



منظمة موجة

المركز المدني للسياسات

صورة الجامعات الحكومية لدى طلبتها

دراسة مسحية في جامعة الكوفة

إعداد: علي عزيز

المقدمة:

تقوم الصورة الذهنية بدور مؤثر في تكوين الآراء واتخاذ القرارات وتشكيل السلوك والاتجاهات، ولذا فقد ازداد الاهتمام بها وصارت ذات أهمية بالغة بالنسبة للمؤسسة أو الفرد، وبالتالي أصبح تكوين صورة ذهنية حسنة هدفاً تسعى لبلوغه المؤسسات على مستوى محلي ودولي، حكومي أم خاص، وذلك عبر رفع مستوى الأداء الذي يلبي رغبات الجمهور وآماله.

وتعد العلاقات العامة نشاط اتصالي يرمي الى تعزيز التواصل بين المؤسسات وجمهورها الذي تتعامل معه وذلك بهدف تكوين انطباعات إيجابية عنها، ولهذا تظهر أهمية العلاقات العامة الجامعية في تحقيق أهدافها (بناء صورة ذهنية حسنة) وبالتالي تحقيق أهداف الجامعة. فالجامعة تعد مؤسسة اجتماعية أكاديمية ثقافية لها دوراً محورياً في تنمية المجتمع وازدهاره، فهي على تماس مباشر ومستمر مع الجماهير الداخلية المتمثلة بالطلبة والأساتذة والموظفين وغيرهم، والجمهور الخارجي المتمثل بعامة الناس وقادة الرأي والمؤسسات الحكومية والخاصة الأخرى. ويعد الطلبة هم القسم الأكبر من الجمهور الداخلي للجامعة، وبما أنهم فئة ذات وعي مرتفع نسبياً ذوي تفكير نقدي، لذا على الجامعة إيلاءهم أهمية بالغة عبر سماع صوتهم وتلبية متطلباتهم وتطلعاتهم المشروعة؛ كي تكسب الجامعة ولاءهم ويكونوا بالتالي عوناً للجامعة وسفراء لها في المجتمع المحلي.

ويحاول هذا البحث معرفة انطباعات طلبة الجامعات الحكومية إزاء جامعاتهم (جامعة الكوفة أنموذجاً)، ويعد البحث هو الأول من نوعه؛ حيث لم تُبحث من قبل الصورة الذهنية للجامعات الحكومية لدى طلبتها، وبالتالي سيسهم البحث في فهم التصورات التي يحملها الطلبة إزاء جامعتهم مما يساعد المؤسسات الجامعية الحكومية على معالجة الأسباب التي أدت لتكوين الانطباعات السلبية وتعزيز الإيجابيات التي أفضت للانطباعات الإيجابية.

مما تقدم، قام الباحث بوضع خطة لهذه الدراسة وقسمتها إلى ثلاث إشارات، والمتمثلة الإطار المنهجي والإطار النظري والإطار الميداني، بحيث تناول في الإطار المنهجي إشكالية الدراسة ثم التساؤلات والأهمية والأهداف والمنهجية، ثم بعد ذلك تحديد مجالات البحث (المكاني والزمني والبشري) ثم تناول مصطلحات البحث والمفاهيم المرتبطة به وكيفية بناء المقياس، وفي الأخير استعرض الباحث الدراسات السابقة.

أما الإطار النظري فقد عرض فيه الباحث في المبحث الأول مفهوم العلاقات العامة ثم علاقتها بالصورة الذهنية وأهميتها بالنسبة للجامعة ومفهوم الجامعة وأهدافها. أما المبحث الثاني فقد تناول مفهوم الصورة الذهنية وسماتها ووظائفها وأنواعها وأهميتها.

أما الفصل الثالث والأخير فقد استعرض الجانب الميداني للدراسة، وتم فيه تفريغ البيانات وقراءة الجداول وتحليلها ثم النتائج والاستنتاجات والتوصيات.

الفصل الأول: الإطار المنهجي

أولاً: مشكلة البحث: تنطوي السمة الرئيسة التي تميز البحوث العلمية على مشكلة محددة تحتاج لمن يتصدى لها بالدراسة والتحليل من جوانبها المتعددة. ومشكلة البحث هي: "موقف غامض لا نجد له تفسيراً محدداً أو موضوع ظاهرة أو مشكلة يرغب الباحث أن يصفها أو يفسرها أو يحللها"¹

فقد بنيت مشكلة هذا البحث انطلاقاً من ندرة هذا النوع من البحوث فضلاً عن الغموض والضبابية التي تكتنف صورة المؤسسة الجامعية الحكومية لدى طلبتها. حيث تكمن مشكلة البحث في عدم وجود تصورات علمية دقيقة عن الصورة الذهنية التي يحملها طلبة الجامعات الحكومية إزاء مؤسساتهم الجامعية.

ولذا صاغ الباحث مشكلة البحث بالتساؤل التالي: ما طبيعة الصورة الذهنية للمؤسسة الجامعية الحكومية لدى طلبتها؟

ثانياً: أهمية البحث: يبين الباحث أهمية بحثه في مساهمته لحل مشاكل علمية واقعية وما يتوقع من إضافة معرفية جديدة في هذا المجال، كما يحدد في هذا الجانب ما قد يستفاد من هذا البحث للجهة المستفيدة.²

يعد هذا البحث ذا أهمية للجامعات الحكومية بالدرجة الأولى، كونه ينقل الصورة المكوّنة في ذهن الطلبة عن المؤسسة الجامعية سواء أكانت إيجابية أم سلبية، مما يعطي المؤسسة تصورات وفرصاً لتلافي الأسباب التي قادت إلى تكوين الصورة السلبية وتعزيز الأسباب التي أدت لتكوين الصورة الإيجابية.

ثالثاً: أهداف البحث: كتابة أهداف البحث خطوة مهمة جداً لأنها تساعد الباحث في معرفة أهدافه ومعرفة الطريق المناسب لتحقيق هذه الأهداف، وتساعد في تحديد الرؤية البحثية للباحث، وتسهم في توضيح أهمية البحث.³ وتتمثل أهداف هذا البحث في:

- معرفة طبيعة صورة المؤسسة الجامعية الحكومية لدى طلبتها (جامعة الكوفة أنموذجاً)

- معرفة مفهوم العلاقات العامة

- معرفة مفهوم الصورة الذهنية

رابعاً: منهج البحث: إن هذا البحث من البحوث الوصفية كونه يهدف إلى رصد ومتابعة دقيقة لظاهرة أو حدث معين بطريقة كمية أو نوعية في فترة زمنية أو عدة فترات من أجل التعرف على الظاهرة أو الحدث من حيث المحتوى أو المضمون للوصول إلى نتائج وتعليمات تساعد في فهم الواقع وتطويره.

والمنهج العلمي هو: فن التنظيم الصحيح لسلسلة من الأفكار العديدة إما من أجل الكشف عن الحقيقة حين نكون جاهلين بها أو من أجل البرهنة عليها للآخرين حين تكون بها عارفين.⁴

¹ أسعد حسين عطوان، مناهج البحث العلمي، (بيروت، دار الكتب العلمية، 2018) ص37

² حيدر عبد الكريم الزهيري، مناهج البحث التربوي، (دبي، مركز دبيونو لتعليم التفكير، 2017) ص440

³ مدحت محمد أبو النصر، مناهج البحث في الخدمة الاجتماعية، (القاهرة، المجموعة العربية للتدريب والنشر، 2017) ص98

⁴ طه عبد العاطي نجم، مناهج البحث الإعلامي، (الإسكندرية، دار كلمة للنشر والتوزيع، 2015) ص22

وبما إن الهدف الأساسي من البحوث الوصفية هو تصوير خصائص الظاهرة موضوع البحث أو مجموعة الظواهر وتحليلها وتقويمها، وانطلاقاً من طبيعة مشكلة البحث والأهداف التي يسعى الباحث إلى تحقيقها جرى اختيار منهج المسح الذي يعد أحد أنماط البحوث الوصفية وهو أسلوب التحليل المركز على معلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد، أو مدة زمنية معلومة وذلك من أجل الحصول على نتائج علمية ثم تفسيرها بطريقة موضوعية تتسجم مع المعطيات العقلية للظاهرة. وقد اقتضت طبيعة البحث أن يستخدم الباحث أسلوب المقياس لبحث طبيعة الصورة الذهنية.¹

خامساً: إجراءات البحث:

أ- **مجتمع البحث:** ويقصد به هو المجتمع الأكبر أو مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج البحث، وبالتالي يتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته، إلا أنه يصعب الوصول إلى هذا المجتمع المستهدف لضخامته عادةً، فيتم التركيز على المجتمع المتاح أو الممكن الوصول إليه والاقتراب منه لجمع البيانات، والذي يعد جزءاً ممثلاً للمجتمع المستهدف ويلبي حاجات البحث وأهدافه وتختار منه عينة البحث.²

وخُدد في هذا البحث طلبة جامعة الكوفة، مجتمع بحثٍ، لكونها مؤسسة جامعية حكومية تتشابه في الخصائص والبنى التحتية مع معظم الجامعات الحكومية العراقية، فضلاً عن أنها تتوسط البلاد الأمر الذي جعلها تستقبل الطلبة من مختلف المحافظات العراقية، ولكبر حجم هذا المجتمع (طلبة جامعة الكوفة) لجأ الباحث لأسلوب المعاينة.

ب- **عينة البحث:** وهي مجموعة من المفردات والملاحظات التي يتم اختيارها من المجتمع الإحصائي بطريقة إحصائية معينة تتعلق بنوع العينة المسحوبة، ونلجأ لأسلوب المعاينة لاختصار الوقت والكلفة والوصول إلى معلومات أكثر تفصيلاً عادةً.³

وعمد الباحث لاختيار عينة من طلبة جامعة الكوفة؛ وذلك لضخامة مجتمع البحث وصعوبة استعمال المسح الشامل، فاستعمل الباحث العينة العارضة، لأنها الأنسب لهذا النوع من الأبحاث، وهي مناسبة لإمكانات الباحث والمجال الزمني المتاح. حيث قام الباحث بنشر استمارة المقياس في مجموعات وقنوات التليجرام الطلابية الخاصة بطلبة جامعة الكوفة، في الكليات التالية: (كلية الآداب، كلية اللغات، كلية الطب، كلية التربية، كلية التربية الأساسية، كلية التربية للبنات، كلية الفقه، كلية الصيدلة، كلية الهندسة، كلية القانون) في مدة قدرها أربعة أيام، استجاب فيها 180 طالباً، وجاءت العينة مراعية للتوازن بين الكليات العلمية والكليات الإنسانية، والذكور والإناث، فضلاً عن مراعاة تنوع الكليات أيضاً.

والعينة العارضة هي: إحدى أنواع العينات غير الاحتمالية، وفيها يتجه الباحث إلى اختيار المبحوثين الذين يصادفونه أي المتاحين في المتناول.⁴

ت- **أداة البحث:** عمد الباحث لاستعمال أداة المقياس، لأنها الأداة المناسبة في دراسات الصورة الذهنية.

¹ ناهض فاضل زيدان الجوارري، أحمد ناهي عطية، الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في المؤسسات الدينية العراقية، دراسة تحليلية (كلية الإعلام – الجامعة العراقية 2010)

² سعد سلمان المشهداني، منهجية البحث الإعلامي، (الإمارات، دار الكاتب الجامعي، 2020) ص145

³ جبار عبد ماضي، الإحصاء والاحتمالات، (عمان، شركة دار الأكاديميون للنشر والتوزيع، 2016) ص18

⁴ فتحي حسين عامر، استطلاعات الرأي العام على الإنترنت، (القاهرة، دار العربي للنشر والتوزيع، 2013) ص109.

والمقياس هو أداة منظمة لقياس الظاهرة موضوع القياس والتعبير عنها بلغة رقمية، حيث تمكن الباحث من الحصول على معلومات كمية عن ظاهرة ما.¹

ث- بناء مقياس الصورة الذهنية:

اتبع الباحث عدة خطوات لبناء مقياس الصورة الذهنية، وكما التالي:

تحديد أبعاد المقياس: تهدف هذه الخطوة إلى تحديد المجالات التي يقيسها المقياس بطريقة علمية.

كتابة فقرات المقياس: صاغ الباحث فقرات المقياس بالاعتماد على مقابلات أجريت مع عينة من طلبة جامعة الكوفة، أسهمت في توفير معلومات عن المؤسسة الجامعية وأدائها والمشاعر والاتجاهات إزاءها وأهم المحاور التي تؤثر في الطالب الجامعي والتي تسهم في تشكيل الصورة الذهنية للجامعة، فضلاً عن الاستعانة بدراسيتين² مشابھتين إلى حد ما لموضوع البحث، في صياغة فقرات المقياس المناسبة. فضلاً عن الاستعانة بمشورة الأستاذ المشرف على البحث. ووضع الباحث (32) فقرة، مع مراعاة التوازن ما بين الفقرات الإيجابية والسلبية نحو المؤسسة الجامعية؛ ليكون المقياس محايداً. وقد وزّع الباحث الفقرات على محاور عدة كما الآتي:

1-البيانات الديموغرافية: هي البيانات المتعلقة بالنوع الاجتماعي والعمر، والتخصص الجامعي (إنساني أم علمي). واكتفى الباحث بهذه الفقرات الثلاث بالنسبة للبيانات الديموغرافية؛ ذلك أنه لا توجد فروقات واضحة مؤثرة بين الطلبة.

2-البيانات الأساسية: وهي البيانات المتعلقة بصورة منظمات المؤسسة الجامعية في أذهان الطلبة، والتي استثارها المقياس لمعرفة طبيعة الصورة، وقد رتب الباحث فقرات المقياس على أربعة محاور وهي:

المحور الأول: مفهوم المؤسسة الجامعية، إدارتها، سياستها، ووظائفها الأساسية.

المحور الثاني: إمكانات الأساتذة، المنهج الدراسي، طرائق التدريس.

المحور الثالث: البيئة المادية للجامعة.

المحور الرابع: الأنشطة الاجتماعية والطلابية داخل الجامعة.

وكانت الإجابة عن الفقرات بالخيارات التالية: (أتفق بشدة، أتفق، محايد، لا أتفق، لا أتفق بشدة) ويرى الباحث: إن هذه البدائل هي الأكثر ملائمة لمتطلبات دراسته؛ لأن جمهور البحث هو من مستوى ثقافي ومعرفي مرتفع نسبياً، ولهذا فهو يمتلك الأهلية الكافية لتحديد صورة المؤسسة الجامعية بدقة. ولا بد أن نشير إلى أنه كلما ارتفع المستوى المعرفي للمبحوثين استطعنا استعمال عدد بدائل أكبر، والعكس صحيح.

¹ أحمد عبد اللطيف، دليل المقاييس والاختبارات النفسية والتربوية، 2009، ص11

² حسام حبيب الخياط، الصورة الذهنية عن كلية التمريض في جامعة الكوفة لدى طلبة المرحلة الرابعة، مجلة آداب الكوفة، العدد 55، ج3، (2023)

مجيد عبود فهد، الصورة الذهنية للمؤسسات التربوية في العراق، دراسة ماجستير غير منشورة، (كلية الإعلام – جامعة بغداد 2014)

وذلك بحسب مقياس ليكرت، ويعد مقياس ليكرت (1932) likert من أكثر المقاييس استخداماً في قياس الاتجاهات وسمات الشخصية، حيث يطلب من المفحوص أن يعبر عن درجة موافقته عن سؤال اتجاهي خاص، وقد أعد

ليكرت هذا المقياس كطريقة لقياس الاتجاه نحو موضوع معين على أساس البعد الخماسي. وتقدم المقاييس للمفحوص كي يصف إحساسه أو شعوره نحو الشيء بعمل دائرة حول الاستجابة التي تناسبه.¹

مميزات مقياس ليكرت²

1-اعتمد ليكرت في بناء المقياس على التجربة ولم يعتمد على آراء الآخرين.

2-يعتبر هذا المقياس أكثر شيوعاً وأكثر دقة.

3-سهولة بنائه

4-إمكانية الإجابة عن جميع فقراته.

ويعتبر مقياس ليكرت من أكثر المقاييس سهولة وأكثر ثباتاً من بقية المقاييس، كما أنه من أكثر مقاييس الاتجاهات شيوعاً نظراً لسهولة تطبيقه وتصحيحه واستخراج نتائجه، وهو يتكون من عدد فردي من الأوزان المتدرجة لا يقل مجموعها عن ثلاثة أوزان ولا يزيد عن أحد عشر وزناً، بحيث تتدرج هذه الأوزان من الموافقة المطلقة إلى المعارضة المطلقة.³

ج-الصدق والثبات:

الصدق الظاهري للمقياس: جرى التأكد من صدق المقياس ظاهرياً بعد عرضه على مجموعة من المحكمين، والحكم على مدى صلاحية فقرات المقياس في قياس الخاصية التي وضع من أجلها، حيث قام الباحث بعرض المقياس على مجموعة من المحكمين في مجال الإعلام، والأخذ بوجهات نظرهم، وطلب منهم تحديد مدى صلاحية الفقرات التي جرى صياغتها، وعلى ضوء آراءهم قام الباحث بوضع فقرات وحذف أخرى، وبالتالي قد بلغت فقرات المقياس بصورته النهائية (32) فقرة موزعة على أربعة محاور تم تحديدها مسبقاً. كذلك تضمن المقياس البيانات الشخصية للمبحوثين، وهي: (النوع الاجتماعي، والعمر، والتخصص الجامعي)، وهي بيانات تفيد في معرفة خصائص مجتمع الدراسة. وقد أسفرت نتائج التحكيم على حصول المقياس على درجة اتفاق بلغت (84%) وهذا يشير إلى أن معظم عبارات المقياس جيدة، وتحمل صدقاً ظاهرياً جيداً ملائماً للدراسة.

صدق المحتوى (Content validity): يشير إلى مدى تمثيل المقياس لجميع خصائص المفهوم الذي يهدف البحث إلى قياسه⁴

¹ أمل البكري، علم النفس المدرسي، (المعزز للنشر والتوزيع، الأردن، 2011) ص2018

² المصدر نفسه، ص2018

³ أحمد محمد الزعبي، أسس علم النفس الاجتماعي، (عمان، دار زهران للنشر والتوزيع، 2010) ص218

⁴ قاموس المصطلحات، الموقع الرسمي لمركز أبحاث العلوم الصحية، جامعة الأميرة نورة بنت عبد الرحمن، متاح على الرابط: <https://ahm.pnu.edu.sa/ar/glossary>

ثبات المقياس: كان من المفترض احتساب معامل ثبات المقياس باستعمال طريقة إعادة الاختبار للتأكد من ثبات الأداة، ولكن لضيق الوقت لم يتسن للباحث عمل هذه الطريقة، حيث من المفترض أن توزع استمارة المقياس على عينة استطلاعية عشوائية محدودة من مجتمع الدراسة مؤلفة من (30) مبحوثاً من أفراد العينة، وبعد مرور أسبوعين توزع الاستمارة مجدداً على العينة ذاتها من التوزيع السابق، ثم تقارن إجابات العينة على فقرات المقياس بين المرتين، فإذا بلغ معامل ثبات المقياس (0.70) فما أكثر، فهذا يدل على ثبات المقياس ويمكن للباحث تطبيقه على المبحوثين.

سادساً: مجالات البحث:

-المجال المكاني: ويقصد به المكان الذي أجريت فيه الدراسة، ومكان إجراء هذه الدراسة هي جامعة الكوفة، في محافظة النجف الأشرف.

-المجال الزماني: ويقصد به المدة المستغرقة لإنجاز هذا البحث، والتي امتدت من شهر أكتوبر 2022 وحتى أبريل 2023.

وكانت على مراحل ثلاث:

المرحلة الأولى: امتدت من بداية أكتوبر 2022 وحتى منتصفه، قام فيها الباحث بضبط العنوان والخطة وصياغة المشكلة.

المرحلة الثانية: وامتدت من منتصف أكتوبر ٢٠٢٢ وحتى بداية شهر أبريل 2023، أنجز فيها الباحث الفصل النظري.

المرحلة الثالثة: امتدت من بداية أبريل 2023 وحتى 22 أبريل 2023 أنجز فيها الباحث الفصل العملي.

-المجال البشري: اختيار طلبة جامعة الكوفة مجالاً بشرياً، ولصعوبة إجراء البحث على مجتمع البحث بأكمله، عمد الباحث لاختيار عينة ممثلة عن المجتمع.

ويقصد بالمجال البشري: تحديد المجتمع (Population) أو البشر الذين سوف تجري عليهم الدراسة، وقد يتكون هذا المجتمع من جملة أفراد أو عدة جماعات ويتوقف ذلك على المشكلة أو الظاهرة موضوع الدراسة.¹

سابعاً: مصطلحات البحث والمفاهيم المرتبطة به:

الصورة الذهنية: تعرف بأنها "النتاج النهائي للانطباعات الذاتية التي تتكون عند الأفراد والجماعات إزاء شخص معين أو نظام ما أو شعب أو جنس بعينه، أو منشأة أو مؤسسة أو منظمة محلية أو دولية أو مهنية معينة يمكن أن يكون له تأثير على حياة الإنسان، وتتكون هذه الانطباعات في ضوء التجارب المباشرة وغير المباشرة وترتبط هذه التجارب بعواطف الأفراد واتجاهاتهم وعقائدهم، وبغض النظر عن صحة وعدم صحة المعلومات التي تتضمنها خلاصة هذه التجارب فهي تمثل لأصحابها واقعاً صادقاً ينظرون في ضوءه إلى ما حولهم ويفهمون ويقدررون على أساسها"²

¹ وعد إبراهيم خليل الأمير، العنف في وسائل الاتصال المرئية وعلاقته بجنوح الأحداث، (دار المنهل، 2013) ص143

² علي عوجة، العلاقات العامة والصورة الذهنية (القاهرة - دار عالم الكتب، 1983) ص10.

المؤسسة الجامعية: يُعرّفها قاموس أكسفورد بأنها "مؤسسة تعلم الطلبة وتمتحنهم في مجالات مختلفة من التعلم المتقدم وتمنح الشهادات العلمية وتقدم التسهيلات للبحث العلمي".¹

ثامنا: الدراسات السابقة:

وتتمثل الدراسات السابقة والبحوث ذات الصلة بموضوع أو مشكلة البحث التي يقوم الباحث ببحثها ويتم الحصول عليها من مصادر عدة منها: رسائل الماجستير، رسائل الدكتوراه، المجلات والدوريات العلمية، مجلدات المؤتمرات، ملخصات البحوث، شبكة المعلومات المحلية والعالمية...²

والدراسات السابقة مهمة لإنجاز أي دراسة فهي تعد منبعاً أساسياً لجمع المعلومات من الدراسات المتشابهة والمتعلقة بالموضوع، ومن بين هذه الدراسات التي قام بمراجعتها الباحث في دراسته هي:

-الدراسة الأولى: (حسام الخياط، 2023): والتي بعنوان: الصورة الذهنية عن كلية التمريض في جامعة الكوفة لدى طلبة المرحلة الرابعة (دراسة مسحية في جامعة الكوفة، م.م حسام حبيب الخياط)³

ويتمحور تساؤل هذه الدراسة في: ما الصورة الذهنية عن كلية التمريض بجامعة الكوفة لدى طلبة المرحلة الرابعة؟ وينبثق من هذا التساؤل تساؤلات فرعية تتمثل بالآتي:

١ ما مدى اهتمام الكلية بطلبتها ؟

٢- ما مدى الفائدة العلمية المحققة خلال الدراسة في هذه الكلية؟

٣-ما كفاءة الملاك التدريسي ؟

٤- ما السمعة العلمية للكلية؟

وتمثلت أهداف الدراسة بالآتي:

1-معرفة مدى اهتمام الكلية بطلبتها.

2-تحديد الفائدة العلمية المحققة خلال الدراسة في هذه الكلية.

٣-الوقوف على كفاءة الملاك التدريسي في الكلية.

٤-معرفة السمعة العلمية التي تتمتع فيها الكلية.

أما نتائج الدراسة:

¹ عيير سهام مهدي، دور الجامعات العراقية في إعداد القيادات الشبابية لتعزيز المسؤولية الاجتماعية، المجلة السياسية والدولية، المجلد 2019، العدد 39-40 (30 يونيو/حزيران 2019)، ص257-281.

² سمية علي عبد الوارث أحمد، البحث التربوي والنفسي، (القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، 2011) ص49

³حسام حبيب الخياط، الصورة الذهنية عن كلية التمريض في جامعة الكوفة لدى طلبة المرحلة الرابعة، مصدر سبق ذكره ص٥

كشف البحث بأن أغلب الطلبة ليس لديهم معرفة بالكلية قبل قبولهم فيها رغم توفر وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري. كشف البحث أيضاً بأن الكلية تهتم بتجهيز مختبراتها العلمية بالأجهزة والأدوات التي يحتاجها الطالب في دراسته. وبين البحث بأن الملاك التدريسي في الكلية كفوء الى درجة كبيرة. وإن أغلب الطلبة لم يكن طموحهم القبول في هذه الكلية. واهتمت الكلية بتكوين صورة وسمعة علمية طيبة بين الكليات الأخرى. ولم تهتم بصورة جادة في منح فرص المشاركة للطلبة في المحافل العلمية.

الدراسة الثانية: (نعمان الحياي، 2013): والتي بعنوان:

الصورة الذهنية للجامعة المستنصرية لدى طلبة الثانوية العامة، (دراسة مسحية في المدارس الثانوية في محافظة بغداد، د. نعمان عباس ندا الحياي، د. حذيفة زيدان خلف)¹

تساؤلات الدراسة:

1-ما مدى معرفة طلبة الثانوية العامة بالجامعة المستنصرية؟

2-ما مدى توفر الخدمات التعليمية في الجامعة المستنصرية لطلاب الثانوية العامة؟

3-مامدى اهتمام طلاب الثانوية العامة للالتحاق بالجامعة؟

وتمثلت أهداف الدراسة بالآتي:

__معرفة طبيعة الصورة المكوّنة لدى طلبة الثانوية العامة نحو الجامعة المستنصرية.

-معرفة مدى رغبة طلاب الثانوية العامة للالتحاق بالجامعة المستنصرية بعد تخرجهم من المدرسة.

أما نتائج الدراسة:

1 . وجود نسبة (11,2%) من عينة البحث لم تسمع بالجامعة المستنصرية وهذا يعتبر قصور وخلل في عمل العلاقات العامة في الجامعة من أجل التعريف بالجامعة ٢- تبين أن ما نسبته (46,4%) من الطلاب لا يرغبون بالالتحاق بالجامعة المستنصرية كونها لا توفر التخصصات التي يرغبون بالدراسة فيها.

٣-وجود فجوة كبيرة بين طلبة الثانوية العامة والجامعة المستنصرية فيما يخص الزيارات المتبادلة بينهما ومدى الاهتمام بالطلبة وتعريفهم بالجامعة.

الدراسة الثالثة: (نجلاء خوالدية، 2022): والتي بعنوان:

الصورة الذهنية للمؤسسة: إدارة الصورة، التوقع والهوية. (دراسة ميدانية في جامعة ٨ ماي ١٩٤٥ قالمة)²

يتمحور تساؤل الدراسة الرئيس حول:

¹نعمان عباس ندا الحياي، الصورة الذهنية للجامعة المستنصرية لدى طلبة الثانوية العامة، مجلة آداب المستنصرية، العدد 70، (2015)

² نجلاء خوالدية، الصورة الذهنية للمؤسسة: إدارة الصورة، التوقع والهوية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة ٨ ماي ١٩٤٥ قالمة، 2022.

-ما هو دور التموّج والهوية في إدارة الصورة الذهنية ل ماي 1945 قالمة؟

وقد اندرج ضمن هذا التساؤل الرئيس مجموعة من الأسئلة الفرعية التالية:

-ما المقصود بالصورة الذهنية للمؤسسة؟

-هل حققت المؤسسة الخدماتية الصورة المرغوبة بلوغها وفقا لأهدافها ورؤيتها؟

-هل يمكن اعتبار العلاقات العامة كعنصر أساسي في بناء صورة جامعة 8 ماي 1945 قالمة؟

نتائج الدراسة:

كشفت الدراسة أن الانطباع السائد لدى الطلبة حول جامعة 8 ماي 1945 قالمة إيجابي بنسبة 70,97%.

-أغلب الطلبة المبحوثين ساهموا في تشكيل وتحسين إدارة صورة جامعة 8 ماي 1945 قالمة بنسبة 87,10%.

-أكدت الدراسة أن جامعة 8 ماي 1945 قالمة تحتل مكانة متميزة بالنسبة لجمهورها الداخلي.

أوجه الشبه والاختلاف بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية:

-يشترك هذا البحث مع دراسة (حسام الخياط 2023) والتي تناول فيها صورة كلية التمريض بجامعة الكوفة لدى طلبة المرحلة الرابعة، بأن كلا الدراستان تبحثان الصورة الذهنية، وأنها داخل نطاق جامعة الكوفة، كذلك استعمالهما المنهج المسحي، أما الاختلاف فقد تمثل في أن الأولى تقتصر على بحث صورة كلية التمريض، أما البحث هذا فهو أشمل، حيث يبحث صورة المؤسسة الجامعية بأكملها.

-يتشابه هذا البحث مع دراسة (نعمان الحياني 2013) والتي تناول فيها الصورة الذهنية للجامعة المستنصرية لدى طلبة الثانوية العامة، في أن الدراستين تبحثان الصورة الذهنية، وللجامعة تحديداً، كذلك اعتمادهما المنهج المسحي، أما الاختلاف فهو أن دراسة الحياني كانت قد بحثت صورة الجامعة المستنصرية في محافظة بغداد لدى طلبة الثانوية العامة، أما البحث هذا فقد بحث صورة جامعة الكوفة في النجف لدى طلبتها.

-يشترك هذا البحث مع دراسة (نجلاء الخوالدية 2022) والتي بحثت صورة جامعة 8 ماي 1945 قالمة لدى طلبتها، في أن الدراستين قد بحثتا الصورة الذهنية للجامعتين لدى جمهورهما الداخلي، واعتمدا المنهج المسحي، واختلفا بأن دراسة نجلاء الخوالدية قد أجريت في الجزائر أما البحث هذا ففي النجف. فضلاً عن ذلك بحثت دراسة الخوالدية دور العلاقات العامة في تشكيل صورة الجامعة، أما البحث هذا فقد اكتفى في بحث طبيعة الصورة الذهنية للمؤسسة الجامعية الطلبة.

الفصل الثاني: العلاقات العامة والصورة الذهنية

المبحث الأول: العلاقات العامة

أولاً: مفهوم العلاقات العامة

تمهيد: تزايد الاهتمام بالعلاقات العامة وأهميتها كنشاط ووظيفة مهنية متخصصة حديثة في كافة المجالات في النصف الأخير من القرن الماضي، أي أنه أصبح من المستحيل التخلي عن وظيفة العلاقات العامة في أي مجال؛ إذ تعد المنظمات نتاجاً مجتمعياً، ولا تقوم لمجرد الوجود ذاته، بمعنى أن كل منظمة تعمل على تحقيق هدف أو تقديم خدمة أو منتج معين لأفراد المجتمع. وعلى هذا الأساس أصبح لأفراد المجتمع أو جمهور المنظمة على وجه التحديد دوراً في الاعتراف بوجود المنظمة؛ ذلك أن الجماهير هي التي تمنح الدعم والتأييد الذي تحتاجه أي منظمة في ظل تنوع وتنافسها، وتنامي أهمية الرأي العام، وانتشار تكنولوجيا المعلومات والاتصال الرقمي، وقد أدركت الشركات والمؤسسات والمنظمات أن نجاحها يرتبط بقدرتها على الاتصال بالجماهير وتشكيل صورة إيجابية لنفسها، وتحسين سمعتها، والتأثير بصورة قوية على الرأي العام. هذا الواقع جعل العلاقات العامة لها حاجة ماسة وجوهرية للمنظمات الحديثة بمختلف أنواعها، إذ لا يمكن تجنب العلاقات العامة أو حتى تجاهلها، فمن دون اتصال لا يتم أي نشاط ولا يتحقق أي هدف، وهذا معناه أن العلاقات العامة ظاهرة اجتماعية جبرية وحتمية، فأينما يوجد تجمع إنساني فلا بد من قيام علاقات بين أفراد ومنظمات هذا المجتمع.¹

مفهوم العلاقات العامة

إن جوهر العلاقات العامة يقوم على التفاهم الإنساني وإقامة الصلات الحسنة بين أطراف لها مصالح مشتركة بين أية مؤسسة سواء كانت تجارية أم صناعية أم خدمية أم اجتماعية أو سياسية، وبين جمهور تلك المؤسسة. إن مشكلة كل مؤسسة مهما اختلف نشاطها وأهدافها هي أن تستكشف تلك الأنشطة، وأن تعرف آثارها الاجتماعية، فإذا كانت تتعارض مع الصالح العام ورضا الجماهير فعليها أن تجد الطرق والوسائل لتعديلها لتصبح في خدمة الصالح العام. من ذلك يتضح أن العلاقات العامة ضرورة لا غنى عنها. كما يمكن القول بأن نشاط العلاقات العامة يهتم بالكشف عن الأسس والمبادئ التي تساعد على إقامة الروابط الودية والسليمة بين فئات الجماهير من ناحية وتلك المؤسسات من ناحية أخرى. يتضح من ذلك أن مسؤولية العلاقات العامة هي مساعدة الإدارة العليا في اتخاذ القرارات والسياسات التي تؤثر في المجتمع، واستبعاد ما يتعارض منها مع مصلحة الجمهور أو تعديلها بما يحقق الوفاق بين مصالح المؤسسة وجمهورها. ولكي يتحقق ذلك على الوجه الأكمل²

وبالتالي فإن حاجة المجتمع إلى نشاط العلاقات العامة أصبح ضرورياً؛ حيث إن هذا النشاط يدرس سلوك الأفراد والجماعات ويتعرف على الرغبات والمؤثرات والعوامل المحركة لهذا السلوك، ويعمل على الاتصال الصادق السليم ذي الاتجاهين بهدف تنظيم العلاقات بين طرفين على أسس من الثقة والتفاهم المتبادل؛ حتى يتم الانسجام بين خلايا المجتمع مما يكون له دور بالتنمية والتطور³

¹ غادة البطريق، العلاقات العامة وفن إدارة الأزمات، (الجيزة دار أطلس، 2017) ص 17

² عبد الناصر جرادات، مقدمة في العلاقات العامة (بيروت: دار اليازوري، 2019) ص 10

³ وليد خلف الله محمد دياب، أخلاقيات ممارسة العلاقات العامة، (عمان، دار اليازوري، 2014) ص 21

تعريف العلاقات العامة:

لقد عرف الكثير من المختصين والأكاديميين والباحثين العلاقات العامة، كل بحسب اختصاصه ووجهة نظره، ولا بد أن أن تشير إلى أن التعريفات التالية هي من وجهات نظر أكاديميين أي أساتذة العلاقات العامة وممارسين، وأخيرا جمعية العلاقات العامة الدولية باعتبارها ممثلة للجانبين على مستوى دولي.

ويقول التعريف الذي قدمه جريزويلد على صفحات دوريته Public Relations News "العلاقات العامة هي الوظيفة التي تقوم بها الإدارة لتقويم الاتجاهات، وتحديد سياسات الفرد أو المنظمة بما يتفق مع مصلحة الجمهور، وتنفيذ برنامج يهدف إلى كسب رضا هذا الجمهور وتفاهمه"¹

ويرى بول جاريت Paul Garrett الذي تولى مسؤولية العلاقات العامة في شركة جنرال موتورز الأمريكية عام ١٩٣١ . " إن العلاقات العامة ليست وسيلة دفاعية لجعل المؤسسة تبدو في صورة مخالفة لصورتها الحقيقية، وانما هي الجهود المستمرة من جانب الإدارة لكسب ثقة الجمهور من خلال الأعمال التي تحظى باحترامه"²

وقد عرفها المعهد البريطاني للعلاقات العامة بأنها «الجهود المقصودة والمخططة والمستمرة لإقامة واستمرار الفهم المتبادل بين أي منظمة و جماهيرها»³ وقد توصلت جمعية العلاقات العامة الدولية إلى التعريف التالي: «العلاقات العامة هي وظيفة الإدارة المستمرة والمخططة والتي تسعى بها المؤسسات والمنظمات الخاصة والعامة لكسب تفاهم وتعاطف وتأييد الجماهير التي تهمها، والحفاظ على والتأييد وذلك من خلال قياس اتجاه الرأي العام استمرار هذا التفاهم والتعاطف لضمان توافقه قدر الامكان مع سياستها وأنشطتها، وتحقيق المزيد الخلاق والأداء الفعال للمصالح المشتركة باستخدام الإعلام الشامل المخطط من التعاون».⁴

في حين يعرفها الدكتور إبراهيم إمام بأنها برنامج فن معاملة الناس، والفوز بثقتهم ومحبتهم وتأييدهم، ومعنى (العلاقة) ببساطة هو كسب رضا الناس بحسن المعاملة الصادرة عن صدق وإيمان بقيمة الإنسان في المجتمع.⁵

ويعرف قاموس وبستر العلاقات العامة بأنها مجموعة من النشاطات تقوم بها هيئة أو اتحاد أو حكومة أو أي تنظيم في البناء الاجتماعي، من أجل خلق علاقات جيدة وطيبة وسليمة مع الجماهير المختلفة، التي تتعامل معها، كجمهور المستهلكين والمستخدمين وحملة الأسهم، وكذلك الجمهور بوجه عام، وذلك لتفسير نفسها للمجتمع حتى تكتسب رضاه.⁶

ويرى الدكتور علي عجوة أن العلاقات العامة " هي الجهود المخططة التي يقوم بها الفرد أو المؤسسة أو الدولة لكسب ثقة الجمهور وتحقيق التفاهم المتبادل من خلال الاتصالات المستمرة والسياسات والأفعال المرغوبة لتلبية احتياجات الجمهور في اطار ما هو ممكن ومشروع."⁷

¹ على عجوة، الأسس العلمية للعلاقات العامة، (دار عالم الكتب للنشر والتوزيع 1985) ص 23

² فريد كورتل، مدخل للتسويق، (دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، 2012) ص 109

³ عبد الرزاق الدليمي، علوم الاتصال في القرن الحادي والعشرين (الأردن عمان: دار اليازوري 2015) ص193

⁴ خليل محمد سعد، الإدارة السياحية، (دار الجنادرية للنشر والتوزيع، 2017) ص ٢٤

⁵ خلف كريم كيوش، استراتيجيات العلاقات العامة في إدارة الأزمات، الأردن، دار أمجد للنشر والتوزيع، 2018) ص16

⁶ نزار عوني اللبدي، إدارة العلاقات العامة وتنميتها، (عمان، دار دجلة، 2015) ص37

⁷ على عجوة، الأسس العلمية للعلاقات العامة عالم الكتب، ط5، ص ٢٤.

ثانياً: العلاقات العامة والصورة الذهنية

يرى بول جاريت Paul Garrett أحد رواد العلاقات العامة ، والذي تولى مسئوليتها في شركة جنرال موتورز الأمريكية عام ١٩٣١ أن العلاقات العامة ليست وسيلة دفاعية لجعل المؤسسة تبدو في صورة مخالفة لصورتها الحقيقية ، وإنما هي الجهود المستمرة من جانب الإدارة لكسب ثقة الجمهور من خلال الاعمال التي تحظى باحترامه. وقد أكد هذا التعريف على أهمية الجهود التي تبذل من أجل تكوين صورة طيبة في أذهان الجماهير تعبر عن الواقع الفعلي المشرق للمؤسسة بلا خداع أو تزيف . ومن ثم فإن مفهوم الصورة التي تسعى العلاقات العامة الى بلورتها في أذهان الجماهير يستند الى الحقيقة ويلتزم بالصدق والصراحة والوضوح وهي مبادئ أساسية أجمعت عليها دساتير العلاقات العامة في مختلف المجتمعات كما أن العلاقات العامة ينبغي أن تكون تعبيراً صادقاً عن الواقع انها لا بد أن تسمو بأعمالها الى الدرجة التي تحظى باحترام الجمهور. فإذا كان الواقع سيئاً أو تشوبه بعض الشوائب فينبغي تنقية هذا الواقع وتدارك ما به من أخطاء بدلاً من محاولة اخفائها أو تزيفها بكلمات معسولة سرعان ما يزول أثرها وينكشف زيفها . كما ينبغي أن تسهم العلاقات العامة في مواجهة المشكلات التي تؤثر على الجمهور من خلال الاعمال البناءة والجهود الحقيقية الهادفة التي تحقق الرخاء والرفاهية للمجتمع.¹

وفي مجال العلاقات العامة بدأ استخدام مفهوم الصورة الذهنية image عندما أصبح لمهنة العلاقات العامة تأثير كبير على الحياة الأمريكية مع بداية النصف الثاني من القرن الماضي وقد كان لظهور كتاب تطوير صورة المنشأة للكاتب الأمريكي (لي بريستول) في سنة ١٩٦٠ أثر كبير في نشر مفهوم صورة المنشأة بين رجال الاعمال وما لبث هذا المصطلح ان تزايد استخدامه في المجالات التجارية والاعلامية والمهنية. وتشير بعض المصادر الأجنبية إلى أن مصطلح الصورة الذهنية لم يظهر الى الوجود الا في عام ١٩٠٨ على يد العالم جراهام (دالاس) والذي اشار في كتابه الطبيعة البشرية والسياسة إلى أن النخبين بحاجة إلى تكوين شيء مبسط ودائم ومنظم عند الثقة في مرشح ما. إن الصورة الذهنية تسهم في اتخاذ الفرد لقراراته واتجاهاته سواء كان ذلك سلباً أو إيجاباً وهي بهذا (إحدى القوى النفسية او البدنية التي تحدد اتجاهات الفرد وانماط سلوكه وهي قابلة للتغيير لانها عملية ديناميكية تتغير وتتبدل بحسب تطور الواقع الاجتماعي وتغير الأوضاع الاقتصادية والظروف السياسية والثقافية ، غير أن ذلك لا يعني بالضرورة فقدانها لصفة الثبات، سيما اذا كان الجمهور يعيش جواً اتصالياً تتوافق فيه الرسائل التي يتلقاها مع الصورة الذهنية التي يحملها ازاء الأشياء وهذا بالضرورة يؤدي الى ثبات ورسوخ الصور التي تكونت سابقاً.² إذن يمكن القول إن العلاقات العامة حلقة الوصل الحيوية التي تصل بين المنظمة والمجتمع فالعلاقات العامة في جوهرها نشاط اتصالي، يهدف إلى كسب ثقة الجمهور وتأييده لأهداف وسياسات المنظمة، وإبراز صورة إيجابية للمنظمة أمام جمهورها والمجتمع المحيط بها وإن نجاح الشركات والمؤسسات والمنظمات في العصر الحاضر مرتبط بقدرتها على الاتصال بالجماهير، وتشكيل صورة ذهنية إيجابية لنفسها وتحسين سمعتها، والتأثير على الرأي العام. ومن هنا تبرز أهمية الصورة الذهنية التي يحملها الجمهور تجاه المنظمة، حيث تعكس "هوية المنظمة" كما يراها الجمهور، وينبغي الإشارة هنا إلى الفرق بين المفهومين، فمصطلح "الهوية" يشير إلى ما تحاول المنظمة نشره والتعبير عنه - سواء أكان بقصد أم بدون قصد - عبر طرق وأساليب متعددة يتم من خلالها التعبير عن هوية المنظمة. بينما "الصورة الذهنية"

¹ علي عوجة، العلاقات العامة والصورة الذهنية، (دار عالم الكتب) ص ١٣، ص ١٤.

² حردان الجنابي الصورة الذهنية لمنظمات المجتمع المدني ودور العلاقات العامة في تكوينها، (عمان، دار اليازوي، 2019) ص ١٧

تعكس الطريقة التي يرى بها الجمهور المنظمة، فهي التصور الذي يدركه الفرد، وتوجد فقط داخل ذهن متلقيها.¹

ثالثاً: مكونات صورة الجامعة

بالرغم من أن صورة الجامعة تعد أمر غير مادي، غير إن مجمل الباحثين خاصة أجمعوا على أن الصورة الحسنة لأي مؤسسة كانت تسهم بشكل كبير في مدى اقبال و رضا جماهيرها عنها، انطلاقاً مما يحملونه من انطباع عنها، لذا فإن مفهوم صورة الجامعة هو مفهوم شامل معقد التركيب، وعموماً فإن صورة الجامعة تتكون من مكونين أساسيين هما:²

1-المكون المادي الوظيفي: ويرتبط بالخصائص المادية التي يمكن أن تلاحظ وتقاس مثل مباني الجامعة ومرافقها كالقاعات والمختبرات والمساحات...

2-المكون السيكولوجي الناعم: وهو الاعتقادات والمشاعر والاتجاهات التي ترتبط بأنماط السلوك التي يلاحظها كل من يتصل أو يسمع عن الجامعة، كما ترتبط بثقافة الجامعة كفلسفتها ورسالتها ورؤيتها وتقاليدها، وما يهمنها هنا هو أنماط السلوك الصادرة عن قادة الجامعة كالرئيس و العمداء ورؤساء الأقسام، ومديري الدوائر في الجامعة وكذلك العاملين الآخرين بمختلف مواقعهم ومراتبهم.

وإن المسؤول عن إدارة صورة الجامعة هي العلاقات العامة الجامعية والتي تقوم بالعديد من الأهداف:³

١-إعلام الجمهور بأهمية الدور التعليمي الذي تقوم به الجامعة، والرد على مختلف الموضوعات المتصلة بالجامعة ٢-الترويج لأهمية الأبحاث التي تجريها الكليات المختلفة.

٣-تحسين صورة الجامعة و التعريف بها من خلال الأنشطة والفعاليات وإقامة المؤتمرات والندوات والمضامين التي من شأنها تعريف الجمهور بأهداف الجامعة.

٤-الاتصال المنتظم بوسائل الاعلام وتزويدهم بأهم الإجراءات والفعاليات، عن طريق إيجاد قنوات اتصال بين المؤسسة وجمهورها.

٥-العمل على إنجاح سياسات وخطط الجامعة، والارتقاء بالمستوى العلمي للجامعة، بهدف جعلها صرحاً علمياً متقدماً ومتميزاً على المستوى المحلي والعالمي.

6-السعي لتقوية علاقة الجامعة بالمجتمع المحلي، عن طريق التواصل معها وتنمية الشعور الطيب بين الطرفين.

٨-تطوير قدرات التدريسيين، عن طريق زج الأساتذة بمشاركتهم في المؤتمرات والندوات العلمية، من أجل مواكبة التطور والتقدم، واعداد بحوث علمية تتناول التحديات المعاصرة لرفع المستوى العلمي والمعرفي لديهم.

¹ محمد مرضي الشمري، المدخل إلى دراسة العلاقات العامة والإعلام (القاهرة، دار العربي، 2016) ص ٤٢ .

² خديجة قروف، واقع الصورة الذهنية لدى أساتذة 8 ماي 1945، دراسة ماجستير غير منشورة، (جامعة 8 ماي 1945، كلية العلوم الإنسانية، 2020)

³ محمد جواد زين المشهداني، العلاقات العامة ودورها في تحقيق أهداف المؤسسة، دراسة ماجستير غير منشورة (الجامعة العراقية، كلية الإعلام 2011) ص ١٦

9-استقبال الأساتذة والزائرين الأجانب والوفود الطلابية وإطلاعهم على أهم الإنجازات والمشاريع التي قامت بها الجامعة.

رابعاً: مفهوم الجامعة ووظائفها.

الجامعة لغة: مؤنث الجامع، وهو الاسم الذي يطلق على المؤسسة الثقافية التي تشتمل على معاهد التعليم العالي. أما اصطلاحاً فيعرفها قاموس أكسفورد بأنها مؤسسة تعلم الطلبة وتمتحنهم في مجالات مختلفة من التعلم المتقدم وتمنح الشهادات العلمية وتقدم التسهيلات للبحث العلمي. وللجامعة ثلاثة وظائف أساسية هي التدريس البحث العلمي، وخدمة المجتمع:¹

١-التدريس: تعد هذه العملية إحدى الوظائف الرئيسة والمهمة التي تؤديها الجامعة في تنمية القوى البشرية المؤهلة والمدرّبة للاستفادة منها في النهوض بالمجتمع وتطويره.

٢-البحث العلمي: يعد القيام بالبحوث في الجامعات سبباً رئيساً ومهماً في رفع المستوى التعليمي، وحتى تكون هذه البحوث ناجحة يجب أن تركز على المشكلات المختلفة التي تواجه المجتمع ومتطلباته لتعزيز الصلة وتوثيقها في إطار المجتمع الواحد.

٣-خدمة المجتمع: تعد الجامعة مركز إشعاع ثقافي للمجتمع تسهم في التعرف على مشكلاته من جانب ووضع الحلول والمعالجات من جانب آخر، مما يساعد بالمحصلة في تنشيط عملية التنمية الاجتماعية.

جامعة الكوفة: وهي جامعة عراقية حكومية، تقع مدينة الكوفة، محافظة النجف الأشرف أُسِّسَتْ في 23 كانون الأول عام 1987، وتضم اليوم ٢١ كلية بمختلف التخصصات وبالدراستين الصباحية والمسائية.²

أهدافها:^٢

1. تخريج طلبة متميزين في مجال تخصصهم قياديين ومُنتجين في المجتمع.
2. تطوير قدرات البحث العلمي والابتكار بما ينسجم وسوق العمل.
3. تسويق النتاج المعرفي للبحوث العلمية لدعم التنمية المجتمعية المستدامة الشاملة.
4. ترصين برامجها الأكاديمية بما يواكب التطورات العلمية المعاصرة .
5. تطبيق معايير الجودة وتحقيق الاعتمادية الوطنية والدولية للجامعة وبرامجها الأكاديمية، والارتقاء بسُمعتها دولياً.
6. اعتماد نظام إداري كفوء يقدم خدماته بشفافية ونزاهة.

¹عبير سهام مهدي، أ.م.د. عمار حميد ياسين، دور الجامعات العراقية في إعداد القيادات الشبابية لتعزيز المسؤولية الاجتماعية، المجلة السياسية والدولية، المجلد 2019، العدد 39-40 (30 يونيو/حزيران 2019)، ص257-281.

² الموقع الرسمي لجامعة الكوفة:

<https://uokufa.edu.iq/%d8%a7%d9%84%d8%b1%d8%a4%d9%8a%d8%a7-%d9%88%d8%a7%d9%84%d8%b1%d8%b3%d8%a7%d9%84%d8%a9-%d9%88%d8%a7%d9%84%d8%a7%d9%87%d8%af%d8%a7%d9%81>

7. التخطيط الاستراتيجي لتطوير البنى التحتية والعلمية بما يحقق التنمية المستدامة في الجامعة والمجتمع.
8. اعتماد البرامج العلمية والبحثية لرصد ظواهر اجتماعية تهدد سلامة المجتمع وأمنه واستقراره ومعالجتها.

المبحث الثاني: الصورة الذهنية

أولاً: مفهوم الصورة الذهنية

لغة: في اللغة العربية ينقسم مفهوم الصورة الذهنية الى مفردتين الصورة والذهنية والصورة تعني الشكل الذي يتميز به الشيء، وهي تعني أيضاً الصور بكسر الصاد لغة في الصور جمع صورة وصوره تصويراً فتصور وتصورت الشيء تو همت صورته فتصور لي ويذكر معجم لسان العرب لابن منظور أن الصورة (ظاهر الشيء وهيئته وحقيقة الشيء وصفته). أما مفردة الذهنية فأنها تشير إلى الذهن، والذهن هو العقل. كذلك هي الفطنة (والحفظ) . وبهذا فان الذهن يطلق على الإدراك والتفكير الاستدلالي عن طريق إنشاء العلاقات. وفي إطار ما تقدم فان الجمع بين مفردتي الصورة والذهنية يقود إلى إنشاء مصطلح الصورة الذهنية.¹

تعريفها اصلاً: للصورة الذهنية تعريفات عديدة تتباين بحسب المختصين والباحثين والممارسين، وكما يلي: يُعرفها الدكتور أديب خضور بأنها مجموعة الأحكام والتصورات والانطباعات القديمة والجديدة الإيجابية منها والسلبية التي يأخذها (شخص أو جماعة أو مجتمع) عن آخر ويستخدمها منطلقاً وأساساً لتقويمه لهذا الشخص ولتحديد موقفه وسلوكه إزاءها.²

ويعرف الدكتور ابراهيم الداوقي الصورة الذهنية بأنها تلك التي تقوم على الإدراك العقلي السابق من دون أن تكون لها انعكاسات سلبية على تفاعل الأفراد والمجموعات لأن معظم تلك الصور الذهنية عاطفية يصيبها النسيان أو التحوير أو إعادة النظر بمرور الزمن لاعتمادها على الخيال بالدرجة الأولى.³

ويعرفها جان مريل بأنها "منظومة من الانطباعات والأفكار والآراء التي تكون تمثيلاً عاماً أو سائداً فهي عبارة عن وصف موجز أو تصوير موحد لشعب أو حكومة دولة ما"⁴

ويعرف (هولستي) الصورة الذهنية بأنها: (مجموعة معارف الفرد ومعتقداته في الماضي والحاضر والمستقبل، والتي يحتفظ بها الفرد وفقاً لنظام معين عن ذاته وعن العالم الذي يعيش فيه)⁵

أما الدكتور علي عجوة فيعرفها بأنها "النتائج النهائي للانطباعات الذاتية التي تتكون عند الأفراد والجماعات إزاء شخص معين أو نظام ما أو شعب أو جنس بعينه، أو منشأة أو مؤسسة أو منظمة محلية أو دولية أو مهنية معينة يمكن أن يكون له تأثير على حياة الانسان، وتتكون هذه الانطباعات في ضوء التجارب المباشرة وغير المباشرة وترتبط هذه التجارب بعواطف الأفراد واتجاهاتهم وعقائدهم، وبغض النظر عن صحة وعدم صحة المعلومات

¹ باقر موسى، الصورة الذهنية في العلاقات العامة (عمان دار أسامة للنشر والتوزيع، 2014) ص ٥٢

² ناهض فاضل زيدان الجوازي، العلاقات العامة والصورة الذهنية، مصدر سبق ذكره ص ٤

³ حردان الجنابي الصورة الذهنية لمنظمات المجتمع المدني ودور العلاقات العامة في تكوينها، (عمان، دار اليازوي، ٢٠١٩) ص ٢١

⁴ عادل فهمي الإعلام والأثر السيادة الثقافية وتعزيز الهويات، (القاهرة، وكالة الصحافة العربية، 2022)

⁵ مجيد عبود فهد، الصورة الذهنية للمؤسسات التربوية في العراق، دراسة ماجستير غير منشورة، مصدر سبق ذكره ص ٥

التي تتضمنها خلاصة هذه التجارب فهي تمثل لأصحابها واقعاً صادقاً ينظرون في ضوءه إلى ما حولهم ويفهمون ويقدرّون على أساسها"¹

¹ علي عجوة، العلاقات العامة والصورة الذهنية (القاهرة - دار عالم الكتب، 1983) ص ١٠.

ثانياً سمات الصورة الذهنية

يرى باقر موسى بأن الصورة الذهنية تتسم بالعديد من السمات، هي:¹

- 1- تتسم الصورة الذهنية بان لها إطاراً زمنياً سابقاً، بمعنى أن الصورة الذهنية قديمة التكوين، أي أننا لا نطلق على معرفة حالية صورة ذهنية.
- 2- تتسم الصورة الذهنية بان لها إطاراً ذاتياً حسياً، بمعنى أن الصورة الذهنية تتبع من مقدرة الإنسان الحسية، أي قدرة الإنسان على استيعاب المثير أو التعرض له ما يمتلكه الفرد من قدرات حسية.
- 3- تباين الصورة الذهنية، بمعنى أن الصورة الذهنية تختلف من فرد إلى آخر ومن جماعة إلى أخرى ومن مجتمع إلى آخر، إلا أنها قد تتقارب في أذهان الأفراد مكونة صورة ذهنية متماثلة لجماعة أو مجتمع ما وهذا التباين يرجع إلى القدرات الحسية المتباينة للأفراد.
- ٤- تتسم الصورة الذهنية بالعاطفة على الرغم من أن ذلك لا يعد شرطاً أساسياً في الصورة الذهنية وليست العاطفة في الأحيان مقياساً للصورة الذهنية (سلبي، ايجابي).
- ٥- الصورة الذهنية مكونة للاتجاه، بمعنى أنها أحد مصادر بناء وتكوين الاتجاه.
- 6- الصورة الذهنية أداة تحكم بمعنى أنها بمثابة مقياس يحدد ويضبط السلوك والأحكام أو ردود الأفعال إزاء المثير.
- ٨- الصورة الذهنية مكونة للصور، بمعنى أنها تكون وتنشأ صوراً ذهنية جديدة من دون الحاجة إلى اللجوء إلى القدرات الحسية، بناءً على ما يمتلكه من صور ذهنية سابقة تكونت بفعل مثير حسي.
- 9- الصورة الذهنية عملية ديناميكية، أي متغيرة.

وهناك من يرى بأن سمات الصورة الذهنية كما الآتي:²

- 1- الصورة عملية ديناميكية متفاعلة تمر بمراحل متعددة تتأثر كل مرحلة بما يسبقها وتؤثر فيما يلحق بها، كما أنها متطورة ومتغيرة.
2. الصورة الذهنية عملية معرفية فهي تمر بمراحل العمليات المعرفية من إدراك و فهم وتذكر.
- 3- الصورة الذهنية عملية نفسية مما يعنى كونها عمليات داخلية لها أبعاد شعورية إلى جانب أبعادها المعرفية.
- 4- الصورة الذهنية تتكون وتتطور في إطار ثقافي معين أي أنها لا تنشأ في فراغ وإنما تتأثر بكل الظروف حيطتها بها.

¹ باقر موسى، الصورة الذهنية في العلاقات العامة، مصدر سبق ذكره ص ١٥

² محمد جواد زين الدين المشهداني، العلاقات العامة في المؤسسات السياحية، (عمان، دار أمجد للنشر والتوزيع، 2017) ص ١١٧

ثالثاً: وظائف الصورة الذهنية:

للصورة الذهنية العديد من الوظائف في شتى مجالات الحياة أهمها:¹

- ١-تحقق الصورة الذهنية للفرد أكبر قدر من التكيف مع ظروف الحياة من خلال دورها في اختصار جهد الفرد بما تقدمه له من أطر جاهزة تكفل له التعامل مع الآخر بل التنبؤ بسلوكه من دون إمعان النظر في خصائصه الفردية.
- ٢- إن التصور الذهني يضيق نطاق الجهل بالآخرين عبر استعانة الأفراد بالنتائج التي يقدمها التصور الذهني للتعرف على ما يمكن أن تكون عليه صور الآخرين خلال التعامل معهم.
- ٣- تؤدي عملية تكوين الصورة الذهنية إلى تحويل العالم إلى عالم أسهل وأكثر تنظيماً عبر استخدام الجوانب السيكلوجية التي تنطوي عليها عمليات التعلم داخل الإنسان.
- ٤- تسهم الصورة الذهنية في تفسير مواقف الفرد وآرائه وأنماط سلوكه في الحياة الاجتماعية وتفسر أساساً فلسفته في الحياة وذلك لارتباطها بقيمه ومعتقداته وثقافته.
- ٥- للصور الذهنية دور كبير في تكوين الرأي العام ذلك لأنها اللبنة الأولى التي يتكون منها الرأي باعتبار تأثيرها في آراء الناس ومواقفهم.
- 6-الاقتصاد في المجهود ويعني ذلك توفير الوقت والجهد اللازمين لفهم وتفسير حدث ما، أو شيء يعتبره الإنسان جديداً، فالصورة تساعد الأفراد على تفسير الأحداث الجديدة في ضوء خبراتهم القديمة وصورهم المعهودة.²

ويمكن توظيف الصورة الذهنية في العلاقات العامة، فتكوين الصورة الطيبة للمنظمة أو تعديلها أو تغييرها من أساسيات العمل في مجال العلاقات العامة، إذ شغلت الصورة الذهنية حيزاً واسعاً في دراسات العلاقات العامة، وهناك العديد من الوظائف التي تؤديها الصورة الطيبة للمنظمة، منها: العمل على اجتذاب المهارات البشرية اللازمة للعمل فيها، وسعادة العاملين فعلاً بالانتماء إليها والمساهمة في انخفاض المشاكل العمالية، وارتفاع الروح المعنوية للجمهور الداخلي، وكذلك تلعب الصورة الطيبة للمنظمة دوراً مهماً في جذب رؤوس الأموال، وزيادة أعداد المساهمين، بالإضافة إلى سهولة التعامل مع الهيئات التنفيذية والتشريعية في الدولة.³

¹ ناهض فاضل زيدان الجواري، العلاقات العامة والصورة الذهنية، مصدر سبق ذكره، ص ٢

² سارة عبد العزيز كامل، صورة الصحفي في السينما، (القاهرة، دار العربي للنشر والتوزيع، 2017) ص 77

³ خلف عماد، وسائل الإعلام ومنظمات المجتمع المدني (عمان دار اليازوري 2019) ص 60

رابعاً: أنواع الصورة الذهنية

لقد تعددت وتباينت آراء المنظرين في أنواع الصورة الذهنية، حيث يقسمها فيليب موريل إلى أربعة أنواع، هي:¹

- 1- الصورة المؤسسية: وتكون على المستوى الوطني.
- 2- الصورة المهنية وترتبط بطبيعة نشاط المؤسسة.
- 3- الصورة العلائقية وترتبط في ضوء التواصل مع الجمهور
- 4- الصورة العاطفية: التي تقوم على أساس الود والتعاطف بين المؤسسة والجمهور.

أما جفكينز فيرى إن أنواع الصورة الذهنية كما يلي:²

- 1- الصورة المرآة وهي الصورة التي ترى المنشأة نفسها من خلالها.
 - 2- الصورة الحالية وهي التي يرى بها الآخرون المؤسسة.
 - 3- الصورة المرغوبة، وهي التي تود المنشأة أن تكونها لنفسها في أذهان الجماهير.
 - 4- الصورة المثلى وهي أمثل صورة يمكن أن تتحقق إذا أخذنا في الاعتبار منافسة المنشآت الأخرى وجهودها في التأثير على الجماهير ولذلك يمكن أن تسمى بالصورة المتوقعة
 - 5- الصورة المتعددة وتحدث عندما يتعرض الأفراد الممثلين مختلفين للمنشأة يعطى كل منهم انطباعاً مختلفاً عنها. ومن الطبيعي أن لا يستمر هذا التعدد طويلاً فأما أن يتحول إلى صورة إيجابية أو إلى صورة سلبية أو أن تجمع بين الجانبين صورة موحدة تظلها العناصر الإيجابية والسلبية تبعاً لشدة تأثير كل منها على هؤلاء الأفراد.
- وهناك من يصنفها إلى ما يأتي:³

- 1- الصورة الذاتية: تتكون من المعتقدات والمعايير والقيم والأعراف التي تكون مقبولة بشكل عام داخل المؤسسة، وما يتضح من هذه التسمية أن هذا النوع يركز على الجمهور الداخلي أو العاملين بالمؤسسة وأعضائها وهو مأتوحى به كلمة الذاتية.
- 2- الصورة المستقبلية: تقوم على أهداف المؤسسة وخططها وبرامجها وأجندتها.
- 3- صورة أعمال المنظمة: ترتبط بالسلوك الفعلي للمؤسسة.
- 4- صورة مشاريع المنظمة: تقوم على الأحداث المتوقعة التي يمكن أن تصنعها المنظمة أو تشارك في صنعها.

¹ نجلاء خوالدية، الصورة الذهنية للمؤسسة: إدارة الصورة، التوقع والهوية، رسالة ماجستير غير منشورة، مصدر سبق ذكره ص 9

² علي عجوة، العلاقات العامة والصورة الذهنية، مصدر سبق ذكره ص 4

³ سامية عواج، الاتصال في المؤسسة: المفاهيم - المحددات - الاستراتيجيات، (مركز الكتاب الأكاديمي، 2020) ص 195

خامساً: أهمية الصورة الذهنية وعوامل تكوينها

للصورة الذهنية أهمية بالغة بالنسبة للمؤسسات بمختلف أنواعها، فهي التي تحدد طبيعة العلاقة ما بينها والجمهور، وتتحدد أهمية الصورة الذهنية الإيجابية للمؤسسة التعليمية بالآتي:¹

- 1- تُسهم الصورة الذهنية الإيجابية للمؤسسة التعليمية في زيادة ثقة الجماهير بها، وجذب مصادر التمويل للمؤسسة لغرض دعمها وتطوير برامجها وأنشطتها.
- 2- تحقق الصورة الذهنية الإيجابية للمؤسسة التعليمية إمكانية تعرض الجمهور لخطابها بشكل مستمر فضلاً عن إمكانية تقبل هذا الخطاب بشكل كبير، واستقطاب المهارات البشرية للتطوع في أنشطتها.
- 3- تُسهم الصورة الذهنية الإيجابية للمؤسسة التعليمية إلى زيادة اهتمام قادة الرأي ووسائل الإعلام بها، ودعم دورها في تحقيق المنفعة العامة للمجتمع.
- 4- على المستوى الداخلي تُسهم الصورة الذهنية الإيجابية للمؤسسة التعليمية إلى شعور العاملين بالثقة والانتماء لها، فضلاً عن شعورهم بالتفاخر للعمل فيها.
- 5- الصورة الذهنية الإيجابية للمؤسسة التعليمية تمارس دوراً مهماً في الأزمات التي تتعرض لها المؤسسة، فهي تقلل من إمكانية اتخاذ الجماهير مواقف عدائية ضدها، فضلاً عن زيادة إمكانية المشاركة الجماهيرية بالأنشطة التي تقدمها، مما يزيد من إمكانية تطوير وتوطيد العلاقة بينها وبين الجمهور.
- 6- تُعد الصورة الذهنية الإيجابية للمؤسسة التعليمية مرشداً للإدارة العليا فيها في عملية اتخاذ القرارات الصائبة، والتي تعكس تطلعات الجمهور عبر تحديد أهداف تتسجم مع ما يريجه الجمهور منها.
- 7- تتأثر الصورة الذهنية للمؤسسة بعدة عوامل بعضها يتعلق بالمؤسسة نفسها، والبعض الآخر يتعلق بالجمهور، وكلاهما يتأثر بالخصائص الاجتماعية والثقافية للمجتمع الذي تعمل فيه المؤسسة، ويمكن إجمال العناصر التي تؤثر في تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسة فيما يلي:²

1-الدين: يشير الدكتور هاني الرضا إلى دور الدين في التنشئة الاجتماعية وتأثيره في تشكيل الرأي العام والصور الذهنية للأفراد والشعوب، فقد لعبت الأديان وما تزال أدواراً مؤثرة وهامة في حياة الأمم والجماعات على اختلاف معتقداتها وأديانها.

2-التعليم والموروث الثقافي.

3-قادة الرأي والفكر والزعماء.

4-وسائل الإعلام.

5-عوامل تنظيمية وتشمل استراتيجية إدارة المؤسسة التي تعكس فلسفة وثقافة المؤسسة والأعمال الحقيقية التي تقوم بها، فضلاً عن شبكة الاتصالات الكلية للمؤسسة والتي تشمل كل الاتصالات الداخلية والخارجية مع الجمهور.¹

¹ مجيد عيود فهد، الصورة الذهنية للمؤسسات التربوية في العراق، مصدر سبق ذكره صه

² كامل كريم عباس الدليمي، صورة الولايات المتحدة الأمريكية قبل وبعد احتلال العراق، (عمان، الجنان للنشر والتوزيع، 2010)

الفصل الثالث: الإطار الميداني

تحليل بيانات البحث الميدانية وتفسيرها:

أولاً: النوع الاجتماعي:

جدول (١) يبين التوزيع النسبي لأفراد العينة حسب النوع الاجتماعي

النوع الاجتماعي	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
أنثى	103	57.2%	الأولى
ذكر	77	42.8%	الثانية
المجموع	180	100%	

يوضح الجدول (1) أن نسبة أفراد العينة من الإناث قد حصلت على المرتبة الأولى بنسبة مئوية قدرها 57.2% وبعدد تكرارات 103 تكراراً، وشكل الذكور ما نسبته 42.8% وبعد تكرارات بلغ 77 تكراراً في المرتبة الثانية.

ثانياً: العمر:

جدول (2) يبين التوزيع النسبي لأفراد العينة حسب العمر:

العمر	التكرار	النسبة	المرتبة
23-18	137	76.1%	الأولى
28-24	36	20%	الثانية
29 فأكثر	7	3.9%	الثالثة
المجموع	180	100%	

يوضح الجدول (2) أن نسبة أفراد العينة الذين تتراوح أعمارهم من 23-18 سنة قد شكلوا المرتبة الأولى بنسبة 76.1% بـ 137 تكراراً، أما الذين تتراوح أعمارهم من 28-24 سنة قد جاءوا في المرتبة الثانية بنسبة 20% و36 تكراراً، أما الذين تتراوح أعمارهم من 29 سنة فأكثر حلوا في المرتبة الثالثة بنسبة 3.9% وبسبعة تكرارات.

ثالثاً: التخصص الجامعي:

جدول (3) يبين التوزيع النسبي لأفراد العينة بحسب تخصصهم الجامعي:

التخصص	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
--------	---------	----------------	---------

¹ ناهض فاضل زيدان الجواري، العلاقات العامة والصورة الذهنية، مصدر سبق ذكره ص ١٥

إنساني	104	57.8%	الأولى
علمي	76	42.2%	الثانية
المجموع	180	100%	

يوضح الجدول (3) إن أفراد العينة ذوي التخصص الإنساني يشكلون النسبة الأكبر 57.8% وبـ 104 تكراراً، بينما أصحاب التخصص العلمي جاءوا في المرتبة الثانية بنسبة 42.2% وبـ 76 تكراراً.

جدول (4) يبين التوزيع النسبي لإجابات المبحوثين بخصوص قيام الجامعة بدور أكاديمي ثقافي

البدائل	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
أتفق	89	49.4%	الأولى
محايد	38	21.1%	الثانية
أتفق بشدة	20	11.1%	الثالثة
لا أتفق	18	10%	الرابعة
لا أتفق بشدة	15	8.3%	الخامسة
المجموع	180	100%	

يوضح جدول (4) إجابات المبحوثين حول قيام الجامعة بدور أكاديمي ثقافي، وقد تبين أن المرتبة الأولى كانت لعدد الذين يتفقون وبعدد تكرارات بلغ 89 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 49.4%، أما المرتبة الثانية فقد جاءت لبديل محايد بعدد تكرارات بلغ 38 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 21.1% أما بديل أتفق بشدة فقد جاء في المرتبة الثالثة وبعدد تكرارات 20 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 11.1% من مجموع أفراد العينة، بينما ظهرت المرتبة الرابعة لبديل لا أتفق بعدد تكرارات بلغ 18 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 10% أما المرتبة الخامسة والأخيرة كانت لبديل لا أتفق بشدة بعدد تكرارات بلغ 15 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 8.3%. وهذا يؤكد أن غالبية المبحوثين قد اتفقوا على أن الجامعة تقوم بدور أكاديمي ثقافي.

جدول (5) يبين التوزيع النسبي لإجابات المبحوثين بشأن تكريم الجامعة للطلبة المتفوقين

البدائل	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
لا أتفق	61	33.9%	الأولى
أتفق	55	30.6%	الثانية
لا أتفق بشدة	27	15%	الثالثة
محايد	27	15%	الرابعة
أتفق بشدة	10	5.6%	الخامسة
المجموع	180	100%	

يوضح جدول (5) إجابات المبحوثين حول تكريم الجامعة للطلبة المتفوقين، وقد تبين أن المرتبة الأولى كانت لعدد الذين لا يتفقون وبعدد تكرارات بلغ 61 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 33.9%، بينما جاء بديل أتفق في المرتبة الثانية بعدد تكرارات بلغ 55 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 30.6% أما بديل لا أتفق بشدة فقد جاء في المرتبة الثالثة وبعدد تكرارات بلغ 27 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 15% من مجموع أفراد العينة، بينما ظهرت المرتبة الرابعة لبديل محايد بعدد تكرارات بلغ 27 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 15% أما المرتبة الخامسة

والأخيرة كانت لبديل أتفق بشدة وبعدد تكرارات بلغ 10 وبنسبة مئوية بلغت 5.6%. وهذا يؤكد إن النسبة الأكبر من المبحوثين لم يتفقوا بأن الجامعة تكرم الطلبة المتفوقين.

جدول (6) يبين التوزيع النسبي لإجابات المبحوثين بخصوص قيام الجامعة بتنمية المعرفة والثقافة لدى الطلبة

البدائل	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
أتفق	70	38.9%	الأولى
محايد	52	28.9%	الثانية
لا أتفق	28	15.6%	الثالثة
أتفق بشدة	15	8.3%	الرابعة
لا أتفق بشدة	15	8.3%	الخامسة
المجموع	180	100%	

يوضح جدول (6) إجابات المبحوثين حول تنمية الجامعة لثقافة ومعرفة الطلبة، وقد تبين أن المرتبة الأولى كانت لعدد الذين يتفقون وبعدد تكرارات بلغ 70 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 38.9، أما المرتبة الثانية فقد جاءت لبديل محايد بعدد تكرارات بلغ 52 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 28.9% بينما بديل لا أتفق فقد جاء في المرتبة الثالثة وبعدد تكرارات 28 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 15.6% من مجموع أفراد العينة، بينما ظهرت المرتبة الرابعة لبديل أتفق بشدة وبعدد تكرارات بلغ 15 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 8.3% أما المرتبة الخامسة والأخيرة كانت لبديل لا أتفق بشدة وبعدد تكرارات بلغ 15 وبنسبة مئوية بلغت 8.3%. وهذا يشير إلى أن النسبة الأكبر من المبحوثين قد اتفقوا على أن الجامعة تقوم بتنمية المعرفة والثقافة لدى الطلبة.

جدول (7) يبين التوزيع النسبي لإجابات المبحوثين بخصوص اتصاف موظفي الجامعة بعدم النزاهة

البدائل	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
محايد	67	37.2%	الأولى
لا أتفق	62	34.4%	الثانية
أتفق	29	16.1%	الثالثة
أتفق بشدة	12	6.7%	الرابعة
لا أتفق بشدة	10	5.6%	الخامسة
المجموع	180	100%	

يوضح جدول (7) إجابات المبحوثين حول اتصاف موظفي الجامعة بعدم النزاهة، وقد تبين أن المرتبة الأولى كانت لعدد المحايدين وبعدد تكرارات بلغ 67 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 37.2%، أما المرتبة الثانية فقد جاءت

لبدل لا أتفق بعدد تكرارات بلغ 62 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 34.4% أما بديل أتفق فقد جاء في المرتبة الثالثة وبعدد تكرارات 29 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 16.1% من مجموع أفراد العينة، بينما ظهرت المرتبة الرابعة لبدل أتفق بشدة وبعدد تكرارات بلغ 12 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 5.6% أما المرتبة الخامسة والأخيرة كانت لبدل لا أتفق بشدة وبعدد تكرارات بلغ 10 تكرارات وبنسبة مئوية بلغت 5.6%. وهذا يشير إلى أن النسبة الأكبر من المبحوثين لم يتفقوا بأن موظفي الجامعة غير نزيهين.

جدول (8) يبين التوزيع النسبي لإجابات المبحوثين بشأن إن الجامعة تُخرِّج طلبة غير قادرين على دخول سوق العمل

البدائل	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
أتفق	52	28.9%	الأولى
محايد	50	27.8%	الثانية
لا أتفق	48	26.7%	الثالثة
أتفق بشدة	25	13.9%	الرابعة
لا أتفق بشدة	5	2.8%	الخامسة
المجموع	180	100%	

يوضح جدول (8) إجابات المبحوثين بشأن إن الجامعة تُخرِّج طلبة غير قادرين على دخول سوق العمل، وقد تبين أن المرتبة الأولى كانت لعدد الذين يتفقون وبعدد تكرارات بلغ 52 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 28.9% أما المرتبة الثانية فقد جاءت لبدل محايد وبعدد تكرارات بلغ 50 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 27.8% بينما بديل لا أتفق فقد جاء في المرتبة الثالثة وبعدد تكرارات بلغ 48 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 26.7% من مجموع أفراد العينة، بينما ظهرت المرتبة الرابعة لبدل أتفق بشدة وبعدد تكرارات بلغ 25 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 13.9% أما المرتبة الخامسة والأخيرة كانت لبدل لا أتفق بشدة وبعدد تكرارات بلغ 5 تكرارات وبنسبة مئوية بلغت 2.8%. وهذه البيانات تؤكد بأن النسبة الأكبر من المبحوثين يتفقون مع إن الجامعة تُخرِّج طلبة غير قادرين على دخول سوق العمل.

جدول (9) يبين التوزيع النسبي لإجابات المبحوثين بخصوص معاملة الأمن الجامعي للطلبة باحترام وتعاون

البدائل	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
لا أتفق	45	25%	الأولى
أتفق	45	25%	الثانية
محايد	40	22.2%	الثالثة

لا أتفق بشدة	39	21.7%	الرابعة
أتفق بشدة	11	6.1%	الخامسة
المجموع	180	100%	

يوضح جدول (9) إجابات المبحوثين بشأن معاملة الأمن الجامعي للطلبة باحترام وتعاون، وقد تبين أن المرتبة الأولى كانت لعدد الذين لا يتفقون بعدد تكرارات بلغ 45 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 25% بينما المرتبة الثانية فقد جاءت لبديل أتفق بعدد تكرارات بلغ 45 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 25% أما بديل محايد فقد جاء في المرتبة الثالثة وبعدد تكرارات 40 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 22.2% من مجموع أفراد العينة، بينما صارت المرتبة الرابعة لبديل لا أتفق بشدة بعدد تكرارات 39 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 21.7% أما المرتبة الخامسة والأخيرة كانت لبديل أتفق بشدة وبعدد تكرارات بلغ 11 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 6.1%. وهذا يشير إلى أن النسبة الأكبر من المبحوثين لم يتفقوا بأن الأمن الجامعي يعامل الطلبة باحترام وتعاون.

جدول (10) يبين التوزيع النسبي لإجابات المبحوثين بخصوص معاملة إدارة الجامعة للطلبة بتسلط

البدائل	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
أتفق	51	28.3%	الأولى
أتفق بشدة	48	26.7%	الثانية
محايد	39	21.7%	الثالثة
لا أتفق	36	20%	الرابعة
لا أتفق بشدة	6	3.3%	الخامسة
المجموع	180	100%	

يوضح جدول (10) إجابات المبحوثين بشأن معاملة إدارة الجامعة للطلبة بتسلط، وقد تبين أن المرتبة الأولى كانت لعدد الذين يتفقون بعدد تكرارات بلغ 51 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 28.3%، أما المرتبة الثانية فقد جاءت لبديل أتفق بشدة بعدد تكرارات بلغ 48 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 26.7% أما بديل محايد فقد جاء في المرتبة الثالثة وبعدد تكرارات بلغ 39 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 21.7% من مجموع أفراد العينة، بينما ظهرت المرتبة الرابعة لبديل لا أتفق بعدد تكرارات بلغ 36 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 20% أما المرتبة الخامسة والأخيرة كانت لبديل لا أتفق بشدة وبعدد تكرارات بلغ 6 تكرارات وبنسبة مئوية بلغت 3.3%. وهذا يؤكد أن غالبية المبحوثين قد اتفقوا على أن إدارة الجامعة تعامل الطلبة بتسلط.

جدول (11) يبين التوزيع النسبي لإجابات المبحوثين بخصوص معاملة موظفو الجامعة للطلبة باستعلاء

البدائل	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
أتفق	52	28.9%	الأولى
محايد	50	27.8%	الثانية
لا أتفق	42	23.3%	الثالثة
أتفق بشدة	26	14.4%	الرابعة
لا أتفق بشدة	10	5.6%	الخامسة
المجموع	180	100%	

يوضح جدول (11) إجابات المبحوثين بخصوص معاملة موظفو الجامعة للطلبة باستعلاء، وقد تبين أن المرتبة الأولى كانت لعدد الذين يتفقون وبعدد تكرارات بلغ 52 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 28.9%، أما المرتبة الثانية فقد جاءت لبدل محايد وبعدد تكرارات بلغ 50 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 27.8% بينما بديل لا أتفق فقد جاء في المرتبة الثالثة وبعدد تكرارات 42 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 23.3% من مجموع أفراد العينة، أما في المرتبة الرابعة جاء بديل أتفق بشدة وبعدد تكرارات بلغ 26 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 14.4% أما المرتبة الخامسة والأخيرة كانت لبدل لا أتفق بشدة وبعدد تكرارات بلغ 10 وبنسبة مئوية بلغت 5.6%. وهذا يشير إلى أن النسبة الأكبر من المبحوثين اتفقوا على أن موظفي الجامعة يعاملون الطلبة باستعلاء.

جدول (12) يبين التوزيع النسبي لإجابات المبحوثين بخصوص معاملة الأساتذة للطلبة بتعاون

البدائل	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
أُتفق	71	39.4%	الأولى
محايد	41	22.8%	الثانية
لا أُتفق	35	19.4%	الثالثة
لا أُتفق بشدة	18	10%	الرابعة
أُتفق بشدة	15	8.3%	الخامسة
المجموع	180	100%	

يوضح جدول (12) إجابات المبحوثين بشأن معاملة الأساتذة للطلبة بتعاون، وقد تبين أن المرتبة الأولى كانت لعدد الذين يتفقون وبعدد تكرارات بلغ 71 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 39.4%، أما المرتبة الثانية فقد جاء بديل محايد بعدد تكرارات بلغ 41 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 22.8% أما بديل لا أُتفق فقد جاء في المرتبة الثالثة وبعدد تكرارات بلغ 35 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 19.4% من مجموع أفراد العينة، بينما ظهرت المرتبة الرابعة لبديل لا أُتفق بشدة بعدد تكرارات بلغ 18 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 10% أما المرتبة الخامسة والأخيرة كانت لبديل أُتفق بشدة وبعدد تكرارات بلغ 15 وبنسبة مئوية بلغت 8.3%. وهذا يشير إلى أن النسبة الأكبر من المبحوثين يتفقون مع إن الأساتذة يعاملون الطلبة بتعاون.

جدول (13) يبين التوزيع النسبي لإجابات المبحوثين بخصوص معاملة الأساتذة للطلبة بعدالة من دون تحيز

البدائل	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
أُتفق	58	32.2%	الأولى
لا أُتفق	49	27.2%	الثانية
محايد	45	25%	الثالثة
لا أُتفق بشدة	18	10%	الرابعة
أُتفق بشدة	10	5.6%	الخامسة
المجموع	180	100%	

يوضح جدول (13) إجابات المبحوثين حول معاملة الأساتذة للطلبة بعدالة من دون تحيز، وقد تبين أن المرتبة الأولى كانت لعدد الذين يتفقون وبعدد تكرارات بلغ 58 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 32.2%، أما المرتبة الثانية فقد جاءت لبديل لا أُتفق بعدد تكرارات بلغ 49 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 27.2% أما بديل محايد فقد جاء في المرتبة الثالثة وبعدد تكرارات بلغ 45 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 25% من مجموع أفراد العينة، بينما ظهرت المرتبة الرابعة لبديل لا أُتفق بشدة بعدد تكرارات بلغ 18 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 10% أما المرتبة الخامسة والأخيرة كانت لبديل أُتفق بشدة وبعدد تكرارات بلغ 10 وبنسبة مئوية بلغت 5.6%. يتضح من البيانات إن النسبة الأكبر من المبحوثين يتفقون مع إن الأساتذة يعاملون الطلبة بعدالة من دون تحيز.

جدول (14) يبين التوزيع النسبي لإجابات المبحوثين بشأن معاناة الطلبة من صعوبة في فهم المناهج الدراسية

البدائل	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
أتفق	72	40%	الأولى
أتفق بشدة	70	38.9%	الثانية
محايد	26	14.4%	الثالثة
لا أتفق	9	5%	الرابعة
لا أتفق بشدة	3	1.7%	الخامسة
المجموع	180	100%	

يوضح جدول (14) إجابات المبحوثين حول معاناة الطلبة من صعوبة في فهم المناهج الدراسية، وقد تبين أن المرتبة الأولى كانت لعدد الذين يتفقون وبعدد تكرارات بلغ 72 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 40%، أما المرتبة الثانية فقد جاءت لبديل أتفق بشدة بعدد تكرارات بلغ 70 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 38.9% أما بديل محايد فقد جاء في المرتبة الثالثة وبعدد تكرارات بلغ 26 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 14.4% من مجموع أفراد العينة، بينما جاء في المرتبة الرابعة لبديل لا أتفق بعدد تكرارات بلغ 9 تكرارات وبنسبة مئوية بلغت 5% أما المرتبة الخامسة والأخيرة كانت لبديل لا أتفق بشدة وبعدد تكرارات بلغ 3 وبنسبة مئوية بلغت 1.7%. وهذا يشير إلى أن غالبية المبحوثين قد اتفقوا على معاناة الطلبة من صعوبة في فهم المناهج الدراسية.

جدول (15) يبين التوزيع النسبي لإجابات المبحوثين بشأن استعمال الأساتذة لطرائق تدريس قديمة متأخرة

البدائل	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
أتفق	59	32.8%	الأولى
محايد	47	26.1%	الثانية
أتفق بشدة	46	25.6%	الثالثة
لا أتفق	23	12.8%	الرابعة
لا أتفق بشدة	5	2.8%	الخامسة
المجموع	180	100%	

يوضح جدول (15) إجابات المبحوثين حول استعمال الأساتذة لطرائق تدريس قديمة متأخرة، وقد تبين أن المرتبة الأولى كانت لعدد الذين يتفقون وبعدد تكرارات بلغ 59 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 32.8%، أما المرتبة الثانية فقد جاءت لبديل محايد بعدد تكرارات بلغ 47 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 26.1% أما بديل أتفق بشدة فقد جاء في المرتبة الثالثة وبعدد تكرارات بلغ 46 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 25.6% من مجموع أفراد العينة، بينما جاء في المرتبة الرابعة البديل لا أتفق بعدد تكرارات بلغ 23 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 12.8% أما المرتبة الخامسة والأخيرة كانت لبديل لا أتفق بشدة وبعدد تكرارات بلغ 5 تكرارات وبنسبة مئوية بلغت 2.8%. يتضح بأن المبحوثين يتفقون مع إن الأساتذة يستعملون طرائق تدريس قديمة متأخرة.

جدول (16) يبين التوزيع النسبي لإجابات المبحوثين بخصوص مراعاة الأساتذة للجانب العملي في التدريس

البدائل	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
أُتفق	53	29.4%	الأولى
محايد	51	28.3%	الثانية
لا أُتفق	49	27.2%	الثالثة
لا أُتفق بشدة	20	11.1%	الرابعة
أُتفق بشدة	7	3.9%	الخامسة
المجموع	180	100%	

يوضح جدول (16) إجابات المبحوثين حول مراعاة الأساتذة للجانب العملي في التدريس، وقد تبين أن المرتبة الأولى كانت لعدد الذين يتفقون وبعدد تكرارات بلغ 35 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 29.4%، أما المرتبة الثانية فقد جاءت لبديل محايد وبعدد تكرارات بلغ 51 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 28.3% أما بديل لا أُتفق فقد جاء في المرتبة الثالثة وبعدد تكرارات 49 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 27.2% من مجموع أفراد العينة، بينما جاء في المرتبة الرابعة البديل لا أُتفق بشدة وبعدد تكرارات بلغ 20 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 11.1% أما المرتبة الخامسة والأخيرة كانت لبديل أُتفق بشدة وبعدد تكرارات بلغ 7 وبنسبة مئوية بلغت 3.9%. يتضح من البيانات إن النسبة الأكبر من المبحوثين لم يتفقوا بأن الأساتذة يراعون الجانب العملي في التدريس.

جدول (17) يبين التوزيع النسبي لإجابات المبحوثين بشأن نجاح الجامعة باستثمار الإنترنت التعليم

البدائل	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
لا أُتفق	66	36.7%	الأولى
محايد	42	23.3%	الثانية
أُتفق	35	19.4%	الثالثة
لا أُتفق بشدة	32	17.8%	الرابعة
أُتفق بشدة	5	2.8%	الخامسة
المجموع	180	100%	

يوضح جدول (17) إجابات المبحوثين حول نجاح الجامعة باستثمار الإنترنت في التعليم، وقد تبين أن المرتبة الأولى كانت لعدد الذين لا يتفقون وبعدد تكرارات بلغ 66 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 36.7%، أما المرتبة الثانية فقد جاءت لبديل محايد وبعدد تكرارات بلغ 42 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 23.3% أما بديل أُتفق فقد جاء في المرتبة الثالثة وبعدد تكرارات 35 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 19.4% من مجموع أفراد العينة، بينما جاء في المرتبة الرابعة البديل لا أُتفق بشدة وبعدد تكرارات بلغ 32 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 17.8% أما المرتبة الخامسة والأخيرة كانت لبديل أُتفق بشدة وبعدد تكرارات بلغ 5 وبنسبة مئوية بلغت 2.8%. يتضح من البيانات إن غالبية المبحوثين لم يتفقوا بأن الجامعة قد استثمرت الإنترنت في التعليم.

جدول (18) يبين التوزيع النسبي لإجابات المبحوثين بخصوص امتلاك الجامعة لأساتذة مختصين كفؤين

البدائل	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
أتفق	71	39.4%	الأولى
محايد	47	26.1%	الثانية
لا أتفق	31	17.2%	الثالثة
أتفق بشدة	22	12.2%	الرابعة
لا أتفق بشدة	9	5%	الخامسة
المجموع	180	100%	

يوضح جدول (18) إجابات المبحوثين حول امتلاك الجامعة لأساتذة مختصين كفؤين، وقد تبين أن المرتبة الأولى كانت لعدد الذين يتفقون وبعدد تكرارات بلغ 71 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 39.4%، أما المرتبة الثانية فقد جاءت لبديل محايد وبعدد تكرارات بلغ 47 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 26.1% أما بديل لا أتفق فقد جاء في المرتبة الثالثة وبعدد تكرارات 31 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 17.2% من مجموع أفراد العينة، بينما جاء في المرتبة الرابعة البديل أتفق بشدة بعدد تكرارات بلغ 22 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 12.2% أما المرتبة الخامسة والأخيرة كانت لبديل لا أتفق بشدة وبعدد تكرارات بلغ 9 وبنسبة مئوية بلغت 5%. وهذا يشير إلى أن غالبية المبحوثين قد اتفقوا على أن الجامعة تضم أساتذة مختصين كفؤين.

جدول (19) يبين التوزيع النسبي لإجابات المبحوثين بخصوص مراعاة الجامعة للمعايير العلمية في الأبحاث

البدائل	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
محايد	71	39.4%	الأولى
أتفق	55	30.6%	الثانية
لا أتفق	37	20%	الثالث
أتفق بشدة	10	5.6%	الرابعة
لا أتفق بشدة	7	3.9%	الخامسة
المجموع	180	100%	

يوضح جدول (19) إجابات المبحوثين حول مراعاة الجامعة للمعايير العلمية في الأبحاث، وقد تبين أن المرتبة الأولى كانت للمحايد وبعدد تكرارات بلغ 71 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 39.4% ، أما المرتبة الثانية فقد جاءت لبديل أتفق بعدد تكرارات بلغ 55 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 30.6% أما بديل لا أتفق فقد جاء في المرتبة الثالثة وبعدد تكرارات 37 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 20% من مجموع أفراد العينة، بينما جاء في المرتبة الرابعة البديل أتفق بشدة بعدد تكرارات بلغ 10 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 5.6% أما المرتبة الخامسة والأخيرة كانت لبديل لا أتفق بشدة وبعدد تكرارات بلغ 7 وبنسبة مئوية بلغت 3.9%. وهذا يشير إلى أن النسبة الأكبر من المبحوثين يتفقون مع إن الجامعة تراعي المعايير العلمية في الأبحاث.

جدول (20) يبين التوزيع النسبي لإجابات المبحوثين حول إن البنى التحتية الجامعية قديمة بحاجة لصيانة

البدائل	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
أُتفق بشدة	109	60.6%	الأولى
أُتفق	50	27.8%	الثانية
محايد	15	8.3%	الثالثة
لا أُتفق	4	2.2%	الرابعة
لا أُتفق بشدة	2	1.1%	الخامسة
المجموع	180	100%	

يوضح جدول (20) إجابات المبحوثين حول إن البنى التحتية الجامعية قديمة بحاجة لصيانة، وقد تبين أن المرتبة الأولى كانت لعدد الذين يتفقون بشدة وبعدد تكرارات بلغ 109 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 60.6%، أما المرتبة الثانية فقد جاءت لبديل أُتفق بعدد تكرارات بلغ 50 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 27.8% أما بديل محايد فقد جاء في المرتبة الثالثة وبعدد تكرارات 15 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 8.3% من مجموع أفراد العينة، بينما جاء في المرتبة الرابعة البديل لا أُتفق بعدد تكرارات بلغ 4 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 2.2% أما المرتبة الخامسة والأخيرة كانت لبديل لا أُتفق بشدة وبعدد تكرارات بلغ 2 وبنسبة مئوية بلغت 1.1%. وهذا يشير إلى أن غالبية المبحوثين قد اتفقوا على أن البنى التحتية الجامعية قديمة بحاجة لصيانة.

جدول (21) يبين التوزيع النسبي لإجابات المبحوثين بشأن توفير الجامعة منافذاً للمياه الصالحة الشرب

البدائل	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
لا أُتفق بشدة	90	50%	الأولى
لا أُتفق	50	27.8%	الثانية
أُتفق	20	11.1%	الثالثة
محايد	15	8.3%	الرابعة
أُتفق بشدة	5	2.8%	الخامسة
المجموع	180	100%	

يوضح جدول (21) إجابات المبحوثين حول توفير الجامعة منافذاً للمياه الصالحة الشرب، وقد تبين أن المرتبة الأولى كانت لعدد الذين لا يتفقون بشدة وبعدد تكرارات بلغ 90 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 50%، أما المرتبة الثانية فقد جاءت لبديل لا أُتفق بعدد تكرارات بلغ 50 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 27.8% أما بديل أُتفق فقد جاء في المرتبة الثالثة وبعدد تكرارات 20 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 11.1% من مجموع أفراد العينة، بينما جاء في المرتبة الرابعة البديل محايد بعدد تكرارات بلغ 15 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 8.3% أما المرتبة الخامسة والأخيرة كانت لبديل أُتفق بشدة وبعدد تكرارات بلغ 5 وبنسبة مئوية بلغت 2.8%. وهذا يشير إلى أن غالبية المبحوثين لم يتفقوا بأن الجامعة توفر منافذاً للمياه الصالحة الشرب.

جدول (22) يبين التوزيع النسبي لإجابات المبحوثين بخصوص إهمال الجامعة لنظافة أطعمة الكافتيريات داخلها

البدائل	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
أُتفق بشدة	84	46.7%	الأولى
أُتفق	45	25.6%	الثانية
محايد	26	16.1%	الثالثة
لا أُتفق	16	8.9%	الرابعة
لا أُتفق بشدة	5	2.8%	الخامسة
المجموع	180	100%	

يوضح جدول (22) إجابات المبحوثين حول إهمال الجامعة لنظافة أطعمة الكافتيريات داخلها، وقد تبين أن المرتبة الأولى كانت لعدد الذين يتفقون بشدة وبعدد تكرارات بلغ 84 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 46.7، أما المرتبة الثانية فقد جاءت لبديل أُتفق بعدد تكرارات بلغ 45 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 25.6% أما بديل محايد فقد جاء في المرتبة الثالثة وبعدد تكرارات 26 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 16.1% من مجموع أفراد العينة، بينما جاء في المرتبة الرابعة البديل لا أُتفق بعدد تكرارات بلغ 16 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 8.9% أما المرتبة الخامسة والأخيرة كانت لبديل لا أُتفق بشدة وبعدد تكرارات بلغ 5 وبنسبة مئوية بلغت 2.8%. يتضح بأن غالبية المبحوثين قد اتفقوا على أن الجامعة تهمل نظافة أطعمة الكافتيريات داخلها.

جدول (23) يبين التوزيع النسبي لإجابات المبحوثين بشأن إن دورات المياه الخاصة بالطلبة غير صحية

البدائل	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
أُتفق بشدة	96	53.3%	الأولى
أُتفق	35	19.4%	الثانية
محايد	26	14.4%	الثالثة
لا أُتفق	22	12.2%	الرابعة
لا أُتفق بشدة	1	0.6%	الخامسة
المجموع	180	100%	

يوضح جدول (23) إجابات المبحوثين حول إن دورات المياه الخاصة بالطلبة غير صحية، وقد تبين أن المرتبة الأولى كانت لعدد الذين يتفقون بشدة وبعدد تكرارات بلغ 96 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 53.3%، أما المرتبة الثانية فقد جاءت لبديل أُتفق بعدد تكرارات بلغ 35 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 19.4% أما بديل محايد فقد جاء في المرتبة الثالثة وبعدد تكرارات 26 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 14.4% من مجموع أفراد العينة، بينما جاء في المرتبة الرابعة البديل لا أُتفق بعدد تكرارات بلغ 22 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 12.2% أما المرتبة الخامسة والأخيرة كانت لبديل لا أُتفق بشدة وبعدد تكرارات بلغ 1 وبنسبة مئوية بلغت 0.6%. يتضح من البيانات إن غالبية المبحوثين اتفقوا على أن دورات المياه الخاصة بالطلبة غير صحية.

جدول (24) يبين التوزيع النسبي لإجابات المبحوثين بخصوص اهتمام الجامعة بنظافة قاعاتها الدراسية وأروقتها

البدائل	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
لا أتفق	51	28.3	الأولى
أتفق	44	24.4%	الثانية
لا أتفق بشدة	37	20.6%	الثالثة
محايد	33	18.3%	الرابعة
أتفق بشدة	15	8.3%	الخامسة
المجموع	180	100%	

يوضح جدول (24) إجابات المبحوثين حول اهتمام الجامعة بنظافة قاعاتها الدراسية وأروقتها، وقد تبين أن المرتبة الأولى كانت لعدد الذين لا يتفقون وبعدد تكرارات بلغ 51 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 28.3%، أما المرتبة الثانية فقد جاءت لبديل أتفق بعدد تكرارات بلغ 44 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 24.4% أما بديل لا أتفق بشدة فقد جاء في المرتبة الثالثة وبعدد تكرارات 37 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 20.6% من مجموع أفراد العينة، بينما جاء في المرتبة الرابعة البديل محايد بعدد تكرارات بلغ 33 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 18.3% أما المرتبة الخامسة والأخيرة كانت لبديل أتفق بشدة وبعدد تكرارات بلغ 15 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 8.3%. وهذا يشير إلى أن النسبة الأكبر من المبحوثين لم يتفقوا بأن الجامعة تهتم بنظافة قاعاتها الدراسية وأروقتها.

جدول (25) يبين التوزيع النسبي لإجابات المبحوثين بشأن امتلاك الجامعة لمكتبات علمية أو ثقافية

البدائل	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
أتفق	84	46.7%	الأولى
لا أتفق	39	21.7%	الثانية
محايد	30	16.7%	الثالثة
لا أتفق بشدة	15	8.3%	الرابعة
أتفق بشدة	12	6.7%	الخامسة
المجموع	180	100%	

يوضح جدول (25) إجابات المبحوثين حول امتلاك الجامعة لمكتبات علمية أو ثقافية، وقد تبين أن المرتبة الأولى كانت لعدد الذين يتفقون وبعدد تكرارات بلغ 84 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 46.7%، أما المرتبة الثانية فقد جاءت لبديل لا أتفق بعدد تكرارات بلغ 39 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 21.7% أما بديل محايد فقد جاء في المرتبة الثالثة وبعدد تكرارات بلغ 30 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 16.7% من مجموع أفراد العينة، بينما جاء في المرتبة الرابعة البديل لا أتفق بشدة بعدد تكرارات بلغ 15 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 8.3% أما المرتبة الخامسة والأخيرة كانت لبديل أتفق بشدة وبعدد تكرارات بلغ 12 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 6.7%. يتضح من البيانات إن غالبية المبحوثين اتفقوا على امتلاك الجامعة لمكتبات علمية أو ثقافية.

جدول (26) يبين التوزيع النسبي لإجابات المبحوثين بخصوص افتقار القاعات الدراسية لمقاعد مريحة

البدائل	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
أُتفق بشدة	69	38.8%	الأولى
أُتفق	51	28.3%	الثانية
لا أُتفق	30	16.7%	الثالثة
محايد	26	14.4%	الرابعة
لا أُتفق بشدة	4	2.2%	الخامسة
المجموع	180	100%	

يوضح جدول (26) إجابات المبحوثين حول افتقار القاعات الدراسية لمقاعد مريحة، وقد تبين أن المرتبة الأولى كانت لعدد الذين يتفقون بشدة وبعدد تكرارات بلغ 69 تكراراً ونسبة مئوية بلغت 38.8%، أما المرتبة الثانية فقد جاءت لبديل أُتفق بعدد تكرارات بلغ 51 تكراراً ونسبة مئوية بلغت 28.3% أما بديل لا أُتفق فقد جاء في المرتبة الثالثة وبعدد تكرارات بلغ 30 تكراراً ونسبة مئوية بلغت 16.7% من مجموع أفراد العينة، بينما جاء في المرتبة الرابعة البديل محايد بعدد تكرارات بلغ 26 تكراراً ونسبة مئوية بلغت 14.4% أما المرتبة الخامسة والأخيرة كانت لبديل لا أُتفق بشدة وبعدد تكرارات بلغ 4 تكرارات ونسبة مئوية بلغت 2.2%. وهذا يشير إلى أن غالبية المبحوثين قد اتفقوا على أن القاعات الدراسية تفتقر للمقاعد المريحة.

جدول (27) يبين التوزيع النسبي لإجابات المبحوثين بشأن امتلاك الجامعة لمختبرات علمية حديثة

البدائل	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
لا أُتفق بشدة	67	37.2%	الأولى
لا أُتفق	63	35%	الثانية
محايد	33	18.3%	الثالثة
أُتفق	16	8.9%	الرابعة
أُتفق بشدة	1	0.6%	الخامسة
المجموع	180	100%	

يوضح جدول (27) إجابات المبحوثين حول امتلاك الجامعة لمختبرات علمية حديثة، وقد تبين أن المرتبة الأولى كانت لعدد الذين لا يتفقون بشدة وبعدد تكرارات بلغ 67 تكراراً ونسبة مئوية بلغت 37.2%، أما المرتبة الثانية فقد جاءت لبديل لا أُتفق بعدد تكرارات بلغ 63 تكراراً ونسبة مئوية بلغت 35% أما بديل محايد فقد جاء في المرتبة الثالثة وبعدد تكرارات بلغ 33 تكراراً ونسبة مئوية بلغت 18.3% من مجموع أفراد العينة، بينما جاء في المرتبة الرابعة البديل أُتفق بعدد تكرارات بلغ 16 تكراراً ونسبة مئوية بلغت 8.9% أما المرتبة الخامسة والأخيرة كانت لبديل أُتفق بشدة وبعدد تكرارات بلغ 1 تكراراً ونسبة مئوية بلغت 0.6%. يتضح من البيانات إن غالبية المبحوثين لم يتفقوا بأن الجامعة تحتوي على مختبرات علمية حديثة.

جدول (28) يبين التوزيع النسبي لإجابات المبحوثين بخصوص اعتناء الجامعة بحدائقها

البدائل	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
لا أتفق	56	31.1%	الأولى
أتفق	42	23.3%	الثانية
محايد	34	18.9%	الثالثة
لا أتفق بشدة	32	17.8%	الرابعة
أتفق بشدة	16	8.9%	الخامسة
المجموع	180	100%	

يوضح جدول (28) إجابات المبحوثين حول عناية الجامعة بحدائقها، وقد تبين أن المرتبة الأولى كانت لعدد الذين لا يتفقون وبعدد تكرارات بلغ 56 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 31.1%، أما المرتبة الثانية فقد جاءت لبديل أتفق بعدد تكرارات بلغ 42 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 23.3% أما بديل محايد فقد جاء في المرتبة الثالثة وبعدد تكرارات بلغ 34 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 18.9% من مجموع أفراد العينة، بينما جاء في المرتبة الرابعة البديل لا أتفق بشدة بعدد تكرارات بلغ 32 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 17.8% أما المرتبة الخامسة والأخيرة كانت لبديل أتفق بشدة وبعدد تكرارات بلغ 16 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 8.9%. وهذا يشير إلى أن النسبة الأكبر من المبحوثين لم يتفقوا بأن الجامعة تعتني بحدائقها.

جدول (29) يبين التوزيع النسبي لإجابات المبحوثين بخصوص دعم الجامعة للطلبة المحتاجين

البدائل	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
لا أتفق	67	37.2%	الأولى
محايد	49	27.2%	الثانية
لا أتفق بشدة	38	21.1%	الثالثة
أتفق	20	11.1%	الرابعة
أتفق بشدة	6	3.3%	الخامسة
المجموع	180	100%	

يوضح جدول (29) إجابات المبحوثين حول دعم الجامعة للطلبة المحتاجين، وقد تبين أن المرتبة الأولى كانت لعدد الذين لا يتفقون وبعدد تكرارات بلغ 67 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 37.2%، أما المرتبة الثانية فقد جاءت لبديل محايد بعدد تكرارات بلغ 49 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 27.2% أما بديل لا أتفق بشدة فقد جاء في المرتبة الثالثة وبعدد تكرارات بلغ 38 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 21.1% من مجموع أفراد العينة، بينما جاء في المرتبة الرابعة البديل أتفق بعدد تكرارات بلغ 20 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 11.1% أما المرتبة الخامسة والأخيرة كانت لبديل أتفق بشدة وبعدد تكرارات بلغ 6 تكرارات وبنسبة مئوية بلغت 3.3%. يتضح من البيانات إن غالبية المبحوثين لم يتفقوا بأن الجامعة تدعم الطلبة المحتاجين.

جدول (30) يبين التوزيع النسبي لإجابات المبحوثين بخصوص افتقار الجامعة للصحف الطلابية

البدائل	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
أتفق	67	37.2%	الأولى
أتفق بشدة	64	35.6%	الثانية
محايد	38	21.1%	الثالثة
لا أتفق	9	5%	الرابعة
لا أتفق بشدة	2	1.1%	الخامسة
المجموع	180	100%	

يوضح جدول (30) إجابات المبحوثين حول افتقار الجامعة للصحف الطلابية، وقد تبين أن المرتبة الأولى كانت لعدد الذين يتفقون وبعدد تكرارات بلغ 67 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 37.2%، أما المرتبة الثانية فقد جاءت لبديل أتفق بشدة بعدد تكرارات بلغ 64 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 35.6% أما بديل محايد فقد جاء في المرتبة الثالثة وبعدد تكرارات 38 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 21.1% من مجموع أفراد العينة، بينما جاء في المرتبة الرابعة البديل لا أتفق بعدد تكرارات بلغ 9 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 5% أما المرتبة الخامسة والأخيرة كانت لبديل لا أتفق بشدة وبعدد تكرارات بلغ 2 تكرار وبنسبة مئوية بلغت 1.1%. وهذا يشير إلى أن غالبية المبحوثين قد اتفقوا على أن الجامعة تفتقر للصحف الطلابية.

جدول (31) يبين التوزيع النسبي لإجابات المبحوثين بشأن إن الجامعة تدعو وسائل الإعلام لتغطية أنشطتها

البدائل	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
أتفق	52	28.9%	الأولى
محايد	49	27.2%	الثانية
لا أتفق	47	26.1%	الثالثة
لا أتفق بشدة	20	11.1%	الرابعة
أتفق بشدة	12	6.7%	الخامسة
المجموع	180	100%	

يوضح جدول (31) إجابات المبحوثين حول دعوة الجامعة لوسائل الإعلام لتغطية أنشطتها، وقد تبين أن المرتبة الأولى كانت لعدد الذين يتفقون وبعدد تكرارات بلغ 52 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 28.9%، أما المرتبة الثانية فقد جاءت لبديل محايد بعدد تكرارات بلغ 49 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 27.2% أما بديل لا أتفق فقد جاء في المرتبة الثالثة وبعدد تكرارات 47 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 26.1% من مجموع أفراد العينة، بينما جاء في المرتبة الرابعة البديل لا أتفق بشدة بعدد تكرارات بلغ 20 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 11.1% أما المرتبة الخامسة والأخيرة كانت لبديل أتفق بشدة وبعدد تكرارات بلغ 12 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 6.7%. يتضح من البيانات إن النسبة الأكبر من المبحوثين لم يتفقوا بأن الجامعة تدعو وسائل الإعلام لتغطية أنشطتها.

جدول (32) يبين التوزيع النسبي لإجابات المبحوثين بشأن إهمال الجامعة للمعارض الفنية الطلابية

البدائل	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
أُتفق	66	36.7%	الأولى
محايد	42	23.3%	الثانية
لا أُتفق	42	23.3%	الثالثة
أُتفق بشدة	25	13.9%	الرابعة
لا أُتفق بشدة	5	2.8%	الخامسة
المجموع	180	100%	

يوضح جدول (32) إجابات المبحوثين حول إهمال الجامعة للمعارض الفنية الطلابية، وقد تبين أن المرتبة الأولى كانت لعدد الذين يتفقون وبعدد تكرارات بلغ 66 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 36.7%، أما المرتبة الثانية فقد جاءت لبديل محايد بعدد تكرارات بلغ 42 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 23.3% أما بديل لا أُتفق فقد جاء في المرتبة الثالثة وبعدد تكرارات 42 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 23.3% من مجموع أفراد العينة، بينما جاء في المرتبة الرابعة البديل أُتفق بشدة بعدد تكرارات بلغ 25 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 13.9% أما المرتبة الخامسة والأخيرة كانت لبديل لا أُتفق بشدة وبعدد تكرارات بلغ 5 تكرارات وبنسبة مئوية بلغت 2.8%. يتضح من الجدول إن غالبية المبحوثين اتفقوا على أن الجامعة تهمل المعارض الفنية الطلابية.

جدول (33) يبين التوزيع النسبي لإجابات المبحوثين بشأن إن الجامعة تجري مهرجانات طلابية

البدائل	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
أُتفق	70	38.9%	الأولى
محايد	46	25.6%	الثانية
لا أُتفق	34	18.9%	الثالثة
أُتفق بشدة	16	8.9%	الرابعة
لا أُتفق بشدة	14	7.8%	الخامسة
المجموع	180	100%	

يوضح جدول (33) إجابات المبحوثين حول إجراء الجامعة للمهرجانات الطلابية، وقد تبين أن المرتبة الأولى كانت لعدد الذين يتفقون وبعدد تكرارات بلغ 70 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 38.9%، أما المرتبة الثانية فقد جاءت لبديل محايد بعدد تكرارات بلغ 46 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 25.6% أما بديل لا أُتفق فقد جاء في المرتبة الثالثة وبعدد تكرارات 34 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 18.9% من مجموع أفراد العينة، بينما جاء في المرتبة الرابعة البديل أُتفق بعدد تكرارات بلغ 16 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 8.9% أما المرتبة الخامسة والأخيرة كانت لبديل لا أُتفق بشدة وبعدد تكرارات بلغ 14 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 7.8%. وهذا يشير إلى أن النسبة الأكبر من المبحوثين يتفقون مع إن الجامعة تجري مهرجانات طلابية.

جدول (34) يبين التوزيع النسبي لإجابات المبحوثين بخصوص إجراء الجامعة لندوات علمية أو ثقافية ذات فائدة

البدائل	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
أتفق	65	36.1%	الأولى
محايد	45	25%	الثانية
لا أتفق	32	17.8%	الثالثة
أتفق بشدة	24	13.3%	الرابعة
لا أتفق بشدة	14	7.8%	الخامسة
المجموع	180	100%	

يوضح جدول (34) إجابات المبحوثين حول إجراء الجامعة لندوات علمية أو ثقافية ذات فائدة، وقد تبين أن المرتبة الأولى كانت لعدد الذين يتفقون وبعدد تكرارات بلغ 65 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 36.1%، أما المرتبة الثانية فقد جاءت لبديل محايد بعدد تكرارات بلغ 45 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 25% أما بديل لا أتفق فقد جاء في المرتبة الثالثة وبعدد تكرارات 32 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 17.8% من مجموع أفراد العينة، بينما جاء في المرتبة الرابعة البديل أتفق بشدة بعدد تكرارات بلغ 24 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 13.3% أما المرتبة الخامسة والأخيرة كانت لبديل لا أتفق بشدة وبعدد تكرارات بلغ 14 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 7.8%. يتضح من الجدول إن النسبة الأكبر من المبحوثين يتفقون مع إن الجامعة تجري ندوات علمية أو ثقافية ذات فائدة.

جدول (35) يبين التوزيع النسبي لإجابات المبحوثين بشأن إهمال الجامعة للسفرات العلمية الطلابية

البدائل	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
أتفق بشدة	95	52.8%	الأولى
أتفق	47	26.1%	الثانية
محايد	22	12.2%	الثالثة
لا أتفق	13	7.2%	الرابعة
لا أتفق بشدة	3	1.7%	الخامسة
المجموع	180	100%	

يوضح جدول (35) إجابات المبحوثين حول إهمال الجامعة للسفرات العلمية الطلابية، وقد تبين أن المرتبة الأولى كانت لعدد الذين يتفقون بشدة وبعدد تكرارات بلغ 95 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 52.8%، أما المرتبة الثانية فقد جاءت لبديل أتفق بعدد تكرارات بلغ 47 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 26.1% أما بديل محايد فقد جاء في المرتبة الثالثة وبعدد تكرارات 22 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 12.2% من مجموع أفراد العينة، بينما جاء في المرتبة الرابعة البديل لا أتفق بعدد تكرارات بلغ 13 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 7.2% أما المرتبة الخامسة والأخيرة كانت لبديل لا أتفق بشدة وبعدد تكرارات بلغ 3 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 1.7%. وهذا يشير إلى أن غالبية المبحوثين يتفقون بشدة على أن الجامعة تهمل السفرات العلمية الطلابية.

نتائج البحث:

أظهرت نتائج البحث الميداني ما يأتي:

- 1-يتفق غالبية المبحوثون (60.5%) على أن الجامعة تقوم بدور أكاديمي ثقافي.
- 2-تنظر النسبة الأكبر من المبحوثين (48.9%) إلى أن الجامعة لا تكرم الطلبة المتفوقين.
- 3-تتفق النسبة الأكبر من المبحوثين (47.2%) على أن الجامعة تقوم بتنمية المعرفة والثقافة لدى الطلبة.
- 4-لا تتفق النسبة الأكبر من المبحوثين (40%) باتصاف موظفي الجامعة بعدم النزاهة.
- 5-نظر النسبة الأكبر من المبحوثين (42.8%) إلى أن الجامعة تُخرِّج طلبة غير قادرين على دخول سوق.
- 6-ترى النسبة الأكبر من المبحوثين (46.7%) إن الأمن الجامعي لا يعامل الطلبة باحترام وتعاون.
- 7-يؤكد غالبية المبحوثون (55%) إن إدارة الجامعة تعامل الطلبة بتسلط.
- 8-ترى النسبة الأكبر من المبحوثين (43.3%) أن موظفي الجامعة يعاملون الطلبة باستعلاء.
- 9-تتفق النسبة الأكبر من المبحوثين (47.7%) أن الأساتذة يعاملون الطلبة بتعاون.
- 10-ترى النسبة الأكبر من المبحوثين (37.8%) إن الأساتذة يعاملون الطلبة بعدالة من دون تحيز.
- 11-يتفق غالبية المبحوثون (78.9%) على أن الطلبة يعانون من صعوبة في فهم المناهج الدراسية.
- 12-يتفق غالبية المبحوثون (58.4%) بأن الأساتذة يستعملون طرائق تدريس قديمة متأخرة.
- 13-النسبة الأكبر من المبحوثين (38.3%) بأن الأساتذة لا يراعون الجانب العملي في التدريس.
- 14-يتفق غالبية المبحوثون (54.5%) بأن الجامعة لم تنجح باستثمار الإنترنت في التعليم.
- 15-يتفق غالبية المبحوثون (51.6%) على أن الجامعة تمتلك أساتذة مختصين كفؤين.
- 16-تنظر النسبة الأكبر من المبحوثين (36.2%) إلى أن الجامعة تراعي المعايير العلمية في الأبحاث.
- 17-يتفق غالبية المبحوثون (88.4%) بأن البنى التحتية الجامعية قديمة بحاجة لصيانة.
- 18-يتفق غالبية المبحوثون (77.8%) بأن الجامعة لا توفر منافذاً للمياه الصالحة للشرب.
- 19-يرى غالبية المبحوثون (72.3%) على أن الجامعة تهمل نظافة أطعمة الكافتيريات داخلها.
- 20-ينظر غالبية المبحوثون (72.7%) إلى أن دورات المياه الخاصة بالطلبة في الجامعة غير صحية.
- 21-ترى النسبة الأكبر من المبحوثين (48.9%) بأن الجامعة لا تهتم بنظافة قاعاتها الدراسية وأروقتها.

- 22-يتفق غالبية المبحوثون (53.4%) بأن الجامعة تمتلك مكتبات علمية أو ثقافية
- 23-ينظر غالبية المبحوثون (67.1%) إلى أن القاعات الدراسية تفتقر للمقاعد المريحة.
- 24-يرى غالبية المبحوثون (72.2%) بأن الجامعة لا تحتوي على مختبرات علمية حديثة.
- 25-تتظر النسبة الأكبر من المبحوثين (48.9%) إلى أن لا تعتنى بحدائقها.
- 26- يتفق غالبية المبحوثون (58.3%) بأن الجامعة لا تدعم الطلبة المحتاجين.
- 27-يرى غالبية المبحوثون (72.8%) بأن الجامعة تفتقر للصحف الطلابية.
- 28-تتظر النسبة الأكبر من المبحوثين (40%) إلى أن الجامعة لا تدعو وسائل الإعلام لتغطية أنشطتها.
- 29-يتفق غالبية المبحوثون (50.6%) على أن الجامعة تهمل المعارض الفنية الطلابية.
- 30-ترى النسبة الأكبر من المبحوثين (47.8%) بأن الجامعة تجري مهرجانات طلابية
- 31-تتظر النسبة الأكبر من المبحوثين (49.4%) إلى أن الجامعة تجري ندوات علمية أو ثقافية ذات فائدة
- 32-يتفق غالبية المبحوثون (78.9%) بأن الجامعة تهمل السفرات العلمية الطلابية.

الاستنتاجات:

في ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة الميدانية يمكن تحديد الاستنتاجات الآتية:

- 1-يحمل الطلبة صورة ذهنية سلبية إزاء المؤسسة الجامعية، إذ عارض الطلبة غالبية الفقرات الإيجابية واتفقوا مع الفقرات السلبية.
- 2-ينظر الطلبة للمؤسسة الجامعية بأنها تنتهج أسلوب إدارة استبدادي*1 أحادي الاتجاه، حيث يقوم على نقل التعليمات والتوجيهات من الأعلى إلى الأسفل من دون الاهتمام بآراء الطلبة.
- 3-يحمل الطلبة مؤشرات سلبية للغاية إزاء البنى التحتية الجامعية.
- 4-يحمل الطلبة مؤشرات سلبية إزاء الأمن الجامعي والموظفين.
- 5-يحمل الطلبة مؤشرات إيجابية نحو الأساتذة.
- 6-لدى الطلبة مؤشرات سلبية إزاء أساليب التدريس، حيث اعتماد أساليب تدريس تقليدية وعدم استثمار الإنترنت بصورة صحيحة وإهمال الجوانب العملية.

*1 أسلوب الإدارة الاستبدادي: وهو أسلوب ينزع إلى الهيمنة والافراد بالرأي في جميع العمليات الإدارية، وانعدام الحوار بين الرؤساء المرؤوسين، حيث توجيه الأوامر وإعداد القرارات والتعليمات بصورة انفرادية وعلى المرؤوسين التنفيذ واتباع الأوامر دون مناقشة. (للمزيد ينظر: فرج المبروك، مدير المدرسة والإدارة المدرسية (دار حميثرا للنشر والترجمة 2017) ص45.

7-برغم الصورة الذهنية السلبية إزاء المؤسسة الجامعية لكن الطلبة لا يزالون يرون بأن الجامعة لها دور أكاديمي ثقافي وتنمي المعرفة والثقافة لدى الطلبة.

8-يحمل الطلبة مؤشرات سلبية إزاء نظافة الجامعة وأطعمة (الكافتيريات) داخلها.

9-تبين بأن الجامعة هناك ضعفاً في الأنشطة الاجتماعية والطلابية داخل الجامعة، مثل شحة السفرات العلمية والصحف الطلابية والتنسيق مع وسائل الإعلام.

التوصيات:

- يوصي الباحث المؤسسات الجامعية الحكومية بانتهاج أسلوب إدارة متوازن، مزيج بين السلطوية والديمقراطية.
- الاهتمام بآراء الطلبة ومطالبهم المشروعة وإجراء استطلاعات دورية لمعرفة انطباعاتهم إزاء المؤسسة الجامعية، بهدف معالجة المؤشرات السلبية وتعزيز المؤشرات الإيجابية.
- السعي لتطوير أساليب التدريس واستثمار الإنترنت فيها.
- صيانة البنى التحتية.
- الاهتمام بالتشجير والمساحات الخضراء.
- إجراء دورات تدريبية وورشات لتطوير أداء الموظفين والأمن الجامعي وتعزيز علاقتهم بالطلبة.
- زيادة الاهتمام بالأنشطة الطلابية مثل السفرات العلمية والصحف الطلابية والمسابقات وتكريم الطلبة المتفوقين.

المصادر والمراجع:

- 1- أسعد حسين عطوان، مناهج البحث العلمي، (بيروت، دار الكتب العلمية، 2018)
- 2- أحمد عبد اللطيف، دليل المقاييس والاختبارات النفسية والتربوية، 2009.
- 3- أحمد محمد الزعبي، أسس علم النفس الاجتماعي، (عمان، دار زهران للنشر والتوزيع، 2010)
- 4- أمل البكري، علم النفس المدرسي، (المعزز للنشر والتوزيع، الأردن، 2011)
- 5- باقر موسى، الصورة الذهنية في العلاقات العامة (عمان دار أسامة للنشر والتوزيع، 2014)
- 6- جبار عبد ماضي، الإحصاء والاحتمالات، (عمان، شركة دار الأكاديميون للنشر والتوزيع، 2016)
- 7- حسام حبيب الخياط، الصورة الذهنية عن كلية التمريض في جامعة الكوفة لدى طلبة المرحلة الرابعة، مجلة آداب الكوفة، العدد ٥٥، ج ٣، 2023)
- 8- حيدر عبد الكريم الزهيري، مناهج البحث التربوي، (دبي، مركز دبيونو لتعليم التفكير، 2017)
- 9- حردان الجنابي الصورة الذهنية لمنظمات المجتمع المدني ودور العلاقات العامة في تكوينها، (عمان، دار اليازوي، 2019)
- 10- خليل محمد سعد، الإدارة السياحية، (دار الجنادرية للنشر والتوزيع، 2017)
- 11- خلف كريم كيوش، استراتيجيات العلاقات العامة في إدارة الأزمات، الأردن، دار أمجد للنشر والتوزيع، 2018)
- 12- خلف عماد، وسائل الإعلام ومنظمات المجتمع المدني (عمان، دار اليازوي، 2019)
- 13- سعد سلمان المشهداني، منهجية البحث الإعلامي، (الإمارات، دار الكاتب الجامعي، 2020)
- 14- سمية علي عبد الوارث أحمد، البحث التربوي والنفسى، (القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، 2011)
- 15- سامية عواج، الاتصال في المؤسسة: المفاهيم - المحددات - الاستراتيجيات، (مركز الكتاب الأكاديمي، 2020)
- 16- سارة عبد العزيز كامل، صورة الصحفي في السينما، (القاهرة، دار العربي للنشر والتوزيع، 2017)
- 17- كامل كريم عباس الدليمي، صورة الولايات المتحدة الأمريكية قبل وبعد احتلال العراق، (عمان، الجنان للنشر والتوزيع، 2010)
- 18- طه عبد العاطي نجم، مناهج البحث الإعلامي، (الإسكندرية، دار كلمة للنشر والتوزيع، 2015)
- 19- عبد الرزاق الدليمي، علوم الاتصال في القرن الحادي والعشرين (الأردن عمان: دار اليازوي 2015)
- 20- عبد الناصر جرادات، مقدمة في العلاقات العامة (بيروت: دار اليازوي، 2019)
- 21- علي عجوة، العلاقات العامة والصورة الذهنية (القاهرة - دار عالم الكتب، 1983)
- 22- على عجوة، الأسس العلمية للعلاقات العامة، (دار عالم الكتب للنشر والتوزيع، 1985)
- 23- عادل فهمي الإعلام والآخر السيادة الثقافية وتعزيز الهويات، (القاهرة، وكالة الصحافة العربية، 2022)
- 24- فرج المبروك، مدير المدرسة والإدارة المدرسية (دار حميثرا للنشر والترجمة 2017)
- 25- فريد كورتل، مدخل للتسويق، (دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، 2012)
- 26- فتحي حسين عامر، استطلاعات الرأي العام على الإنترنت، (القاهرة، دار العربي للنشر والتوزيع، 2013)
- 27- غادة البطريق، العلاقات العامة وفن إدارة الأزمات، (الجيزة دار أطلس، 2017)
- 28- محمد مرضي الشمري، المدخل إلى دراسة العلاقات العامة والإعلام (القاهرة، دار العربي، 2016)
- 29- محمد جواد زين الدين المشهداني، العلاقات العامة في المؤسسات السياحية، (عمان، دار أمجد للنشر والتوزيع، 2017)
- 30- مدحت محمد أبو النصر، مناهج البحث في الخدمة الاجتماعية، (القاهرة، المجموعة العربية للتدريب والنشر، 2017)
- 31- نزار عوني اللبدي، إدارة العلاقات العامة وتنميتها، (عمان، دار دجلة، 2015)
- 32- وليد خلف الله محمد دياب، أخلاقيات ممارسة العلاقات العامة، (عمان، دار اليازوي، 2014)
- 33- وعد إبراهيم خليل الأمير، العنف في وسائل الاتصال المرئية وعلاقته بجنوح الأحداث، (دار المنهل، 2013)

الرسائل والأطاريح:

- 1- خديجة قروف، واقع الصورة الذهنية لدى أساتذة 8 ماي 1945، دراسة ماجستير غير منشورة، (جامعة 8 ماي 1945 قالمة، كلية العلوم الإنسانية، 2020).
- 2- عبير سهام مهدي، أ.م.د. عمار حميد ياسين، دور الجامعات العراقية في إعداد القيادات الشبابية لتعزيز المسؤولية الاجتماعية، المجلة السياسية والدولية، المجلد 2019، العدد 39-40 (30 يونيو/حزيران 2019).
- 3- مجيد عبود فهد، الصورة الذهنية للمؤسسات التربوية في العراق، دراسة ماجستير غير منشورة، (كلية الإعلام – جامعة بغداد ٢٠١٤).
- 4- محمد جواد زين المشهداني، العلاقات العامة ودورها في تحقيق أهداف المؤسسة، دراسة ماجستير غير منشورة (الجامعة العراقية، كلية الإعلام ٢٠١١).
- 5- نجلاء خوالدية، الصورة الذهنية للمؤسسة: إدارة الصورة، التموقع والهوية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، (جامعة ٨ ماي ١٩٤٥ قالمة، ٢٠٢٢).
- 6- ناهض فاضل زيدان الجواري، أحمد ناهي عطية، الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في المؤسسات الدينية العراقية، دراسة تحليلية (كلية الإعلام – الجامعة العراقية ٢٠١٠).
- 7- نعمان عباس ندا الحياني، الصورة الذهنية للجامعة المستنصرية لدى طلبة الثانوية العامة، (مجلة آداب المستنصرية، العدد ٧٠، ٢٠١٥).

المواقع الإلكترونية:

- 1- الموقع الرسمي لجامعة الكوفة: <https://uokufa.edu.iq/%d9%85%d8%b1%d8%ad%d8%a8%d8%a7-%d9%83%d9%85-%d9%81%d9%8a-%d8%ad%d8%a7%d9%85%d8%b9%d8%a9-%d8%a7%d9%84%d9%83%d9%88%d9%81%d8%a9>
- 2- الموقع الرسمي لجامعة الكوفة: <https://uokufa.edu.iq/%d8%a7%d9%84%d8%b1%d8%a4%d9%8a%d8%a7-%d9%88%d8%a7%d9%84%d8%b1%d8%b3%d8%a7%d9%84%d8%a9-%d9%88%d8%a7%d9%84%d8%a7%d9%87%d8%af%d8%a7%d9%81>
- 3- قاموس المصطلحات، الموقع الرسمي لمركز أبحاث العلوم الصحية، جامعة الأميرة نورة بنت عبد الرحمن، متاح على الرابط: <https://ahm.pnu.edu.sa/ar/glossary>

الملاحق:

استمارة المقياس

النوع الاجتماعي:

- ذكر

- أنثى

العمر:

- 23-18 سنة

- 28-24 سنة

- 29 سنة فأكثر

التخصص الجامعي: - إنساني - علمي

المحور الأول: مفهوم المؤسسة الجامعية، إدارتها، سياساتها، ووظائفها الأساسية	أتفق بشدة	أتفق	محايد	لا أتفق	لا أتفق بشدة
تقوم الجامعة بدور أكاديمي ثقافي					
تكرّم الجامعة الطلبة المتفوقين					
تنمي الجامعة المعرفة والثقافة لدى الطلبة					
يتصف موظفو الجامعة بعدم النزاهة					
تُخرّج الجامعة طلبة غير قادرين على دخول سوق العمل					
يعامل الأمن الجامعي الطلبة باحترام وتعاون					
تعامل إدارة الجامعة الطلبة بتسلّط					
يعامل موظفو الجامعة الطلبة باستعلاء					
المحور الثاني: إمكانات الأساتذة، المنهج الدراسي، طرائق التدريس	أتفق بشدة	أتفق	محايد	لا أتفق	لا أتفق بشدة
يعامل الأساتذة الطلبة بعدالة من دون تحيز					
يعاني الطلبة من صعوبة في فهم المناهج الدراسية					

					يستعمل الأساتذة طرائق تدريس قديمة متأخرة
					يراعي الأساتذة الجانب العملي في التدريس
					نجحت الجامعة باستثمار الإنترنت في التعليم
					تضم الجامعة أساتذة مختصين كفولين
					تراعي الجامعة المعايير العلمية في الأبحاث
لا أتفق بشدة	لا أتفق	محايد	أتفق	أتفق بشدة	المحور الثالث: البيئة المادية للجامعة:
					البنى التحتية الجامعية قديمة بحاجة لصيانة
					توفر الجامعة منافذاً للمياه الصالحة للشرب
					تهمل الجامعة نظافة أطعمة الكافتيريات داخلها
					إن دورات المياه الخاصة بالطلبة غير صحية
					تهتم الجامعة بنظافة قاعاتها الدراسية وأروقتها
					تحتوي الجامعة على مكتبات علمية أو ثقافية
					تفتقر القاعات الدراسية للمقاعد المريحة
					تحتوي الجامعة على مختبرات علمية حديثة
					تعتني الجامعة بحدائقها
لا أتفق بشدة	لا أتفق	محايد	أتفق	أتفق بشدة	المحور الرابع: الأنشطة الاجتماعية والطلابية داخل الجامعة:
					تدعم الجامعة الطلبة المحتاجين
					تفتقر الجامعة للصحف الطلابية
					تدعو الجامعة وسائل الإعلام لتغطية أنشطتها
					تهمل الجامعة المعارض الفنية الطلابية
					تجري الجامعة مهرجانات طلابية
					تجري الجامعة ندوات علمية أو ثقافية ذات فائدة

					تھمل الجامعة السفرات العلمیة للطلبة
--	--	--	--	--	-------------------------------------