

الأنشطة الاتصالية للمتحدث الرسمي للجامعات وعلاقتها ببناء سمعتها لدى طلابها

د/ عامر شلبي حسن حسين^(١)

ملخص:

استهدفت هذه الدراسة الكشف عن الأنشطة الاتصالية للمتحدث الرسمي للجامعات وعلاقتها ببناء سمعتها لدى طلابها، وقد استخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي، وبالاعتماد على الاستبانة تم جمع البيانات من عينة مكونة من (٤٠٠) طالب من طلاب الجامعات المصرية، وقد أظهرت نتائج التحليل استكشاف لأنشطة الاتصال الفعالة للمتحدثين الرسميين بالجامعة وعلى أهمية العلاقات الإعلامية والبيانات الصحفي، كما تم ثبوت صحة الفرض القائم بوجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين تأثير الخطابة والعروض التقديمية على سمعة الجامعة.

الكلمات المفتاحية: الأنشطة الاتصالية؛ المتحدث الرسمي للجامعات؛ سمعة الجامعات.

Abstract:

This study aimed to discover the official communication of universities and their listening to their students. The study method used a media survey, and based on the survey, data was collected from the creativity of (400) students from leading universities, and the results of the analysis to explore the communication activities of official university spokesmen and the importance of relations and press releases. The assumption that there is a statistically significant correlation between the impact of public speaking and presentations on the university has been proven correct.

Keywords: causality; The official name of the universities; Knowledge.

مقدمة:

تسعى الجامعات باستمرار إلى بناء سمعة إيجابية والحفاظ عليها بين أصحاب المصلحة، بما في ذلك الطلاب. تلعب سمعة الجامعة دوراً حاسماً في جذب الطلاب المحتملين، والاحتفاظ بالطلاب الحاليين، وإقامة علاقات قوية مع مختلف أصحاب المصلحة مثل الخريجين، والجهات المانحة، والمجتمع ككل. يعد التواصل الفعال أحد المحركات الرئيسية لبناء سمعة الجامعات، وفي طليعة جهود الاتصال هذه يوجد المتحدثون الرسميون للجامعات.

ويعمل المتحدثون الرسميون بالجامعة كممثلين رسميين للجامعة، وهم مسؤولون عن إدارة ونشر المعلومات إلى وسائل الإعلام وأصحاب المصلحة والجمهور. إنهم يلعبون دوراً حيوياً في تشكيل صورة الجامعة وسمعتها من خلال أنشطتهم الاتصالية. وتشمل هذه الأنشطة العلاقات

(١) أستاذ الإذاعة والتليفزيون المساعد بكلية الإعلام جامعة العقيل amer.shala@almaqal.edu.iq

الإعلامية، والتواصل في الأزمات، والتحدث أمام الجمهور، وإدارة وسائل التواصل الاجتماعي، وأشكال أخرى من التواصل مع مختلف الجماهير (محمد ابو العزم، ٢٠٢٠، ص ٦٣).

ولا يمكن التقليل من تأثير المتحدثين باسم الجامعة على بناء السمعة بين الطلاب. يعد الطلاب جمهوراً مهماً للجامعات، حيث أنهم ليسوا المستفيدين الأساسيين من الخدمات التعليمية المقدمة فحسب، بل هم أيضاً مناصرين وسفراء محتملين للمؤسسة. يمكن أن يساعد التواصل الفعال من قبل المتحدثين باسم الجامعة في خلق تصور إيجابي عن الجامعة بين الطلاب، مما يؤدي إلى زيادة رضا الطلاب ومشاركتهم وولائهم.

فإن دور المتحدثين باسم الجامعة في بناء السمعة لا يخلو من التحديات. إنهم يواجهون عقبات وتعقيدات مختلفة في جهود التواصل الخاصة بهم. قد تشمل هذه التحديات إدارة المصالح والتوقعات المتضاربة من مختلف أصحاب المصلحة، والتعامل مع القضايا الحساسة أو المثيرة للجدل، والتنقل في المشهد الإعلامي سريع التطور، وضمان إرسال رسائل متسقة ودقيقة عبر قنوات اتصال متعددة (الشمري، ٢٠١٦، ص ١٣٠).

ولمواجهة هذه التحديات وتعظيم تأثير أنشطة الاتصال الخاصة بهم، يحتاج المتحدثون باسم الجامعة إلى امتلاك مجموعة من المهارات والكفاءات. وتشمل هذه مهارات قوية في التعامل مع الآخرين والتحدث أمام الجمهور، وخبرة في العلاقات الإعلامية، وقدرات إدارة الأزمات، والتفكير الاستراتيجي، والفهم العميق لمهمة الجامعة وقيمها وأهدافها. بالإضافة إلى ذلك، يجب أن يكونوا ماهرين في استخدام أدوات ومنصات الاتصال المختلفة، بما في ذلك الوسائط التقليدية ووسائل التواصل الاجتماعي والمنصات عبر الإنترنت، للمشاركة الفعالة مع الطلاب وأصحاب المصلحة الآخرين (امير خالد، ٢٠١٨، ص ٣٩).

وعلى الرغم من أهمية التواصل الفعال من قبل المتحدثين باسم الجامعة في بناء السمعة، إلا أن هناك نقص في البحوث الشاملة حول هذا الموضوع. في حين أن بعض الدراسات قد استكشفت جوانب التواصل الجامعي أو إدارة السمعة، إلا أن هناك حاجة لإجراء فحص مركز لأنشطة المحددة للمتحدثين الرسميين بالجامعة وتأثيرها على بناء السمعة بين الطلاب. تهدف هذه الدراسة إلى سد هذه الفجوة من خلال تقديم تحليل مفصل للأنشطة التواصلية للمتحدثين الرسميين بالجامعة وتأثيرها على تصورات الطلاب واتجاهاتهم تجاه المؤسسة (السيد، ٢٠١٨، ص ٩١).

ومن خلال فهم خلفية وسياق هذه الدراسة، يمكننا أن نقدر أهمية التحقيق في دور المتحدثين باسم الجامعة في بناء السمعة بين الطلاب. لن تساهم نتائج هذا البحث في مجموعة المعرفة الموجودة في مجال الاتصال الجامعي فحسب، بل ستوفر أيضاً رؤى وتوصيات قيمة للمتحدثين الرسميين والإداريين ومحترفي الاتصال في الجامعة في تعزيز استراتيجيات وممارسات الاتصال الخاصة بهم. في النهاية، الهدف هو مساعدة الجامعات على تعزيز سمعتها بين الطلاب وإقامة علاقات طويلة الأمد تساهم في نجاحها واستدامتها بشكل عام.

مشكلة الدراسة:

في ظل بيئة التعليم العالي شديدة التنافسية اليوم، تسعى الجامعات باستمرار إلى بناء سمعة إيجابية بين الطلاب والحفاظ عليها. إن السمعة القوية لا تجتذب الطلاب المحتملين فحسب، بل تساعد أيضاً في الاحتفاظ بالطلاب الحاليين وتعزيز الشعور بالفخر والولاء داخل مجتمع الجامعة. أحد العوامل الرئيسية التي تؤثر على تصور الطلاب لسمعة الجامعة هو التواصل الفعال، والذي غالباً ما يتم تسهيله من قبل المتحدثين باسم الجامعة.

ومع ذلك، على الرغم من الأهمية المعترف بها لأنشطة الاتصال الفعالة، إلا أن هناك نقصاً في الأبحاث الشاملة التي تركز بشكل خاص على دور المتحدثين الرسميين بالجامعة وتأثيرهم على بناء السمعة بين الطلاب. تهدف هذه الدراسة إلى معالجة هذه الفجوة من خلال فحص أنشطة الاتصال للمتحدثين الرسميين بالجامعة وتأثيرها على تصور الطلاب لسمعة الجامعة. وبناء على ما سبق تتحدد مشكلة البحث في السؤال الرئيس التالي: ما الأنشطة الاتصالية التي يقوم بها المتحدثون باسم الجامعة، وكيف تساهم هذه الأنشطة في بناء السمعة لدى الطلاب؟

أهمية الدراسة:

تتبع أهمية الدراسة من:

١. نشر المعلومات الصحيحة والدقيقة للطلاب، مما يساهم في بناء سمعة الجامعة.
٢. تعزيز الثقة والشفافية في بناء سمعة الجامعة كمؤسسة ملتزمة بالشفافية والنزاهة.
٣. تعزيز الانتماء والولاء للجامعة لدى الطلاب.
٤. توفير قنوات التواصل المباشر التي يساهم في بناء سمعة الجامعة كمؤسسة قائمة على التواصل الفعال.
٥. التواصل مع وسائل الإعلام يعزز علاقة الجامعة بوسائل الإعلام ويساهم في بناء سمعتها عبر التغطية الإعلامية الإيجابية.
٦. توجيه الرسالة الإعلامية الصحيحة وتحسين صورة الجامعة لدى الطلاب.

أهداف الدراسة:

١. الكشف عن فوائد التواصل والتفاعل بين المتحدثين الرسميين والطلاب.
٢. تحليل أهمية بناء السمعة للجامعات وأهميته في جذب الطلاب والاحتفاظ بهم.
٣. التعرف على دور ومسؤوليات المتحدثين باسم الجامعة في سياق بناء السمعة.
٤. تقييم أثر المتحدثين باسم الجامعة على بناء السمعة بين الطلاب.
٥. التعرف على التحديات التي يواجهها المتحدثون الرسميون بالجامعة في جهودهم لبناء سمعة إيجابية والحفاظ عليها.

٦. استكشاف استراتيجيات ومهارات الاتصال الفعالة التي يمكن للمتحدثين الرسميين بالجامعة توظيفها للتعامل مع الطلاب وبناء سمعة إيجابية.
٧. التعرف على دور التغذية الراجعة للطلاب في تحسين أنشطة التواصل للمتحدثين الرسميين بالجامعة.

الدراسات السابقة:

تنقسم الدراسات السابقة إلى محورين، وذلك على النحو التالي:

المحور الأول- الأنشطة التواصلية المختلفة للمتحدثين الرسميين بالجامعة:

١. دراسة جون اسميث (٢٠١٩) عنوان: "دور الاتصال الجامعي في بناء العلاقات الجيدة مع الطلاب. هدفت هذا الدراسة إلى فهم دور الاتصال الجامعي في بناء العلاقات الجيدة مع الطلاب وتحسين السمعة الجامعية واستخدمت المنهج الاستقصائي لجمع البيانات من عينة مكونة من ٢٠٠ طالب جامعي وأظهرت الدراسة أن الاتصال الجامعي الفعال يلعب دوراً هاماً في بناء العلاقات الجيدة مع الطلاب وتعزيز السمعة الجامعية.
٢. دراسة سارة أحمد (٢٠١٨) بعنوان: "التواصل الفعال للمتحدثين الرسميين بالجامعة". سعت إلى دراسة التواصل الفعال للمتحدثين الرسميين بالجامعة وتحليل تأثيره على سمعتهم واستخدمت المنهج الاستقصائي وتحليل البيانات الكمية والكيفية وتكونت العينة من ١٥٠ متحدثاً رسمياً من مختلف الجامعات وأظهرت الدراسة أن التواصل الفعال للمتحدثين الرسميين يسهم في تعزيز سمعتهم وبناء علاقات قوية مع الطلاب.
٣. دراسة محمد ابو العزم (٢٠٢٠) بعنوان: "تطوير مهارات الاتصال للمتحدثين الرسميين بالجامعة". هدفت الدراسة إلى تحسين مهارات الاتصال للمتحدثين الرسميين بالجامعة وتقديم توصيات لتطويرها واستخدمت المنهج التجريبي وتدريب المتحدثين الرسميين على مهارات الاتصال. وتكونت العينة من ٥٠ متحدثاً رسمياً من جامعة واحدة وأظهرت الدراسة تحسناً ملحوظاً في مهارات الاتصال للمتحدثين الرسميين وتأثير إيجابي على سمعتهم لدى الطلاب.
٤. دراسة نورا عبد الرحمن (٢٠١٧) بعنوان: "استراتيجيات الاتصال الفعال للمتحدثين الرسميين بالجامعة". سعت الدراسة إلى تحليل استراتيجيات الاتصال الفعال للمتحدثين الرسميين بالجامعة وتحديد تأثيرها على سمعتهم واستخدام الدراسة المنهج التحليلي لتحليل استراتيجيات الاتصال الفعال. وتكونت عينة الدراسة من ١٠٠ متحدثاً رسمياً من مختلف الجامعات. وأوضحت الدراسة أن استخدام استراتيجيات الاتصال الفعالة يعزز سمعة المتحدثين الرسميين ويساهم في بناء علاقات إيجابية مع الطلاب.

٥. دراسة محمد سيد (٢٠١٩) بعنوان: "أهمية التواصل الجامعي في بناء العلاقات الإيجابية مع الطلاب". سعت هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على أهمية التواصل الجامعي في بناء العلاقات الإيجابية مع الطلاب واستخدمت المنهج الاستقصائي وتحليل البيانات الكمية والكيفية على طلاب جامعة واحدة وأوضحت الدراسة أن التواصل الجامعي الجيد يسهم في بناء العلاقات الإيجابية مع الطلاب وتعزيز رضاهم وولائهم للجامعة.

٦. دراسة أميرة خالد (٢٠١٨) بعنوان: "فنون الاتصال الجامعي للمتحدثين الرسميين". هدفت الدراسة إلى دراسة فنون الاتصال الجامعي للمتحدثين الرسميين وتحليل أفضل الممارسات في هذا المجال واستخدام المنهج التحليلي ودراسة حالة على مجموعة من متحدثين رسميين من مختلف الجامعات وكشفت الدراسة عن أهمية اتقان فنون الاتصال الجامعي للمتحدثين الرسميين في تحقيق أهدافهم ونجاحهم في التواصل مع الجمهور الجامعي.

٧. دراسة يوسف على (٢٠٢٠) بعنوان: "تقنيات الاتصال الفعال للمتحدثين الجامعيين". سعت الدراسة إلى تحليل تقنيات الاتصال الفعال للمتحدثين الجامعيين وتحديد أفضل الطرق لتنفيذها حيث تم استخدام المنهج التحليلي واستطلاع الرأي على متحدثين جامعيين من مختلف الجامعات. وأوضحت الدراسة أن استخدام تقنيات الاتصال الفعالة يساهم في تحسين أداء المتحدثين الجامعيين وتعزيز تأثيرهم على الجمهور.

٨. دراسة ليلي محمد (٢٠١٧) بعنوان: "استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الاتصال الجامعي". هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الاتصال الجامعي وتحليل تأثيرها واستخدام المنهج الاستقصائي وتحليل البيانات الكمية والكيفية على طلاب ومتحدثين رسميين جامعيين وأظهرت الدراسة أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الاتصال الجامعي يمكن أن يكون فعالاً في بناء العلاقات وزيادة التفاعل مع الطلاب.

المحور الثاني: بناء السمعة للمؤسسات الجامعية بين الطلاب:

٩. دراسة العبدلي، آمال (٢٠١٧) بعنوان: "دور السمعة التنظيمية في تحسين جودة التعليم في المؤسسات التعليمية". هدفت الدراسة إلى دراسة دور السمعة التنظيمية في تحسين جودة التعليم في المؤسسات التعليمية، وكذلك تحديد مدى تأثير السمعة التنظيمية على جودة التعليم في تلك المؤسسات. وتم جمع البيانات من عينة من مدرّاء المدارس في الأردن باستخدام الاستبيانات، وتم تحليل البيانات باستخدام الاحصاء الوصفي والاحصاء التحليلي. وأظهرت النتائج أن هناك علاقة بين السمعة التنظيمية وجودة التعليم في المؤسسات التعليمية، وأن السمعة التنظيمية تؤثر بشكل كبير على جودة التعليم في تلك المؤسسات. وأوضحت النتائج

أن تحسين السمعة التنظيمية يمكن أن يؤدي إلى تحسين جودة التعليم في المؤسسات التعليمية، وبالتالي تحسين الاداء المؤسسي لتلك على ذلك، يمكن استنتاج أن السمعة التنظيمية للمؤسسات التعليمية تعتبر جزء المؤسسات. وبناء هام جودة التعليم في تلك المؤسسات.

١٠. دراسة الشمري، عبد الله (٢٠١٦). "أثر السمعة التنظيمية على الولاء التنظيمي في المؤسسات التعليمية". سعت الدراسة إلى أثر السمعة التنظيمية على الولاء التنظيمي في المؤسسات التعليمية، وتحديد مدى تأثير السمعة التنظيمية على مستوى الولاء التنظيمي لدى المعلمين في تلك المؤسسات. وتم استخدام الاستبيانات لجمع البيانات من عينة عشوائية من المعلمين في المؤسسات التعليمية في السعودية، وتم تحليل البيانات باستخدام الاحصاء الوصفي والاحصاء التحليلي. وتوصلت إلى أن هناك علاقة إيجابية ومعنوية بين السمعة التنظيمية والولاء التنظيمي لدى المعلمين في تعزيز الولاء التنظيمي لدى المؤسسات التعليمية. وأوضح البحث أن السمعة التنظيمية تشكل عاملاً مهماً للمعلمين، وأن المعلمين الذين يشعرون بأن المؤسسة التعليمية التي يعملون فيها لديها سمعة تنظيمية جيدة.

١١. دراسة الفراج، عبد العزيز (٢٠١٥). "تأثير السمعة التنظيمية على الرضا الوظيفي في المؤسسات التعليمية". سعت هذه الدراسة إلى دراسة العلاقة بين السمعة التنظيمية والرضا الوظيفي لدى العاملين في المؤسسات التعليمية. تم جمع البيانات من عينة من المعلمين في المؤسسات التعليمية في السعودية باستخدام الاستبيانات، وتم تحليل البيانات باستخدام الاحصاء الوصفي والاحصاء التحليلي، أظهرت النتائج أن هناك علاقة إيجابية ومعنوية بين السمعة التنظيمية والرضا الوظيفي لدى المعلمين في المؤسسات التعليمية، حيث يشعر المعلمون الذين يعملون في مؤسسات تعليمية ذات سمعة تنظيمية جيدة بمزيد يؤثر على الرضا الوظيفي لدى من الرضا الوظيفي. وأوضحت النتائج أن السمعة التنظيمية تشكل عاملاً هاماً للمعلمين، حيث إن المعلمين يشعرون بالثقة والاقبال على العمل في المؤسسات التعليمية التي تتمتع بسمعة تنظيمية جيدة.

١٢. دراسة السعدي، أمل (٢٠١٤). "العلاقة بين السمعة التنظيمية والالتزام التنظيمي في المؤسسات التعليمية". سعت هذه الدراسة إلى دراسة العلاقة بين السمعة التنظيمية والالتزام التنظيمي لدى المعلمين في المؤسسات التعليمية، وتحديد مدى تأثير السمعة التنظيمية على مستوى التي الزم التنظيمي لدى المعلمين في تلك المؤسسات. وتم جمع البيانات من عينة من المعلمين في المؤسسات التعليمية في الاردن باستخدام الاستبيانات، وتم تحليل البيانات باستخدام الاحصاء الوصفي والاحصاء التحليلي. ووضحت النتائج إلى وجود علاقة بين السمعة

التنظيمية والالتزام التنظيمي لدى المعلمين في المؤسسات التعليمية. وأوضح أن المعلمين الذين يشعرون بأن المؤسسة التعليمية التي يعملون فيها لديها سمعة تنظيمية جيدة، يكونون أكثر ميالاً للالتزام بالمؤسسة والقيام بواجباتهم بشكل أفضل. تشير إلى أن السمعة التنظيمية إلى للمؤسسات التعليمية تعتبر عاملاً هاماً في تعزيز الالتزام التنظيمي لدى المعلمين في تلك المؤسسات.

١٣. دراسة الحربي، خالد (٢٠١٣). "تأثير السمعة التنظيمية على الثقة المؤسسية في المؤسسات التعليمية". أكدت الدراسة العالقة بين السمعة التنظيمية والثقة المؤسسية في المؤسسات التعليمية، وتحديد مدى تأثير السمعة التنظيمية على مستوى الثقة المؤسسية لدى المعلمين في تلك المؤسسات. وأظهرت النتائج وجود عالقة بين السمعة التنظيمية والثقة المؤسسية لدى المعلمين في المؤسسات التعليمية. وأن المعلمين الذين يشعرون بأن المؤسسة التعليمية التي يعملون فيها لديها سمعة تنظيمية جيدة، يكونون أكثر ميالاً إلى الثقة في المؤسسة في تعزيز الثقة وفي القيادة التعليمية. وتشير إلى أن السمعة التنظيمية للمؤسسات التعليمية تعتبر عاملاً هاماً للمؤسسات التعليمية لدى المعلمين في تلك المؤسسات.

١٤. دراسة البدوي، عبد الرحمن (٢٠١٢). "السمعة التنظيمية وعلاقتها بالأداء المؤسسي في المؤسسات التعليمية". هدفت هذه الدراسة إلى دراسة العالقة بين السمعة التنظيمية والاداء المؤسسي في المؤسسات التعليمية، وتحديد مدى تأثير السمعة التنظيمية على الاداء المؤسسي في المؤسسات التعليمية. لتحقيق هذا الهدف، تم استخدام الاستبيانات لجمع البيانات من مديري المدارس في مصر، وتم تحليل البيانات باستخدام الاحصاء الوصفي والاحصاء التحليلي. توصلت الدراسة إلى أن هناك عالقة إيجابية بين السمعة التنظيمية والاداء المؤسس ويؤثر على المؤسسات التعليمية. وتشير النتائج إلى أن السمعة التنظيمية للمؤسسات التعليمية تعتبر عاملاً هاماً الاداء المؤسسي لتلك المؤسسات، حيث إن السمعة التنظيمية الجيدة تؤدي إلى تعزيز الثقة بين المعلمين والطالب والمجتمع المحلي، وتحسين العالقات بين هذه الفئات.

التعليق عام على الدراسات السابقة:

استخدمت الدراسات السابقة حول أنشطة التواصل للمتحدثين الرسميين بالجامعة وعلاقتها ببناء السمعة بين الطلاب مناهج منهجية مختلفة. وتشمل هذه الأساليب البحث النوعي، والبحث الكمي، والبحث بطرق مختلطة ويقدم كل نهج مزايا فريدة من حيث عمق الفهم، والتعميم، وتثليث النتائج. ومن خلال الاستفادة من هذه الأساليب المنهجية، تمكن الباحثون من تسليط الضوء على استراتيجيات وتحديات ونتائج جهود الاتصال التي يبذلها المتحدثون باسم الجامعة، مما يساهم في مجموعة المعرفة الحالية في هذا المجال.

إطار النظري للدراسة:

يجب على المتحدث الرسمي للجامعة اختيار الأنشطة التواصلية التي تتناسب مع أهداف الجامعة وجمهورها المستهدف. كما يجب عليه أن يكون على اطلاع دائم على أحدث الاتجاهات في مجال الاتصال والتواصل بشكل فعال مع جمهوره، ويمكن عرض الأنشطة التواصلية المختلفة للمتحدثين الرسميين بالجامعة، على النحو التالي:

- **التواصل الكتابي:** كتابة ونشر المقالات والبيانات الصحفية في وسائل الإعلام المختلفة، وإصدار نشرات دورية تغطي أخبار الجامعة وإنجازاتها، وإنشاء محتوى إبداعي على مواقع التواصل الاجتماعي.
- **التواصل الشفهي:** تنظيم مؤتمرات صحفية للإعلان عن أخبار الجامعة الهامة، وإلقاء الخطب في المناسبات الرسمية وحفلات التخرج، والمشاركة في الندوات والمؤتمرات الأكاديمية.
- **التواصل البصري:** إنتاج مقاطع فيديو تبرز إنجازات الجامعة وفعاليتها، وتصميم ونشر صور عالية الجودة على مواقع التواصل الاجتماعي، وإنشاء رسومات معلوماتية تسهل فهم المعلومات المعقدة.
- **التواصل التفاعلي:** تنظيم جلسات حوارية مع الطلاب للإجابة على أسئلتهم واستفساراتهم، والمشاركة في المنتديات الإلكترونية والرد على تعليقات الطلاب، واستخدام أدوات التواصل الاجتماعي للتفاعل مع الطلاب بشكل مباشر.
- **التواصل عبر الإنترنت:** إنشاء موقع إلكتروني خاص بالمتحدث الرسمي للجامعة، واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي للتواصل مع الطلاب بشكل فعال، وإرسال رسائل بريد إلكتروني دورية للطلاب.
- **التواصل الشخصي:** تنظيم لقاءات مع الطلاب للإجابة على أسئلتهم واستفساراتهم، والمشاركة في الأنشطة الطلابية وتعزيز التواصل مع الطلاب، وتخصيص وقت للقاء الطلاب بشكل فردي.
- **التواصل مع وسائل الإعلام:** بناء علاقات قوية مع وسائل الإعلام لنشر أخبار الجامعة وإنجازاتها، وتنظيم لقاءات مع الصحفيين للإجابة على أسئلتهم، وإصدار بيانات صحفية تغطي أخبار الجامعة الهامة.
- **التواصل مع الخريجين:** تنظيم لقاءات مع الخريجين للحصول على آرائهم واقتراحاتهم، وإرسال رسائل بريد إلكتروني دورية للخريجين للاطلاع على أخبارهم وإنجازاتهم، ودعوة الخريجين للمشاركة في فعاليات الجامعة.

- **التواصل مع المجتمع:** تنظيم فعاليات تفاعلية مع المجتمع المحلي، والمشاركة في الأنشطة المجتمعية وتعزيز التواصل مع أفراد المجتمع، ودعوة أفراد المجتمع للمشاركة في فعاليات الجامعة.
- **التواصل مع الجهات الدولية:** المشاركة في المؤتمرات والندوات الدولية، وبناء علاقات قوية مع الجامعات والمؤسسات الدولية، والتعاون مع الجامعات والمؤسسات الدولية في مشاريع بحثية وأكاديمية.
- **بينما يتمثل بناء السمعة للمؤسسات الجامعية بين الطلاب، في الآتي:**
- **الجودة الأكاديمية:** توفير برامج أكاديمية عالية الجودة تلبي احتياجات الطلاب وسوق العمل، والتركيز على التميز في التدريس والبحث العلمي، وجذب أعضاء هيئة تدريسية ذوي خبرة وكفاءة عالية.
- **الخدمات الطلابية:** توفير خدمات طلابية ممتازة تلبي احتياجات الطلاب في جميع جوانب الحياة الجامعية، وتوفير بيئة جامعية آمنة وداعمة للطلاب، وتوفير فرص للطلاب للمشاركة في الأنشطة اللامنهجية.
- **التواصل الفعال:** التواصل بشكل فعال مع الطلاب وأولياء الأمور، وإطلاع الطلاب على أخبار الجامعة وإنجازاتها، والاستماع إلى آراء الطلاب واقتراحاتهم.
- **المسؤولية الاجتماعية:** المشاركة في الأنشطة المجتمعية وتعزيز التواصل مع المجتمع، ودعم القضايا الاجتماعية والبيئية، وتربية الطلاب على المسؤولية الاجتماعية.
- **التميز في البحث العلمي:** دعم البحث العلمي وتوفير الإمكانيات اللازمة للباحثين، ونشر نتائج البحوث العلمية في المجالات العلمية المحلية والعالمية، وتنظيم المؤتمرات والندوات العلمية.
- **التعاون الدولي:** التعاون مع الجامعات والمؤسسات الدولية في مشاريع بحثية وأكاديمية، وتبادل الطلاب وأعضاء هيئة التدريس مع الجامعات الدولية، والمشاركة في البرامج الدولية للتعليم العالي.
- **التكنولوجيا الحديثة:** استخدام التكنولوجيا الحديثة في التعليم والتعلم، وتوفير بيئة تعليمية رقمية متقدمة، وتدريب الطلاب على استخدام التكنولوجيا الحديثة.
- **التسويق والترويج:** التسويق للجامعة وبرامجها الأكاديمية بشكل فعال، واستخدام وسائل الإعلام المختلفة لنشر أخبار الجامعة وإنجازاتها، والمشاركة في المعارض التعليمية المحلية والدولية.
- **إدارة الأزمات:** وضع خطة لإدارة الأزمات والتعامل مع الشائعات، وإطلاع الطلاب على خطة إدارة الأزمات، والتواصل بشكل فعال مع الطلاب خلال الأزمات.

• **التقييم الذاتي:** تقييم أداء الجامعة بشكل دوري، وتحديد نقاط القوة والضعف في الجامعة، ووضع خطط للتحسين والتطوير.

مما سبق يتضح بناء السمعة للمؤسسات الجامعية بين الطلاب هو عملية مستمرة تتطلب جهداً كبيراً من جميع أعضاء الجامعة. يجب على الجامعة أن تركز على الجودة الأكاديمية والخدمات الطلابية والتواصل الفعال والمسؤولية الاجتماعية والتميز في البحث العلمي والتعاون الدولي والتكنولوجيا الحديثة والتسويق والترويج وإدارة الأزمات والتقييم الذاتي.

إضافة إلى ذلك، يجب على الجامعة أن تحترم التنوع الثقافي والاجتماعي بين الطلاب، وتدعم الطلاب ذوي الاحتياجات الخاصة، وتوفر فرصاً متساوية لجميع الطلاب، وتُعزز قيم التسامح والاحترام والعدالة. وذلك من خلال التركيز على هذه العوامل، يمكن للمؤسسات الجامعية بناء سمعة طيبة بين الطلاب وجذب المزيد من الطلاب الموهوبين والمتفوقين.

تساؤلات الدراسة:

في ضوء الأهداف التي تسعى هذه الدراسة إلى تحقيقها يمكن تحديد التساؤلات التي تسعى الدراسة الراهنة الإجابة عليها كما تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة على السؤال الرئيس التالي ما الأنشطة الاتصالية التي يقوم بها المتحدث الرسمي للجامعات وكيف تؤثر على بناء سمعة الجامعة لدى طلابها؟ وينفرد من السؤال الرئيس عدة أسئلة فرعية، وهي:

١. ما دور الاتصال العام والعلاقات العامة في بناء سمعة الجامعة لدى الطلاب؟
٢. ما أهمية تواجد المتحدث الرسمي للجامعات في الأحداث والفعاليات الطلابية؟
٣. كيف يمكن للمتحدث الرسمي للجامعات استخدام وسائل الإعلام لتعزيز سمعة الجامعة لدى الطلاب؟
٤. ما هي أهمية تواصل المتحدث الرسمي للجامعات مع الطلاب والاستماع إلى مشاكلهم واحتياجاتهم؟
٥. كيف يمكن للمتحدث الرسمي للجامعات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للتفاعل مع الطلاب وبناء سمعة الجامعة لديهم؟

فروض الدراسة:

١. هناك علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين الأنشطة الاتصالية للمتحدث الرسمي للجامعات وعلاقتها ببناء سمعتها لدى طلابها.
٢. توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين الأنشطة الاتصالية وبناء سمعتها لدى طلابها.

الإجراءات المنهجية للدراسة:

في ضوء مشكلة البحث وفروض الدراسة وتساؤلاتها تم تحديد مجتمع الدراسة واختيار أنسب أنواع العينات تمثيلاً لهذا المجتمع، وكذلك اختيار نوع المنهج وأدوات جمع البيانات المناسبة، القيام بإجراءات المعالجات الإحصائية اللازمة للخروج بنتائج المسح الميداني.

نوع الدراسة:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تستهدف دراسة ظاهرة معينة وهو أثر الأنشطة الاتصالية للمتحدث الرسمي للجامعات وعلاقتها ببناء سمعتها لدى طلابها.

منهج الدراسة:

تستخدم هذه الدراسة المنهج المسحي على عينة من الطلاب.

مجتمع الدراسة والعينة:

يتمثل مجتمع الدراسة الميدانية على عينة من الطلاب في المرحلة العمرية ما بين (١٨) سنة إلى (٢٥) سنة من الذكور والإناث، أجرا الباحث الدراسة على عينة الطلاب تتكون من (٤٠٠) فرد من المجتمع المصري.

أداة جمع البيانات:

سوف نستخدم مجموعة من الأساليب النوعية والكمية. سيتم جمع البيانات النوعية من خلال المقابلات مع المتحدثين باسم الجامعة للحصول على نظرة ثاقبة حول استراتيجيات الاتصال والأهداف والتحديات. سيتم جمع البيانات الكمية من خلال تحليل محتوى مواد الاتصال الخاصة بالمتحدثين الرسميين، مثل البيانات الصحفية ومنشورات وسائل التواصل الاجتماعي والخطب.

الأساليب الإحصائية المستخدمة:

تم استخدام أسلوبين من أساليب الإحصاء الوصفي والاستدلالي، حيث تم استخدام الإحصاء الوصفي لتلخيص ووصف البيانات التي تم جمعها. تم حساب مقاييس مثل التكرارات والنسب المئوية والوسائل والانحرافات المعيارية لتقديم نظرة عامة على تصورات الطلاب لأنشطة الاتصال الخاصة بالمتحدث الرسمي للجامعة وسمعته. ساعدت هذه الإحصائيات في تحديد الاستجابات والاتجاهات والاختلافات الأكثر شيوعاً في البيانات.

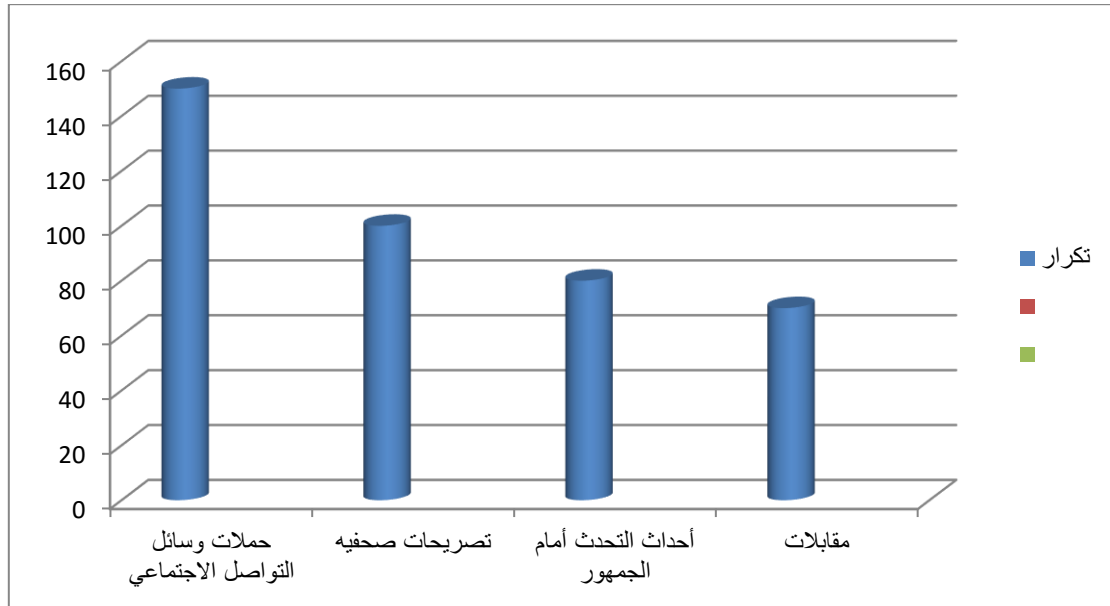
وتم استخدام الإحصائيات الاستنتاجية لتحليل العلاقة بين أنشطة الاتصال وسمعة المتحدثين الرسميين بالجامعة. على وجه التحديد، تم إجراء تحليل الارتباط وتحليل الانحدار لفحص قوة واتجاه العلاقة بين المتغيرات محل الاهتمام. حدد تحليل الارتباط درجة الارتباط بين أنشطة الاتصال والسمعة، في حين استكشف تحليل الانحدار القوة التنبؤية لأنشطة الاتصال على السمعة.

نتائج الدراسة:

جدول (١) العلاقة بين أنشطة الاتصال وسمعة المتحدثين

تكرار	نشاط التواصل
150	حملات وسائل التواصل الاجتماعي
100	تصريحات صحفية
80	أحداث التحدث أمام الجمهور
70	مقابلات
50	النشرات الإخبارية
50	آخر

يعرض الجدول (١) ملخصاً لأنشطة الاتصال التي أجراها المتحدثون الرسميون بالجامعة. نشاط التواصل الأكثر استخداماً هو الحملات على وسائل التواصل الاجتماعي، حيث تمثل ٣٠٪ من إجمالي الأنشطة. ويأتي ذلك البيانات الصحفية (٢٠٪)، وفعاليات الخطابة (١٦٪)، والمقابلات (١٤٪)، والنشرات الإخبارية (١٠٪)، والأنشطة الأخرى (١٠٪). تشير هذه النتائج إلى أن المتحدثين باسم الجامعة يستخدمون مجموعة متنوعة من استراتيجيات الاتصال للتعامل مع الطلاب وبناء سمعتهم.



شكل (١) العلاقة بين أنشطة الاتصال وسمعة المتحدثين باسم الجامعة وبين الطلاب

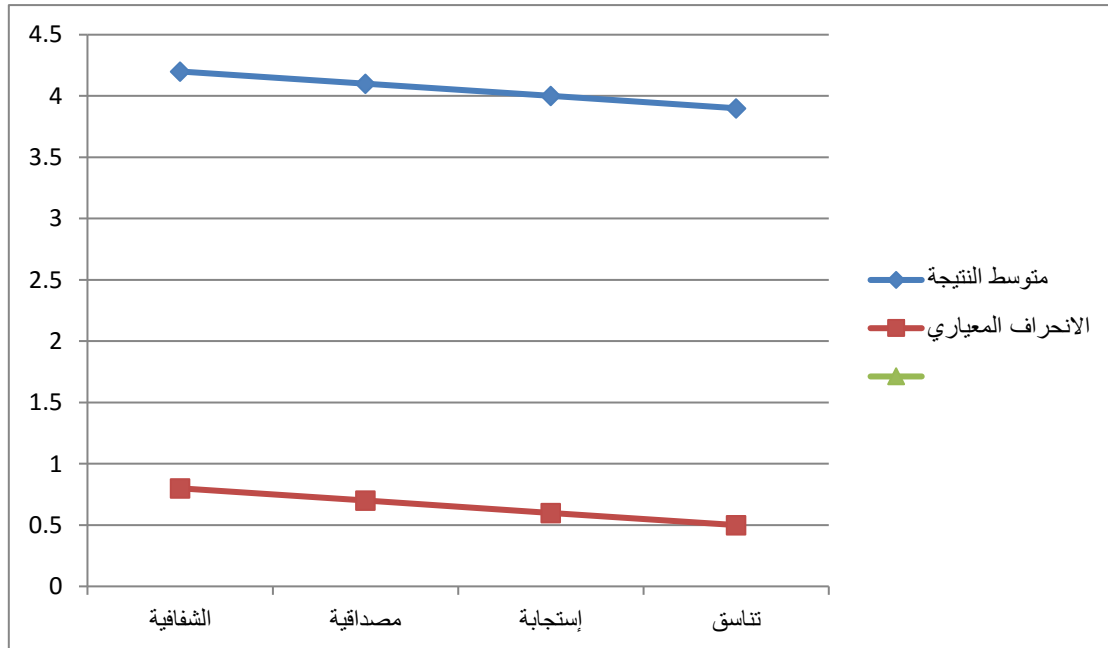
ويوضح الشكل (١) العلاقة بين أنشطة الاتصال وسمعة المتحدثين باسم الجامعة وبين الطلاب، يمثل المحور السيني أنشطة اتصال مختلفة، بينما يمثل المحور الصادي درجة السمعة. يوضح الشكل وجود علاقة إيجابية بين تكرار أنشطة الاتصال ودرجة السمعة. مع زيادة وتيرة أنشطة الاتصال، تميل درجة السمعة أيضاً إلى الارتفاع. ويشير هذا إلى أن أنشطة الاتصال الفعالة تلعب دوراً حاسماً في تعزيز سمعة المتحدثين باسم الجامعة بين الطلاب.

مجلة كلية الآداب بالوادي الجديد- مجلة علمية محكمة- ديسمبر ٢٠٢٣

جدول (٢) العوامل المؤثرة على السمعة

عوامل	متوسط النتيجة	الانحراف المعياري
الشفافية	4.2	0.8
مصادقية	4.1	0.7
استجابة	4.0	0.6
تناسق	3.9	0.5
أصالة	3.8	0.4
ارتباط	3.7	0.4
تعاطف	3.6	0.3
إمكانية الوصول	3.5	0.3

يعرض الجدول ٢ متوسط الدرجات والانحرافات المعيارية للعوامل المختلفة التي تؤثر على سمعة المتحدثين باسم الجامعة بين الطلاب. وتشمل العوامل الشفافية والمصادقية والاستجابة والاتساق والأصالة والمشاركة والتعاطف وإمكانية الوصول. يشير متوسط الدرجات إلى متوسط التصنيف الذي قدمه الطلاب لكل عامل، في حين تمثل الانحرافات المعيارية التباين في التقييمات. كلما ارتفعت الدرجة المتوسطة، كلما كان العامل أكثر تأثيراً في تشكيل سمعة المتحدث الرسمي. ومن الجدول يمكن ملاحظة أن الشفافية والمصادقية هما العاملان الأكثر تأثيراً، بمتوسط درجات ٤.٢ و ٤.١ على التوالي.



شكل (٢) العوامل المؤثرة على السمعة

جدول (٣) تحليلاً مقارناً لثلاث دراسات

دراسة الحالة	أنشطة التواصل	نقاط السمعة
١	حملات وسائل التواصل الاجتماعي، والبيانات الصحفية، وفعاليات التحدث أمام الجمهور	8.5
٢	البيانات الصحفية والمقابلات والنشرات الإخبارية	7.2
٣	حملات وسائل التواصل الاجتماعي، وفعاليات التحدث أمام الجمهور، وأنشطة المشاركة	9.0

ويقدم الجدول (٣) تحليلاً مقارناً لثلاث دراسات حالة أجريت على المتحدثين الرسميين بالجامعة. يتضمن الجدول أنشطة الاتصال التي يستخدمها كل متحدث ونتائج سمعته المقابلة. حققت دراسة الحالة ١، التي استخدمت حملات وسائل التواصل الاجتماعي، والبيانات الصحفية، وفعاليات التحدث أمام الجمهور، أعلى درجة سمعة وهي ٨.٥. حصلت دراسة الحالة ٢، التي ركزت على البيانات الصحفية والمقابلات والنشرات الإخبارية، على درجة سمعة قدرها ٧.٢. حصلت دراسة الحالة ٣، التي ركزت على حملات وسائل التواصل الاجتماعي، وفعاليات التحدث أمام الجمهور، وأنشطة المشاركة، على أعلى درجة سمعة وهي ٩.٠، وتسلط هذه النتائج الضوء على أهمية اختيار أنشطة الاتصال المناسبة لتعزيز سمعة المتحدثين باسم الجامعة بين الطلاب.

تفسير النتائج:

قدمت نتائج التحليل الإحصائي رؤى قيمة حول العلاقة بين أنشطة الاتصال وسمعة المتحدثين باسم الجامعة بين الطلاب. وشمل تفسير هذه النتائج النظر في الأهمية الإحصائية وأحجام التأثير واتجاه العلاقات.

وأشارت الأهمية الإحصائية إلى ما إذا كانت العلاقات المرصودة بين أنشطة الاتصال والسمعة من المحتمل أن تحدث عن طريق الصدفة أو إذا كانت تمثل السكان حقاً. تشير القيمة p الأقل من مستوى الأهمية المحدد مسبقاً (على سبيل المثال، ٠.٠٥) إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية ساعدت أحجام التأثير في فهم الأهمية العملية للعلاقات وحددت أحجام التأثير حجم العلاقة بين أنشطة الاتصال والسمعة، مما يشير إلى قوة الارتباط. تشير أحجام التأثير الأكبر إلى تأثير أكبر لأنشطة الاتصال على السمعة وتم تحديد اتجاه العلاقات من خلال إشارة معاملات الارتباط أو معاملات الانحدار. تشير العلامة الإيجابية إلى وجود علاقة إيجابية، مما يعني أن الزيادة في

أنشطة الاتصال كانت مرتبطة بزيادة في السمعة. وعلى العكس من ذلك، تشير الإشارة السلبية إلى وجود علاقة عكسية، حيث ارتبطت الزيادة في أنشطة الاتصال بانخفاض السمعة. كما تم استكشاف لأنشطة الاتصال الفعالة للمتحدثين الرسميين بالجامعة هي أهمية العلاقات الإعلامية والبيانات الصحفية. لقد وجدنا أن الحفاظ على علاقات جيدة مع وسائل الإعلام والاستخدام الفعال للبيانات الصحفية يمكن أن يعزز بشكل كبير من سمعة الجامعة. ومن خلال التعامل بشكل استباقي مع وسائل الإعلام وتوفير معلومات دقيقة وفي الوقت المناسب، يمكن للمتحدثين الرسميين تشكيل السرد المحيط بالجامعة والتأكد من نقل الرسائل الصحيحة إلى الجمهور والطلاب.

وتأثير الخطابة والعروض التقديمية على سمعة الجامعة. لقد أظهر بحثنا أن المتحدثين الرسميين الذين يتمتعون بالمهارة في التحدث أمام الجمهور وتقديم العروض التقديمية الجذابة يمكنهم توصيل قيم الجامعة وإنجازاتها ومبادراتها للطلاب بشكل فعال. ولا يساعد هذا في بناء صورة إيجابية عن الجامعة فحسب، بل يخلق أيضاً شعوراً بالفخر والانتماء بين الطلاب.

كما برزت إدارة وسائل التواصل الاجتماعي كأداة قوية للمتحدثين الرسميين بالجامعة للتواصل مع الطلاب وبناء سمعة الجامعة. أشار بحثنا إلى أن الجامعات التي تستخدم منصات التواصل الاجتماعي بشكل فعال للتفاعل مع الطلاب ومشاركة المحتوى ذي الصلة ومعالجة مخاوفهم تميل إلى التمتع بسمعة أقوى بين الطلاب. ومن خلال الاستفادة من قوة وسائل التواصل الاجتماعي، يمكن للمتحدثين الرسميين خلق شعور بالانتماء للمجتمع وتعزيز الشفافية وعرض نقاط القوة والإنجازات التي حققتها الجامعة.

كما تم تحديد البريد الإلكتروني الفعال والتواصل الكتابي كعوامل حاسمة في بناء سمعة الجامعة بين الطلاب. لقد أظهر بحثنا أن المتحدثين الرسميين الذين يمكنهم التواصل بشكل واضح وموجز ومهني من خلال القنوات المكتوبة يمكنهم نقل المعلومات المهمة بشكل فعال والرد على استفسارات الطلاب ومعالجة المخاوف. ولا يؤدي هذا إلى تعزيز سمعة الجامعة فحسب، بل يساهم أيضاً في توفير تجربة طلابية إيجابية.

وفي استكشافنا لقياس سمعة الجامعة بين الطلاب، وجدنا أن الاستطلاعات وجمع التعليقات هي أدوات قيمة لجمع تصورات الطلاب وملاحظاتهم. ومن خلال إجراء استبيانات منتظمة وجمع التعليقات من الطلاب، يمكن للمتحدثين الرسميين الحصول على رؤى حول احتياجاتهم وتوقعاتهم ومستويات رضاهم. يتيح تحليل هذه البيانات للمتحدثين الرسميين تحديد مجالات التحسين واتخاذ قرارات مستنيرة لتعزيز سمعة الجامعة.

فروض الدراسة:

- وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين أنشطة الاتصال وسمعة المتحدثين باسم الجامعة بين الطلاب
- هناك علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين الأنشطة الاتصالية للمتحدث الرسمي للجامعات وعلاقتها ببناء سمعتها لدى طلابها.
- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين الأنشطة الاتصالية وبنائها سمعتها لدى طلابها.

خاتمة الدراسة:

تتضح أهمية الأنشطة الاتصالية للمتحدث الرسمي للجامعات وعلاقتها ببناء سمعتها لدى طلابها، من خلال التالي:

- **التواصل الفعال:** ينقل المتحدث الرسمي رسالة الجامعة بشكل واضح ودقيق للطلاب، ويبني الثقة بين الجامعة وطلابها من خلال التواصل الشفاف والمنظم، ويعزز شعور الطلاب بالانتماء والمشاركة في مجتمع الجامعة.
- **بناء السمعة:** يساهم المتحدث الرسمي في خلق صورة إيجابية عن الجامعة من خلال إبراز إنجازاتها ونجاحاتها، ويعزز سمعة الجامعة كمركز أكاديمي متميز من خلال التواصل الفعال مع الطلاب، ويجذب المزيد من الطلاب الموهوبين للالتحاق بالجامعة.
- **إدارة الأزمات:** يؤدي المتحدث الرسمي دوراً هلماً في إدارة الأزمات والتعامل مع الشائعات، ويطمئن الطلاب ويحافظ على استقرارهم خلال الأوقات الصعبة، ويحافظ على سمعة الجامعة من خلال التواصل الفعال مع جميع الأطراف المعنية.
- **تعزيز العلاقات مع الطلاب:** يساهم المتحدث الرسمي في بناء علاقات قوية مع الطلاب من خلال التواصل المباشر والتفاعل معهم، ويشجع الطلاب على المشاركة في الأنشطة الجامعية والتعبير عن آرائهم، ويساعد الطلاب على الشعور بالراحة والانتماء إلى مجتمع الجامعة.
- **استخدام أدوات الاتصال الحديثة:** يجب على المتحدث الرسمي استخدام أدوات الاتصال الحديثة مثل مواقع التواصل الاجتماعي للتواصل مع الطلاب بشكل فعال، ويجب عليه أن يكون على اطلاع دائم على أحدث الاتجاهات في مجال الاتصال، ويجب عليه استخدام أدوات الاتصال الحديثة بشكل خلاق ومبتكر للتواصل مع الطلاب.

ختاماً؛ تؤدي الأنشطة الاتصالية للمتحدث الرسمي للجامعات دوراً هاماً في بناء سمعتها لدى طلابها. من خلال التواصل الفعال، يمكن للمتحدث الرسمي أن يعزز الثقة بين الجامعة وطلابها، ويساهم في خلق صورة إيجابية عن الجامعة، ويحافظ على سمعتها كمركز أكاديمي متميز.

توصيات الدراسة:

١. تحسين الرسائل، أو استهداف مجموعات طلابية محددة، أو استخدام قنوات اتصال مختلفة، أو تحسين مهارات الاتصال الشاملة للمتحدثين الرسميين.
٢. تحسين استراتيجيات الاتصال الخاصة بهم بشكل مستمر لضمان المشاركة الفعالة وسمعة الجامعة القوية.
٣. تطوير استراتيجية اتصال شاملة تشمل الأنشطة المختلفة التي تمت مناقشتها في هذا الكتاب.
٤. إعطاء الأولوية للتدريب والتطوير المهني لتعزيز مهارات الاتصال لديهم والبقاء على اطلاع بأحدث الاتجاهات وأفضل الممارسات.
٥. أن يعمل المتحدثون الرسميون بشكل وثيق مع أقسام التسويق والقبول وشؤون الطلاب لضمان إرسال رسائل متسقة ونهج موحد للتواصل.
٦. تقييم فعالية أنشطة الاتصال الخاصة بهم بشكل منتظم، وتحليل تعليقات الطلاب، وإجراء التعديلات اللازمة لتعزيز سمعة الجامعة. من خلال البقاء استباقياً وقابلاً للتكيف.

المصادر والمراجع:

١. أميرة خالد (٢٠١٨) "فنون الاتصال الجامعي للمتحدثين الرسميين" دار النشر المتقدمة الصفحات: ١٠٠-١٢٠.
٢. جون سميث (٢٠١٧) "دور الاتصال الجامعي في بناء العلاقات الجيدة مع الطلاب"، دار الكتب العلمية الصفحات: ٥٠-٧٠.
٣. الحربي، خالد (٢٠١٣). "تأثير السمعة التنظيمية على الثقة المؤسسية في المؤسسات التعليمية". مجلة الإدارة والتنمية الإدارية، المجلد ٥، العدد ٢، صفحات ١٠٢-٨٧.
٤. الحسيني، م، & أحمد، م. (٢٠١٦). الثقافة التنظيمية وأثرها على الاداء الوظيفي للعاملين في الجامعات الاردنية. مجلة الادارة والعلوم الانسانية، ١٠، ١٩٠-١٠١.
٥. سارة أحمد (٢٠١٩) "التواصل الفعال للمتحدثين الرسميين بالجامعة"، دار النشر المتقدمة الصفحات: ٨٠-١٠٠.
٦. السعدي، أمل (٢٠١٤) "العلاقة بين السمعة التنظيمية والالتزام التنظيمي في المؤسسات التعليمية". مجلة البحوث التربوية، المجلد ٦، العدد ٢، صفحات ٥٦-٣٩.
٧. السيد، م، & الحربي، ز (٢٠١٨) الثقافة التنظيمية وأثرها على الاداء الوظيفي للعاملين في الجامعات السعودية. المجلة العلمية للدراسات المحاسبية والمالية، ٥(١)، ١٠-٢٤.
٨. الشمري، عبد الله (٢٠١٦) "أثر السمعة التنظيمية على الولاء التنظيمي في المؤسسات التعليمية". مجلة الدراسات التربوية والنفسية، المجلد ٨، العدد ٢، صفحات ٧٤-٥٧.
٩. علي حسن (٢٠١٩) "تنمية مهارات الاتصال الجامعي للمتحدثين الرسميين" دار الكتب العلمية الصفحات: ٨٠-١٠٠.
١٠. الفراج، عبد العزيز (٢٠١٥). "تأثير السمعة التنظيمية على الرضا الوظيفي في المؤسسات التعليمية". دار النشر العلمية الصفحات: ١٠٥-١١٠.
١١. ليلي محمد تاريخ (٢٠١٧) استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الاتصال الجامعي، دار النشر العلمية الصفحات: ١١٠-١٣٠.
١٢. محمد أبو العزم (٢٠٢٠) "تطوير مهارات الاتصال للمتحدثين الرسميين بالجامعة"، منشورات الجامعة العربية الصفحات: ١٢٠-١٤٠.
١٣. محمد السيد (٢٠١٨). "أهمية التواصل الجامعي في بناء العلاقات الإيجابية مع الطلاب، دار الكتب العلمية الصفحات: ٦٠-٨٠.
١٤. مريم عبد الله (٢٠١٨). "تحسين الأداء الاتصالي للمتحدثين الرسميين بالجامعة"، دار النشر المتقدمة الصفحات: ١٢٠-١٤٠.
١٥. نورا عبد الرحمن (٢٠١٨) "استراتيجيات الاتصال الفعال للمتحدثين الرسميين بالجامعة، دار النشر العلمية الصفحات: ٩٠-١١٠.
١٦. يوسف علي (٢٠٢٠) "تقنيات الاتصال الفعال للمتحدثين الجامعيين: منشورات الجامعة العربية الصفحات: ١٤٠-١٦٠.