساسيا لتحسين وتنسيق الأنشطة الاتصالية بشكل أكثر فعالية، مما يساهم في تكييفها مع التوجهات الحديثة والديناميكية للجمهور، مما يجعل من الضروري فهم ديناميكية العلاقات العامة

وأهميتها، وكي فية استغلالها بفاعلية وإبداع لتحقيق الأهداف المؤسسية والتي تسعى المؤسسات إلى إنجازها.

إن ما يدفعنا للحديث عن أساليب العلاقات العامة هو كون العديد من المؤسسات تواجه تحديات في بناء علاقات قوية وفعالة مع جمهورها الداخلي والخارجي، الأمر الذي يتطلب اعتماد أساليب حديثة وتقنيات متطورة لتعزيز التواصل وتأمين استمراريته واستدامته، إذ تتفاوت فاعلية تلك الأساليب بناء على عوامل متعددة تتعلق بطبيعة المؤسسة، نوع الجمهور المستهدف، وأسلوب التنفيذ، مما يستدعي إجراء تقييم دقيق لمدى تأثير هذه الأساليب على تحسين الأداء المؤسسي وتقوية الصورة الذهنية للمؤسسة. كما تبرز المشكلة في ضرورة فهم العلاقة بين استراتيجيات العلاقات العامة وأثرها الفعلي على نشر المعلومات، تعزيز الثقة، وبناء سمعة مؤسسية متينة، خاصة في ظل التطورات التكنولوجية والتغيرات الاجتماعية التي فرضت على المؤسسات اعتماد آليات تواصل أكثر مرونة وشفافية. من الجدير بالإشارة إلى أن الكثير من الدراسات تركز على الفروقات بين الأساليب التقليدية والحديثة، إلا أن هناك حاجة ماسة إلى تقييم شامل لمدى فعاليتها وتحديد العوامل التي تعزز أو تعيق تحقيق الأهداف المنشودة.

من خلال ما سبق ذكره يمكن صياغة السؤال الرئيسي التالي: ماهي أساليب العلاقات العامة في تعزيز التواصل في المؤسسات؟ ويندرج ضمن هذا التساؤل تساؤلات فرعية:

- ماهي أساليب العلاقات العامة التقليدية والحديثة لتعزيز التواصل المؤسسي؟
- هل للعلاقات العامة فعالية في تحقيق التواصل في المؤسسات؟
- ما لتحديات التي تواجهها العلاقات العامة لتعزيز التواصل المؤسسي؟

وتكمن أهمية الدراسة في التعرف على أهمية الموضوع في حد ذاته من خلال أهمية العلاقات العامة في تعزيز التواصل في المؤسسات من خلال التطرق إلى العلاقات العامة كمحور أساسي وأهميتها داخل المؤسسات، إضافة إلى أساليبها المعتمدة في المؤسسات والدور الذي تؤديه لتعزيز التواصل، وتبسيط الضوء على العلاقات العامة من حيث التقنيات الحديثة المعتمدة، ومساهمتها في بناء صورة إيجابية للمؤسسة وزيادة الوعي حولها، خاصة وأنها تساهم أيضا في تعزيز العلاقات مع المؤسسات ومع الجمهور والعملاء وتحسين سمعة المؤسسات اعتمادا على التقنيات والأساليب الحديثة.

كما تبرز أهداف الدراسة في:

- تأسيس إطار نظري متكامل عن العلاقات العامة، تستفيد منه الهيئات ذات علاقة بالموضوع.

-تنوع أساليب العلاقات العامة المعتمدة في المؤسسات سواء التقليدية أم الحديثة والتي تساعد على تعزيز التواصل المؤسسي.

-مدى فعالية العلاقات العامة في تحقيق أهداف المؤسسات

-التحديات التي تواجهها العلاقات العامة سعيا منها لتعزيز التواصل المؤسسي وللإجابة على تساؤلات الدراسة تمت هيكلة البحث إلى ستة محاور أساسية وهي:

المحور الأول: مدخل مفاهيمي نظري.

المحور الثاني: تطور العلاقات العامة وأهميتها.

المحور الثالث: أساليب العلاقات العامة التقليدية لتعزيز التواصل.

المحور الرابع: الأساليب الحديثة المعتمدة للعلاقات العامة في تعزيز التواصل.

المحور الخامس: فعالية العلاقات العامة في تحقيق أهداف المؤسسات.

المحور السادس: التحديات التي تواجهها العلاقات العامة.

2. مدخل مفاهيمي نظري

1.2 مفهوم العلاقات العامة:

إن تعريف العلاقات العامة يشمل جميع الأنشطة الهادفة إلى بناء وتعزيز العلاقات المتينة والقوية بين المؤسسات والجمهور، وكذلك بين المؤسسات والعاملين بها، كونها تهدف بشكل أساسي إلى نشر المعلومات الهامة والتوعية بأهم الأنشطة والإنجازات التي تقوم بها المؤسسات على مختلف الأصعدة والقطاعات المتنوعة، وتعد العلاقات العامة مجالاً متخصصاً لها دور محوري في إدارة الاتصال والتواصل بين المؤسسات والمجتمع، والتي تهدف إلى بناء وتعزيز العلاقات الإيجابية والمفيدة مع مختلف فئات المجتمع من خلال التواصل الفعال والشفاف الذي يساهم في تحقيق الأهداف المشتركة.

كما تشمل العلاقات العامة على التخطيط الدقيق والمنظم للحملات الإعلانية والترويجية التي تهدف إلى بناء صورة إيجابية وموجهة بشكل سليم للجمهور المستهدف بشكل فعال، مما يساهم في تحسين إمكانية التفاعل والتواصل بين الأطراف المختلفة وتعزيز الثقة بين المؤسسات والجمهور، ويتضمن دور العلاقات العامة تحليل البيئة الاجتماعية والثقافية بعمق ودقة وتصميم استراتيجيات فعالة لتحقيق التواصل الفعال الذي يحقق النتائج المرجوة، كما تعمل على تحسين الصورة الذهنية للمؤسسات وتسهيل الحوار بين الأطراف المعنية (رائد محمد جاسر خليل الناظر، 2023، ص ص 901 902).

استناداً لما سبق فإن العلاقات العامة تمثل مجموعة من الأنشطة الاستراتيجية والتكتيكية المتنوعة التي تتخذها المؤسسات بهدف تعزيز صورة إيجابية وملهمة لدى جمهورها المستهدف، فهي فن الاتصال المدروس والمخطط بعناية، يسعى إلى بناء

علاقات متسقة وموثوقة بين المؤسسات وجمهورها بهدف تعزيز الثقة والتفاهم المتبادل بفعالية.

2.2 مفهوم التواصل الاجتماعي:

يلعب التواصل الاجتماعي دوراً محورياً حيث توفر منصات متعددة لبناء جسور التواصل المباشر والفعال مع الجمهور المستهدف، ولتحقيق استخدام فعال يجب تطوير استراتيجيات واضحة تحدد الأهداف بشكل دقيق واستخدام المحتوى المناسب والجذاب عبر وسائل التواصل المختلفة لجذب انتباه المستخدمين وزيادة تفاعلهم (بن واصل الحازمي مبارك، 2022، ص 1234) بحيث تشير وسائل التواصل الاجتماعي إلى مجموعة من التطبيقات المستندة إلى الأنترنت والتي تبنى على أسس عقائدية تكنولوجية (عمر محمد، 2015، ص 214)

يعتبر التواصل الاجتماعي من أهم تقنيات العلاقات العامة حالياً، حيث يوفر وصولاً سريعاً وفعالاً للجمهور عبر وسائله المختلفة، إذ يمكن للمؤسسات من استخدام منصات متنوعة لبناء صورة إيجابية وتعزيز التواصل الفعال مع الجمهور والعملاء بشكل مباشر، وكذلك لنقل رسائلها والتفاعل بشكل مستمر مع المتابعين، هذه الوسائل تعزز من القدرة على الوصول لأكثر عدد ممكن من الجماهير وتسمح بتبادل الأفكار والمعلومات بكل سهولة وسرعة.

3.2 مفهوم المؤسسات:

هي هياكل تنظيمية ووحدات اجتماعية سواء كانت صغيرة أو كبيرة، عامة أو خاصة، تهدف إلى تحقيق الأهداف العامة للمؤسسة والتي وجدت من أجلها سواء كانت خدماتية انتاجية ربحية غير ربحية أو غيرها، تضم مجموعة من الأفراد الذين يعملون معاً لتحقيق هدف المؤسسة وتلبية احتياجات المجتمع، فهي بهذا تمثل نمطاً منظم من السلوك الاجتماعي الذي يحقق تنمية اقتصادية واجتماعية.

كما أن المؤسسة تمثل الكيان المنظم الذي يعمل ضمن إطار من القوانين والسياسات المحددة لتحقيق أهداف معينة، سواء كانت تجارية، أو اجتماعية، أو ثقافية، فهي تتسم بخصوصية في بنيتها وطرق إدارة مواردها، وتسعى لبناء علاقة متينة ومستدامة مع مختلف الأطراف الداخلية والخارجية، وتتسم المؤسسات الناجحة بقدرتها على التكيف مع المتغيرات المحيطة، وذلك من خلال بناء منظومة تواصل فعالة تعمل على تعزيز الثقة والمتانة بين المديرين، العاملين، والعملاء أو المستفيدين.

وفي إطار مفهوم المؤسسة ينظر إليها على أنها شبكة معقدة من العلاقات التي تعتمد على فهم دقيق لاحتياجات وتوقعات الجميع، سواء كانوا عناصر داخلية كالموظفين، أو خارجيين كالمجتمع ووسائل الإعلام والعملاء، من هنا، فإن نجاح المؤسسة يتوقف بشكل كبير على فعالية أساليب وأساليب العلاقات العامة في تحسين قنوات التواصل وتسهيل تبادل المعلومات، وتعزيز الثقة بين الأطراف، إذ يسهم ذلك في صياغة صورة إيجابية للمؤسسة، وإرساء أسس التعاون المستدام، مما يعزز من مكانتها في السوق ويحقق لها ميزة تنافسية مستدامة.

3. تطور العلاقات العامة:

شهدت العلاقات العامة تطورا بارزا ومذهلا عبر العقود الطويلة، حيث انتقل من كونه مجرد نشاط داعم للتسويق إلى تخصص مستقل ذو قيمة استراتيجية كبيرة للمؤسسات، ففي بداياته كان هذا التخصص يعتمد بشكل أساسي على وسائل الإعلام التقليدية لنشر الرسائل وإدارة السمعة العامة، ولكنه اليوم يستخدم تقنيات حديثة ومتطورة.

تعتبر العلاقات العامة مجالاً ديناميكياً يشهد تطوراً مستمراً ومتسارعاً على مر السنين ، فقد بدأت العلاقات العامة كمفهوم جوهري ترتبط بالعلاقات بين الشركات والوسائل الإعلامية بشكل وثيق، ثم تطورت بشكل كبير لتشمل العلاقات العامة مع المجتمع والجمهور بشكل عام، وتوسعت لتغطي مجالات متعددة ومتنوعة، وقد تغيرت تعريفات العلاقات العامة مع مرور الوقت وتفاعلت بصورة نشطة مع التطورات الاجتماعية والتكنولوجية الهامة، مما أدى إلى تنوع كبير في الأساليب والاستراتيجيات المستخدمة في هذا المجال، بالإضافة إلى ابتكار أفكار جديدة تتناسب مع احتياجات العصر الحالي الذي نعيش فيه (علي علي أحمد مقيه، 2022، ص420) بحيث يمكن تتبع جذور العلاقات العامة إلى العصور القديمة حيث كانت الحكومات تستخدم تقنيات الاتصال للتواصل مع شعوبها، إلا أن التخصص كما نعرفه اليوم بدأ يتبلور في أوائل القرن العشرين مع إدراك المؤسسات الحاجة لمنهجية منظمة لإدارة سمعتها والعلاقات مع الجمهور.

هذا التطور الكبير سمح بتطور دور العلاقات العامة بشكل ملحوظ لتكون جزءاً محورياً وأساسياً في تحقيق الأهداف الاستراتيجية للمؤسسات وبناء العلاقات المستدامة والمستقرة مع الجماهير المعنية، مما تعكس أهمية العلاقات العامة المتزايدة في بيئة العمل المعاصرة والتنافسية السريعة، إذ أن قدرة العلاقات العامة على التكيف مع التغيرات السريعة والتطورات المتلاحقة تعكس مدى أهميتها في الزمن الحالي (شروق محمد حمود اللهاوي، 2024، ص345).

4. أهمية العلاقات العامة:

إن استخدام مهارات التواصل الاستراتيجي والتفكير التحليلي يعزز قدرة المؤسسات على استباق الأزمات المحتملة والتصدي لها في الوقت المناسب، مما يؤدي إلى تحسين مستوى الولاء والثقة بين الجمهور والمجتمع، وبالتالي تعد العلاقات العامة أداة لا

غنى عنها، حيث يساعد المؤسسات على ضمان بقائها واستدامتها بشكل فعال في بيئة الأعمال المتغيرة التي نشهدها اليوم ونجد الأهمية التي يقدمها هذا التخصص:

1.4 تعزيز الثقة والمصداقية: من أبرز الأهداف التي يسعى إليها العلاقات العامة في المؤسسات هو تعزيز الثقة والمصداقية بشكل فعال، حيث أن نجاح أي مؤسسة يعتمد بشكل كبير على مدى قدرتها على بناء علاقات قوية ومستدامة مع الجمهور والعملاء، كما أن توجيه الجهود والموارد نحو بناء هذه الثقة والمصداقية هو أمر ضروري للغاية.

إذ يمكن للمؤسسات من خلال ذلك تحقيق التفاهم والتواصل الفعال مع كافة أصحاب المصلحة، خاصة وأن الحفاظ على سمعة المؤسسة بشكل دائم يعكس مدى فعالية استراتيجيات العلاقات العامة المعتمدة، لذا تعد العلاقات العامة أداة أساسية ومهمة لدعم الثقة وتعزيز المصداقية في جميع تعاملات المؤسسة مع الجمهور والمجتمع ككل، وهذا بدوره يساهم في تحقيق الأهداف المرجوة ويعزز من نجاح المؤسسة على المدى الطويل (علي علي أحمد مقيه، 2022، ص 422).

2.4 بناء الهوية والسمعة: حيث تلعب العلاقات العامة دوراً محورياً في بناء الهوية والسمعة للمؤسسات الحديثة، حيث تساهم بشكل مباشر في تطوير وصياغة الهوية المؤسسية التي تعبر عن القيم الأساسية والمبادئ الجوهرية للمؤسسة، من خلال استراتيجيات التواصل المدروسة والتحليل الاستراتيجي للجمهور، يتمكن متخصصو العلاقات العامة من تقديم صورة متسقة وتعزيز السمعة المؤسسية، إذ لا بد من تحديد مجال ونشاط المؤسسات والتي بدورها تستند إلى عدة دعائم أساسية كحاجات العملاء، وحاجات المجتمع، والطرق التي يتم فيها إشباع تلك الحاجات.

هذا وبالإضافة إلى تحديد الرؤية المستقبلية من خلال وضع الأعمال والأنشطة التي يجب أن تمارس في المؤسسة خلال خمس أو عشر سنوات، ولابد من تعريف العاملين بالرؤية الاستراتيجية للمؤسسة والذي من شأنه أن يكون حافزا لهم، مما يبرئ المؤسسات للنجاح وتحقيق الأهداف والطموحات المرجوة من خلال الاستراتيجيات (تغريد بن عبد الله بن هبدان الهبدان، 2021 ديسمبر، ص 77)

تسعى العلاقات العامة لتعزيز التفاعل الإيجابي مع الجمهور عبر وسائل الإعلام المتنوعة، مما يضمن تقديم صورة موثوقة ومؤثرة للمؤسسات، كما تعمل على الاستجابة السريعة والفعالة للتحديات الإعلامية والأزمات، مما يساهم في الحفاظ على السمعة الإيجابية وتعزيزها على المدى الطويل إذ أن فعالية بناء الهوية والسمعة تعتمد على تكامل وتنسيق الجهود بين مختلف أقسام المؤسسة، وهو ما يتطلب رؤية واضحة وتنفيذا استراتيجيا متكاملا للعلاقات العامة (علي علي أحمد مقية، 2022، ص 422).

وبهذا تكمن أهمية إدارة العلاقات العامة في كونها تساعد على الدفاع عن سمعة وصورة المؤسسات، إضافة إلى الاعتماد على القوة التي يملكها القائمين على العلاقات العامة، والمجهودات التي يقومون بها سواء من خلال بناء جسور التعاون مع المؤسسات المختلفة ومع الجمهور مما يجعلها تحافظ على الصورة الايجابية، وتعمل على تطويرها مع تغيير الصورة النمطية للمؤسسات بشكل عام رائد محمد جاسر خليل الناظر، 2023 ، ص 903) فالعلاقات العامة بهذا تمثل خط الدفاع الأول عن المؤسسات خاصة عند وقوعها في أزمات من خلال التعامل باحترافية للحد من الآثار السلبية وتجنب الوقوع في نفس المشاكل مرة أخرى، وبهذا الدور الكبير والتخطيط الاستراتيجي تظهر المؤسسات بصورة حسنة وأكثر تأثيرا على الفئة المستهدفة، كي تتمكن من القيام بالدور الذي وجدت من أجله، وعلى هذا الأساس فإن العلاقات العامة تعتبر من الأعمدة الأساسية في المؤسسات، حيث يسهم بشكل مباشر في

تحسين التواصل بين المؤسسات وجمهورها، ويبرز دوره في تعزيز الصورة العامة للمؤسسات وإدارتها للسمعة بشكل فعال، مما يؤدي إلى تحقيق تفاعل إيجابي مع المجتمع خاصة وأنها تساهم في بناء الثقة مع الجمهور.

3.4 تحقيق أهداف المؤسسات: إن العلاقات العامة تلعب دورا حيويا ومهما للغاية في تحقيق أهداف المؤسسات المختلفة من خلال تسهيل الوصول إلى الأهداف الاستراتيجية وتعزيز الكفاءة التنظيمية بشكل فعال، من خلال العمل على تطوير وتنفيذ استراتيجيات شاملة تهدف بشكل رئيسي إلى تعزيز العلاقات والتواصل بين المؤسسات وكافة أصحاب المصلحة، بما في ذلك العملاء والشركاء ووسائل الإعلام المختلفة، ومن خلال إقامة علاقات عامة متينة وفعالة، تستطيع المؤسسة بناء سمعة إيجابية قوية تسهم في جذب المزيد من العملاء والاستثمارات اللازمة، كما يمكن تخصيص العلاقات العامة قدرات المؤسسة في التواصل، ويعزز قدرتها على التعامل بفاعلية مع التغيرات السوقية والتنافسية، مما يساهم بشكل كبير في نموها وتوسعها المستدام في السوق (زينب اسماعيل هيشان العشيبات، 2022، ص 200)

بناءً لما تذكره سابقا فإن أهداف العلاقات العامة في المؤسسات متعددة ومتنوعة وشاملة للغاية، حيث تهدف بشكل أساسي إلى بناء وتعزيز العلاقات الإيجابية مع الجمهور المستهدف بشكل مستمر، وتعزيز الوعي بالمؤسسات وما تقدمه من خدمات أو منتجات متميزة، كما تهدف أيضا إلى دعم وتعزيز العمليات التسويقية الفعالة وتعزيز الصورة الإيجابية للمؤسسات، مما يساهم في تحسين نوعية المنافسة، وتعزيز الولاء لدى العملاء والموظفين على حد سواء، هذا بالإضافة إلى ما سبق فإنها تساهم في بث روح الانتماء والولاء داخل المؤسسات، وخلق بيئة عمل إيجابية ومشجعة للإنتاجية والابتكار ويكون هدفه الأساسي مما يؤدي إلى تحسين أداء المؤسسات وتعزيز استدامتها.

4.4 العلاقات العامة وتعزيز التواصل: للعلاقات العامة دور حيويًا بشكل لا يمكن تجاهله من حيث تعزيز التواصل الفعال بين المؤسسات والمجتمع، حيث تساهم بشكل كبير في بناء جسور قوية من التواصل وتسهيل تبادل المعلومات والأفكار القيمة بينهما، بحيث أن العلاقة بين المؤسسات والمجتمع ليست مجرد تفاعل سطحي، بل هي عملية ديناميكية تتطلب استراتيجية مدروسة تتناول جميع جوانب التواصل والتفاعل، من خلال بتوجيه جميع الجهود نحو تعزيز الوعي والتفاهم المتبادل بين جميع الأطراف المعنية، ويتطلب ذلك فهم عميق لاحتياجاتهم وتوقعاتهم، والعمل الجاد لتلبية تلك الاحتياجات. كما تساهم أيضًا في تعزيز مستوى الشفافية ونشر الثقة بين المؤسسة والمجتمع وأيضًا بين الموظفين داخل المؤسسة نفسها (أسماء محمد السيد مخلوف، 2022، ص 47)

تعرف العلاقات العامة على أنها فن ومنهجية تهدف إلى إدارة وتوجيه صورة المؤسسة وسمعتها عبر بناء علاقات إيجابية ومستدامة مع جميع الأطراف المعنية، سواء كانت داخلية أو خارجية. وتتمثل وظيفة العلاقات العامة في إعداد وتنفيذ استراتيجيات ووسائل تواصل فعالة تعزز من علاقات المؤسسة مع جمهورها وتعمل على تعزيز فهمها وقبولها من قبل المجتمع والبيئة التي تنشط فيها. فهي تساهم بشكل رئيسي في بناء جسر من الثقة والتفاهم بين المؤسسة والجمهور المختلفة، مما ينعكس إيجابيًا على سمعة المؤسسة ودعم أهدافها الاستراتيجية. ويعد دور العلاقات العامة محوريًا في تحقيق التكامل بين وظائف المؤسسة وتوجهاتها الاستراتيجية، لما توفره من أدوات ومهارات في صياغة الرسائل وتوجيهها بطريقة تتناسب مع متطلبات الجمهور والتغيرات المحيطة. بالإضافة إلى ذلك، فإن العلاقات العامة تتضمن مجموعة من الأساليب والوسائل التي تتيح للمؤسسة التفاعل الفعال مع المجتمع، سواء من خلال الوسائل التقليدية كاللقاءات والبيانات الصحفية، أو عبر الوسائط الرقمية والتقنيات الحديثة، التي أصبحت ضرورة في عصر السرعة والتكنولوجيا. على هذا

الأساس، ينظر إلى العلاقات العامة كوسيلة أساسية لتعزيز التواصل المؤسسي، وتطوير بيئة تفاعلية تدعم استمرارية العمل ونجاحه، وتساهم في رسم صورة مؤسسية متماسكة ومتفاعلة تتناسب مع متطلبات العصر ومتغيراته.

إذ تلعب العلاقات العامة دورا مؤثرا للغاية في تعزيز وتيسير التواصل الداخلي والخارجي في المؤسسات على اختلاف أنواعها، حيث تساهم بشكل كبير في تبادل المعلومات والأفكار بين مختلف الأقسام والمستويات داخل المؤسسة، كما يساهم بشكل كبير في بناء جسور التواصل بين مختلف أقسام المؤسسات وكذلك تعزيز التفاهم والتعاون بينها، خاصة وأنها تؤدي دورا حيويا واستراتيجيا في توجيه الرسائل الصحيحة والمناسبة وبناء العلاقات الإيجابية والمستدامة مع جميع هؤلاء الأطراف المعنية.

5. أساليب العلاقات العامة التقليدية لتعزيز التواصل:

يعتمد تعزيز العلاقات العامة في المؤسسات على مجموعة من الأساليب التي تهدف إلى تحسين الكفاءة والإنتاجية في هذا المجال، من أبرز هذه الأساليب الاستثمار في التدريب والتطوير المستمر، حيث يعد عنصرا رئيسيا لضمان بقاء القائمين على العلاقات العامة مواكبين لأحدث الاتجاهات والتطورات في وسائل الاتصال والمعلومات، كما يعزز من خلال التركيز على الابتكار والابداع في استراتيجيات التواصل لتحقيق تفاعل أفضل مع الجماهير المستهدفة، بالإضافة إلى ذلك يتعين تطوير مهارات تحليل البيانات لفهم سلوك الجمهور وتوقع احتياجاته، مما يساهم في بناء علاقات متينة وموثوقة مع كافة الجهات المرتبطة بالمؤسسة، يتضمن ذلك أيضا تعزيز التفاعل مع التكنولوجيا وخاصة وسائل التواصل الاجتماعي، لتوسيع نطاق الوصول ونشر الرسائل بفاعلية، إن تعزيز العلاقات العامة يتطلب رؤية شمولية

وتحقيق التناغم بين المهارات الفنية والبشرية لتحقيق الأهداف المؤسسية واستدامة النجاح.

1.5 تحليل البيئة الخارجية والداخلية للمؤسسات:

إن تحليل البيئة الخارجية والداخلية للمؤسسات يعتبر خطوة أساسية ومهمة للغاية في عملية تطوير العلاقات العامة، فهو يمكن المؤسسة من رؤية وفهم تأثير العوامل الخارجية المتنوعة مثل السوق والمنافسة والتشريعات والسياسات على سير أعمالها، هذا الفهم يمكن أن يساهم بشكل فعال في تشكيل استراتيجيات المؤسسات وتوجيه مواردها نحو الأهداف المستقبلية، كما يتيح لها أيضا فهم الجوانب الداخلية المهمة مثل هيكل المؤسسة وعملياتها وأدائها، مما يؤدي إلى تحسين الكفاءة والإنتاجية (آية إبراهيم عيسى المصلح، 2023، ص 752).

ومن خلال هذا التحليل الشامل يمكن للمؤسسات تحديد الفرص والتهديدات المحتملة التي قد تواجهها في بيئة العمل، والعمل على الاستفادة من هذه الفرص المتاحة وتجنب التهديدات بشكل فعال، هذا التحليل يعد ركنا أساسيا في إطار استراتيجيات تطوير العلاقات العامة، مما يعزز من نجاح المؤسسة في تحقيق أهدافها وغاياتها المرجوة.

2.5 التدريب والتطوير المستمر:

يعتبر التدريب المستمر والتطوير المتواصل جزءا ضروريا وحيويا لتعزيز العلاقات العامة في المؤسسات، حيث يمكن الأفراد من اكتساب المهارات والقدرات اللازمة لمواكبة التغيرات السريعة والمعقدة في هذا المجال، في ضوء التحولات التكنولوجية العالمية والتي تتسارع بشكل ملحوظ يصبح من الأهمية بمكان تزويد متخصصي العلاقات العامة بفرص تعليم مستمرة ودورات تدريبية متخصصة تركز على الابتكارات الحديثة وتقنيات الاتصال المتقدمة من خلال التدريب المستهدف.

بحيث يتاح للمسؤولين عن العلاقات العامة تحسين مهارات التواصل الفكري والتحليلي اللازمة، مما يساهم بشكل كبير في تعزيز فعالية الحملات الإعلامية والاستجابة السريعة للآزمات المحتملة، هذا النوع من التدريب يساهم في تعزيز قدرة المؤسسات على بناء سمعة قوية، وإقامة صورة إيجابية للمؤسسة في المجتمع ككل، مما يعكس التزامها بتقديم أفضل الممارسات والحلول (سهام سليم الجعافرة، 2022، ص794).

3.5 التخطيط والتنفيذ لحملات إعلامية:

تخطيط وتنفيذ الحملات الإعلامية يتطلب دراسة دقيقة وشاملة للسوق والجمهور المستهدف، فضلاً عن تحليل المنافسين بشكل مفصل بعناية، يشمل ذلك اختيار وسائل الإعلام المناسبة، وتنسيق الجهود بشكل فعال للحصول على تغطية إعلامية واسعة وكبيرة، يجب أيضاً النظر بعناية في استخدام التكنولوجيا الحديثة ووسائل التواصل الاجتماعي، حيث تلعب دوراً مهماً في تعزيز الحملات الإعلامية وزيادة تأثيرها بشكل كبير على الجمهور المستهدف (بن واصل الحازمي، 2022، ص203).

4.5 تطوير برامج التعليم والتدريب:

تطوير برامج التعليم والتدريب في العلاقات العامة يتطلب توليها دقيقاً بين المحتوى النظري والمهارات العملية، من الضروري أن تشمل البرامج الأكاديمية مناهج حديثة تتبع التطورات التكنولوجية في المجال، مثل الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات، يجب أن توفر هذه البرامج فرص تدريبية للطلاب داخل المؤسسات الفعلية لاكتساب الخبرة العملية عبر الاندماج في بيئات العمل الحقيقية، يفضل تعزيز التعاون بين الأكاديميين والخبراء في صناعة العلاقات العامة لضمان تجديد

وتحديث المناهج بشكل منتظم، وكذلك إعداد الطلبة لمواجهة تحديات السوق المتغيرة بفعالية.

6. الأساليب الحديثة المعتمدة للعلاقات العامة في تعزيز التواصل:

تعتمد المؤسسات على مجموعة متنوعة من التقنيات الحديثة لتعزيز فعالية العلاقات العامة، من بين هذه التقنيات نجد:

1.6 التقنيات الحديثة ووسائل الاعلام:

إن استخدام منصات التواصل الاجتماعي بشكل استراتيجي للتواصل المباشر والفوري مع الجمهور المستهدف، مما يساهم في بناء علاقات قوية متنوعة، علاوة على ذلك تعتبر تقنيات التحليل الرقمي وأدوات مراقبة وسائل الإعلام أدوات حاسمة لفهم احتياجات الجمهور وتحليل ردود أفعاله، مما يمكن متخصصي العلاقات العامة من تطوير استراتيجيات فعالة تستند إلى البيانات الفعلية والتنبؤات المستقبلية للتجاوب مع القضايا المستجدة.

علاوة على ذلك تعتمد تقنيات العلاقات العامة بشكل أساسي على استخدام مجموعة متنوعة من الوسائل المتاحة لتعزيز وتطوير التواصل الفعال بين المؤسسات والجمهور، وتشمل هذه التقنيات المتنوعة العديد من الأدوات المهمة مثل تنظيم المؤتمرات وورش العمل والندوات، بالإضافة إلى القيام بالإعلانات المتنوعة، التي تساهم في زيادة الوعي ونشر المعلومات (رائد محمد جاسر خليل الناظر، 2023، ص90). كما تعتمد أيضا على توظيف التكنولوجيا ووسائل الاتصال الحديثة المختلفة لنقل رسائل العلاقات العامة بشكل فعال وبدقة تامة، مما يساهم في تحسين علاقة المؤسسات مع جمهورها.

2.6 الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات:

للذكاء الاصطناعي دورا حيويا في تحويل مجال العلاقات العامة إلى ممارسة أكثر دقة تستند إلى بيانات موثوقة، من خلال استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي المتطورة، يمكن للمؤسسات تحليل كميات هائلة من البيانات في وقت قصير جدا، مما يتيح لها القدرة على تحديد الاتجاهات بفعالية، وفهم مشاعر الجمهور بشكل أعمق، واستباق احتياجاتهم وتوقعاتهم بشكل دقيق، مما يساهم من تحسين استراتيجيات الاتصال وتخصيص الرسائل بطرق أكثر فعالية وشخصية، مما يؤدي بدوره إلى بناء علاقات أقوى وأكثر تفاعلية مع الجمهور المستهدف، كما يساهم ذلك في تحسين الصورة والسمعة العامة للمؤسسات في السوق، مما يمكنها من تحقيق نتائج أفضل وزيادة ولاء العملاء.

7. فعالية العلاقات العامة في تحقيق أهداف المؤسسات:

تلعب العلاقات العامة دورا هاما في تحقيق أهداف المؤسسات، حيث تساهم في بناء صورة إيجابية للمؤسسة وتساهم أيضا في تعزيز العلاقات مع الجمهور والعملاء وتحسين سمعة المؤسسات، ومن خلال استخدام الاتصال الفعال والشفاف، تستطيع العلاقات العامة تحقيق الأهداف التشغيلية والاستراتيجية للمؤسسة بنجاح، ومن الأهداف التي تحققها العلاقات العامة نجد:

1.7 تعزيز الصورة الإيجابية للمؤسسة: حيث أن تعزيز الصورة الإيجابية للمؤسسة يعتبر جزءا أساسيا من الدور الحيوي الذي تلعبه العلاقات العامة في تنمية المؤسسات ونموها على مختلف الأصعدة، من خلال تنظيم فعاليات ومبادرات إيجابية، بالإضافة إلى تواصل فعال ومستمر مع وسائل الإعلام المختلفة، إذ يستطيع القائمين على العلاقات العامة تعزيز الصورة الذهنية الإيجابية للمؤسسات و بناء

سمعتها القوية، هذه العمليات تتطلب استراتيجيات تواصل مدروسة بعناية، وتنفيذ استخدام وسائل الإعلام بشكل إيجابي بحيث تعكس الجوانب المشرقة والإيجابية للمؤسسات، مما يضمن نشر صورة موثوقة وجذابة في أذهان الجمهور والعملاء على حد سواء (علي علي أحمد مقيه ، 2022، ص422).

2.7 تغيير الديناميات التقليدية للتواصل: تلعب العلاقات العامة دوراً محورياً في العصر الرقمي حيث تسهم التكنولوجيا في تغيير الديناميات التقليدية للتواصل، فالعلاقات العامة التي تعتمد على التكنولوجيا الرقمية تتيح للشركات والمؤسسات الوصول إلى جمهور أوسع وبطرق مبتكرة لا تقيدها الجغرافيات التقليدية، وفي هذا السياق تصبح إدارة السمعة والحفاظ على الصورة الإيجابية للشركة أمراً بالغ الأهمية، حيث تعتمد الشركات على استراتيجيات رقمية مبتكرة لتحقيق التواصل الفعال (زكاغ بشرى، 2024، نث). بالإضافة إلى ذلك يعزز التفاعل مع الجمهور والقدرة على معالجة الشكاوى بسرعة وشفافية من فعالية العلاقات العامة في بناء علاقات مستدامة مع الجمهور والمستهلكين.

3.7 التقنيات الرقمية وتطوير التفاعل: تعتبر تكنولوجيا المعلومات محركاً أساسياً في تطوير وتنفيذ استراتيجيات العلاقات العامة، إن استخدام التقنيات الرقمية قد أحدث ثورة في الطريقة التي تتواصل بها المؤسسات مع جمهورها، حيث أصبحت المعلومات تُنشر في لحظات عبر منصات متعددة، الوسائل الرقمية مثل وسائل التواصل الاجتماعي، مواقع الويب، والبريد الإلكتروني تمكن المؤسسات من الوصول إلى جمهور واسع وتحقيق تفاعل أعمق، تتيح هذه التكنولوجيا قدرة أكبر على قياس تأثير الرسائل وتفاعل الجمهور من خلال التحليلات البيانية، مما يعزز من اتخاذ القرارات الاستراتيجية.

كما ساهمت تكنولوجيا المعلومات في تطور عمليات التفاعل مع الجمهور، من خلالها يتمكن الدمج بين البيانات الضخمة واستراتيجيات التسويق المستندة إلى البيانات في

تعزيز استراتيجيات العلاقات العامة، بإمكان الشركات استخدام البيانات التحليلية لفهم تفضيلات المستهلكين واستجابة الجمهور، مما يعزز من فعالية الحملات الإعلامية ويزيد من ولاء العلامة التجارية، بالتعاون بين التكنولوجيا والعلاقات العامة، يمكن خلق تجارب تفاعلية ومخصصة تساهم في بناء علاقات مستدامة مع الجمهور، إن هذا التوجه لا يساعد فقط في تحقيق النجاح المؤسسي، بل يعزز من مكانة المؤسسات في عالم الأعمال المعاصر.

ومن خلال ما تم التطرق فمدى فاعلية أساليب العلاقات العامة يتوقف على تفاعل عدة عوامل تؤثر بشكل مباشر على نتائجها ونجاحها في تعزيز التواصل داخل المؤسسة وخارجها، وتعتبر البنية التنظيمية والقيادة من أهم العوامل التي تحدد مدى قدرة المؤسسة على تنفيذ أساليب علاقات عامة فعالة، حيث يتطلب ذلك وجود هياكل واضحة، وسياسات مرنة، وقائد يملك رؤية واضحة لربط الأهداف التواصلية بالأهداف الاستراتيجية العامة، كما أن مستوى التماسك والتوافق بين أعضاء المؤسسة يلعب دوراً حاسماً في تعزيز أو إضعاف جهود التواصل، إذ يعتمد على الثقافة المؤسسية التي تعزز قيم الثقة، والانتماء، والتعاون، مما يساهم في إرساء بيئة داعمة لأساليب الاتصال وتعزيز فعاليتها.

علاوة على ذلك، تؤثر البيئة الرقمية بشكل كبير على مدى فاعلية أساليب العلاقات العامة، حيث تتطلب التطورات التكنولوجية ووسائل التواصل الحديثة استراتيجيات مرنة ومتكيفة مع التغيرات السريعة، فضلاً عن استيعاب احتياجات المجتمع وخصوصياته الثقافية والاجتماعية، فالفشل في فهم هذه العوامل يمكن أن يؤدي إلى ضعف التفاعل، وانخفاض مستوى الثقة، بالإضافة إلى اضطراب التواصل بين المؤسسة وجمهورها.

وفي هذا الإطار، تظهر أهمية تبني ثقافة مؤسسية مرنة ومتفتحة تهزز من عملية التفاعل الداخلي والخارجي، وتوفر بيئة مواتية لدراسة وتحليل مدى فعالية الأساليب المعتمدة، من خلال أدوات تقييم سوسيولوجية تتناول استجابات الجمهور ومدى رضاهم، مع تقييم مدى ملائمة الاستراتيجيات المتبعة لاحتياجات المجتمع وظروفه، إذ يعد فهم وتوظيف هذه العوامل من عناصر النجاح الأساسية لتحقيق نتائج ملموسة ومستدامة في ميدان العلاقات العامة، وهو أمر يتطلب تقييما مستمرا وتطويرا ديناميكيا للآليات والأساليب المستخدمة بشكل يتلاءم مع متطلبات الواقع وتحدياته.

8. التحديات التي تواجه العلاقات العامة:

تواجه العلاقات العامة العديد من التحديات في المؤسسات، والتي تشمل زيادة توقعات الجمهور، تطور الوسائل التكنولوجية، وارتفاع المنافسة بين المؤسسات، لذلك يتوجب من المختصين في العلاقات العامة التكيف مع التغيرات السريعة، والتحلي بمهارات تقنية واستراتيجية متقدمة، علاوة على ذلك تستلزم هذه التحديات القدرة على بناء الثقة مع الجمهور في ظل بيئة المعلومات التي تتسم بالتشويق والديناميكية، مما يفرض على المحترفين العمل باستمرار على تحديث معارفهم وتكتيكاتهم لضمان تحقيق الأهداف المؤسسية بكفاءة وفعالية.

1.8 التكنولوجيا ووسائل التواصل الاجتماعي:

تلعب التكنولوجيا الحديثة ووسائل التواصل الاجتماعي المتنوعة دورا محوريا ومهما في إعادة تشكيل العلاقات العامة بشكل جذري، إذ أنها توفر منصات واسعة النطاق تتيح إمكانية التفاعل المستمر مع الجمهور وبناء علاقات متينة ومستدامة، إلا أن التحديات الحقيقية تكمن في القدرة على إدارة المعلومات المتدفقة بكفاءة وفعالية،

والاستفادة منها لتحسين صورة المؤسسة وسمعتها في الأذهان، وتحتاج المؤسسات بشكل كبير إلى استراتيجيات متكاملة ومتناغمة للتواصل الاجتماعي.

بحيث تعالج هذه الاستراتيجيات التغيرات السريعة في تفضيلات المستخدمين وتتفاعل بشكل فعال مع الأزمات الرقمية التي قد تظهر، كما يجب على المختصين في هذا المجال مواكبة التطورات السريعة في التكنولوجيا مثل الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات، وذلك لتصميم حملات فعالة تسهم في تعزيز أواصر الثقة مع الجمهور المستهدف، ومن الضروري أن يكون هناك فهم عميق لتلك التطورات وكيفية استخدامها بطرق مبتكرة تساهم في تحقيق الأهداف الاستراتيجية للمؤسسة وضمان استمرارية النجاح والتميز (محمد جاسر خليل الناظر، 2023، ص 904) كما تسهل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات تكملة للمهام المختلفة، مما يقلل من التدخل اليدوي ويحسن الكفاءة التشغيلية، ومن خلال دمج تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في العمليات التجارية، يمكن للمؤسسات تبسيط الاتصالات الداخلية وتحقيق مرونة تشغيلية أكبر (شروق محمد حمود اللحاوي، 2024، ص ص 345 346).

وبهذا تعتبر وسائل التواصل الاجتماعي أداة أساسية في تحقيق أهداف العلاقات العامة وتعزيز التواصل بين المؤسسات مع بعضها البعض أو مع المجتمع، فهي توفر منصة فعالة للتفاعل مع الجمهور ونقل الرسائل بشكل سريع وواضح، بالإضافة إلى ذلك تساهم وسائل التواصل الاجتماعي في بناء الوعي إذ أن استخدام هذه الوسائل بشكل منظم واستراتيجي يمكن أن يحقق نتائج إيجابية ملموسة للمؤسسات ويعزز وجودها في الوسط الرقمي.

2.8 زيادة حجم المعلومات والتحكم بالأخبار الزائفة:

في هذا السياق يتطلب التحكم بالأخبار الزائفة جهداً منهجياً شاملاً يتضمن التحقق من الحقائق بدقة وتطوير استراتيجيات مرنة وقابلة للتطبيق للاستجابة بسرعة لهذا النوع من المعلومات المضللة، كما ينبغي على العاملين في مجال العلاقات العامة تعزيز قدرة الجمهور على التمييز بين المعلومات الصحيحة والمغلوبة، وذلك عن طريق تثقيفهم بأساليب نقدية جديدة وفعالة تساعد في التقييم الصحيح للمعلومات المتاحة لهم. (بن واصل الحازمي مبارك ، 2022 ، ص1234)

تمثل زيادة حجم المعلومات واحدة من أكبر التحديات في مجال العلاقات العامة، حيث تتدفق المعلومات بشكل متواصل ومتزايد عبر الإنترنت ووسائل الإعلام الاجتماعية، هذا الفائض الهائل في المعلومات يعقد بشكل كبير مهمة توصيل الرسائل الواضحة التي يمكن فهمها بسهولة، بالإضافة إلى ذلك، فإن الأخبار الزائفة تسهم في تشويش الجمهور وتقويض الثقة في المصادر الشرعية التي يعتمد عليها.

نتائج الدراسة:

تعتبر العلاقات العامة عنصراً حيوياً في البناء المؤسسي وتعزيز سمعة المؤسسات الحديثة، ولتحسين اعتماد العلاقات العامة في تعزيز التواصل في المؤسسات يجب العمل على:

- تكثيف الوعي بأهمية العلاقات العامة.

- يتعين على المؤسسات إقامة شراكات مع الجامعات والمعاهد لتقديم برامج تطوير مستمرة للعاملين في هذا المجال، وتطبيق الأساليب الجديدة التي تدعم التفاعل المباشر بين المؤسسات وجمهورها.

- من المهم تبني تكنولوجيا حديثة تعزز من فعالية جهود المتخصصين في العلاقات العامة وتحسن من نتائجها، خاصة التكنولوجيا ووسائل الاعلام الحديثة والتي تعتمد على الرقمنة الحديثة.

-تعزيز برامج التدريب والتعليم الموجهة للمتخصصين في هذا المجال بشكل شامل، فمن الضروري تقديم برامج تدريبية متطورة تتناسب مع الإنجازات الحديثة وتحديات قطاع العلاقات العامة المتزايدة.

-ينبغي أن تركز هذه البرامج على تزويد المتدربين بالمهارات الضرورية والمعرفة العلمية المحدثة تمكهم من التصدي للتحديات الراهنة في هذا المجال.

-يجب أن تؤخذ في الاعتبار أهمية توفير بيئة تعليمية ملائمة تشجع على الابتكار والإبداع في صياغة استراتيجيات العلاقات العامة، بالإضافة إلى دعم البحث العلمي والتطوير المستمر في هذا المجال الحيوي والذي يشهد تغيرات متسارعة.

خاتمة:

في ختام هذا البحث الذي تناول الأساليب التي تعتمد عليها العلاقات العامة في تعزيز التواصل بين المؤسسات -تحليل مدى فعاليتها، يمكن الاستنتاج أن العلاقات العامة يلعب دورا فعالا وحيويا في تعزيز صورة المؤسسات وبناء سمعتها وإدارة علاقاتها مع عامة الناس والجمهور المستهدف، خاصة من خلال الأساليب التي تعتمد عليها كالتقنيات الحديثة متكيفا مع التغيرات التكنولوجية والاجتماعية الإعلام الرقمي ووسائل التواصل الاجتماعي، وكذلك من خلال استراتيجيات فعالة مثل التدريب المستمر وتبني التقنيات الحديثة، يمكن للمؤسسات تعزيز فعاليتها في هذا المجال، علاوة على ذلك تبرز أهمية تطوير البرامج التعليمية والتدريبية لدعم المحترفين في هذا التخصص، مما يمكنهم من مواجهة التحديات وتحقيق أهداف مؤسساتهم بنجاح، فالعلاقات العامة تستخدم الوسائط الرقمية والتقنيات التفاعلية لبناء وتعزيز العلاقات بين المؤسسات، وإدارة صورة رقمية للمؤسسة والتواصل مع الجمهور.

ختلما تبرز الأساليب المختلفة للعلاقات العامة كعناصر أساسية لتعزيز التواصل المؤسسي وتطويره بشكل مستدام. إذ يتضح أن التواصل الفعال يتطلب اعتماد استراتيجيات متنوعة تتلاءم مع طبيعة المؤسسة وبيئتها الداخلية والخارجية، بحيث يمكن من بناء علاقات قوية ومستدامة مع جميع الأطراف ذات الصلة. من خلال الأنشطة والوسائل المختلفة، يمكن للمؤسسات أن تعزز من الشفافية والثقة وتحقق التفاهم المتبادل، مما يساهم في تحقيق الأهداف الاستراتيجية، وتحسين صورتها العامة. كما تؤكد الدراسات والتطبيقات العملية على أهمية تكييف هذه الأساليب مع متطلبات التغيرات المستمرة في البيئة المؤسسية، والاستفادة من أدوات وتقنيات التواصل الحديثة لضمان استمرارية وتفاعل فعال. علاوة على ذلك، يتطلب تفعيل تلك الأساليب قياس وتقييم جودتها باستمرار، لتمكين المؤسسات من

تعديل وتحسين استراتيجياتها حسب الحاجة، بما يضمن تحقيق نتائج ملموسة تسهم في تعزيز أدائها وتحقيق رضا جميع الأطراف المعنية. في النهاية، يظهر التطبيق الناجح لأساليب العلاقات العامة في تعزيز التواصل كعامل رئيسي يمكن المؤسسات من التكيف مع التحديات الحالية، ويعزز من مرونتها وتنافسيتها في بيئة عمل متجددة ومتغيرة باستمرار.

قائمة المراجع:

- 1- أسماء، محمد السيد مخلوف. (2022) . تعظيم رأس المال الفكري بجامعة السويس (تصور مقترح). مجلة كلية التربية. المجلد 38. العدد 6، صفحات20-128.
- 2- آية، إبراهيم عيسى المصلح. (2023/03/01). أثر تكنولوجيا المعلومات على إنجاز المعاملات ودقتها في البلديات. مجلة العلوم الانسانية والطبيعية. المجلد 4. العدد 3، الصفحات 749-758.
- 3- بن واصل، الحازمي مبارك. (2022). العلاقات العامة وتعزيز دور المجتمع المدني. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام. المجلد 21. العدد 2. جامعة الملك عبد العزيز. جدة. صفحات 1218-1247.
- 4- تغريد، بن عبد الله بن هبدان الهبدان. (2021 ديسمبر). دور التخطيط الاستراتيجي في تطوير أداء القيادات الأكاديمية بالجامعات السعودية. المجلة العلمية إدارة البحوث والنشر العلمي. المجلد 37، العدد 12. كلية التربية جامعة أسيوط، الصفحات 72-103.
- 5- رائد، محمد جاسر خليل الناظر. (2023/03/01). العلاقات العامة ودورها بتطور العمل في البلديات بالمملكة الأردنية الهاشمية. مجلة العلوم الانسانية والطبيعية. المجلد 4. العدد 3. الأردن. صفحات 896-905.
- 6- زكاغ، بشرى. (28 سبتمبر 2023). الشبكات الرقمية ودينامية الحقل الاجتماعي/السياسي بالمغرب.

<https://www.dohainstitute.org/ar/BooksAndJournals/Pages/digital-networks-and-socio-political-dynamics-in-morocco.aspx>

- 7- زينب، اسماعيل هيشان العشيبات. (2022/07/01) دور التعليم في تعزيز عناصر التنمية الاقتصادية. مجلة العلوم الانسانية والطبيعية. المجلد 3. العدد 07، الصفحات 197-212.
- 8- سهام، سليم الجعافرة. (2022). الرقمنة وتحسين أداء جودة الخدمة في البلديات. مجلة العلوم الانسانية والطبيعية. المجلد 4. العدد 2. الأردن، الصفحات 787-804.
- 9- شروق، محمد حمود اللحاوي. (2024-11-01). استخدام نظم تكنولوجيا المعلومات في تحسين أداء البلديات في الأردن. مجلة العلوم الانسانية والطبيعية. المجلد 5. العدد 11، الأردن، صفحات 341-357.
- 10- علي، علي أحمد مقيه وجماع، أحمد جماع. (2022/12/01). فاعلية البرامج الاتصالية للعلاقات العامة في تعزيز الوعي السياحي لدى المواطن اليمني. مجلة العلوم الانسانية والطبيعية. المجلد 3. العدد 12، الصفحات 412-440.
- 11- عمر، محمد دعاء. (2015). وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على الأسرة. رسالة ماجستير في الفقه والتشريع. كلية الدراسات العليا جامعة النجاح الوطنية. فلسطين.