

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
République Algérienne Démocratique et Populaire

Ministère de l'Enseignement Supérieur
et de la Recherche Scientifique
Université Akli Mohand Oulhadj - Bouira -
Tasdawit Akli Muḥend Ulḥağ - Tubirett -
Faculté des Sciences Sociales et Humaines



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة أكلي محمد أولحاج
- البويرة -
كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم علوم الإعلام و الاتصال

الصورة الذهنية للجامعة لدى الطلبة الجامعيين

دراسة ميدانية لعينة من طلبة جامعة البويرة

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال

تخصص اتصال وعلاقات عامة

إشراف الأستاذة

د / جميلة اوشن

إعداد الطالبة

سهام قزويل

السنة الجامعية 2022/2021

كلمة شكر

أتقدم بالشكر الجزيل والتقدير و الاحترام
إلى الأستاذة او شن جميلة على تواضعها وقبولها
الإشراف على هذه المذكرة
كما نشكرها على توجيهاتها ونصائحها القيمة التي لم
تبخل بها علينا

الإهداء

- إلى الوالدين الكريمن منبع العطاء رزقنا الله برهما
 - و إلى زوجي الغالي أمدہ الله بالصحة و السداد.
 - و إلى ضياء قلبي و نور بصري أمينة وندی و محمد .
 - إلى أختي الغالية إيمان والريحانتين أمنية و ياسمين
 - إلى أخي الغالي مهدي و محمد
 - إلى عائلة زوجي كل باسمه و على رأسهم أبي عمر و أمي
- شريفة.



خطة الدراسة

مقدمة

الفصل الأول: الإطار المنهجي و المفاهيمي للدراسة

- 1- إشكالية الدراسة
- 2- أسباب اختيار الموضوع
- 3- أهمية و أهداف الدراسة
- 4- الدراسات السابقة
- 5- منهج المستخدم الدراسة
- 6- أدوات جمع البيانات و المعلومات
- 7- مجتمع البحث و عينة الدراسة
- 8- حدود الدراسة
- 9- المقاربة النظرية للدراسة
- 10- تحديد مفاهيم ومصطلحات الدراسة

الإطار النظري للدراسة

الفصل الثاني: ماهية وأسس الصورة الذهنية

تمهيد

المبحث الأول: مقارنة معرفية للصورة الذهنية

المبحث الثاني: أبعاد الصورة الذهنية و وظائفها

المبحث الثالث: نشأة و تطور الصورة الذهنية

خلاصة

الفصل الثالث: كيفية تكوين الصورة الذهنية للجامعة

تمهيد

المبحث الأول: مقارنة نظرية لأهداف و وظائفالجامعة

المبحث الثاني: أهمية الصورة الذهنية للجامعة وعوامل تكوينها

المبحث الثالث: بناء وتشكيل الصورة الذهنية للجامعة و الأساليب الحديثة لقياسها

خلاصة

الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الرابع: الإجراءات الميدانية للدراسة

المبحث الأول: بطاقة فنية حول جامعة البويرة

المبحث الثاني : تحليل البيانات الشخصية

لمبحث الثالث : دور وسائل التواصل الاجتماعي (الفاسبوك) في تكوين الصورة الذهنية لطلبة جامعة البويرة.

المبحث الرابع: مدى مشاركة التنظيمات الطلابية في تكوين الصورة الذهنية لطلبة جامعة البويرة.

المبحث الخامس : مدى تأثير جودة الخدمات الجامعية في صناعة الصورة الذهنية لطلبة جامعة البويرة.

المبحث السادس: ما هي نتائج آليات علاقة الطلبة بالأساتذة في جامعة البويرة في تشكيل الصورة الذهنية لها.

المبحث السابع: النتائج العامة و مناقشتها وفق تساؤلات الدراسة

الخاتمة

مقدمة

مقدمة

تزداد أهمية الصورة الذهنية لمختلف المؤسسات في الوقت المعاصر ،نظرا لما لها من دور فعال سواء للأفراد أو المنظمات ،و لما تقوم به من تكوين للآراء و الانطباعات و تشكيل للسلوك و تحديد اتجاهه ثم اتخاذ القرار ، فأصبحت الصورة الذهنية هدفا لجميع المؤسسات لتحسين مهامها و التماشي مع التطورات الجديدة .

تعتبر الجامعة مؤسسة تعليمية تكوينية تسعى لتسويق رسالتها سواء للجمهور الداخلي أو الخارجي ،لذا هي تسعى إلى الاهتمام بالصورة الذهنية باعتبارها حاجة جوهرية و حساسة تعكس صورتها و هويتها و سمعتها ،فأصبحت معرفة الصورة الذهنية للطالب عن الجامعة ضرورة للحد من الاحتياجات المتغيرة و المشكلات المتزايدة و تسعى إلى المحافظة على الصورة الطيبة بثتى الآليات و البرامج الفعالة .

و في هذا الإطار سعت هذه الدراسة إلى التركيز على مؤسسة هامة إلا و هي جامعة العقيد أكلي محند الحاج البويرة ، و هذا قصد التعرف على الصورة الذهنية المكونة لدى الطلبة عن هذه الجامعة .

و على أساسه تضم الدراسة أربع فصول ،ضم الفصل الأول الإطار المنهجي و هو يعتبر مدخلا عاما للدراسة من خلال طرح إشكالية الدراسة ، أسباب اختيار الموضوع،أهمية و أهداف الدراسة ،الدراسات السابقة،المنهج المستخدم ، أدوات جمع البيانات و المعلومات ،مجتمع البحث و عينة الدراسة ،حدود الدراسة ،المقاربة النظرية للدراسة ،تحديد مفاهيم و مصطلحات الدراسة .

ضم الفصل الثاني ماهية و أسس الصورة الذهنية ،تناولنا فيه المقاربة المعرفية للصورة الذهنية ، ابتعاد الصورة الذهنية ووظائفها ،نشأة و تطور الصورة الذهنية .

أما الفصل الثالث فاحتوى على كيفية تكوين الصورة الذهنية للجامعة من خلال مقارنة نظرية لأهداف ووظائف الجامعة ،أهمية الصورة الذهنية للجامعة و عوامل تكوينها ،بناء و تشكيل الصورة الذهنية للجامعة و الأساليب الحديثة لقياسها .

في حين يحتوي الفصل الرابع على عرض و تحليل و تفسير البيانات و ضم أيضا نتائج الدراسة و مناقشتها وفق التساؤلات و المدخل النظري،وأرفقنا العمل بخاتمة وتوصيات .

الفصل الأول

الإطار المنهجي و المفاهيمي للدراسة

1- إشكالية الدراسة

شهد مطلع القرن الحالي ثورة في ميدان الاتصال و العلاقات العامة ،حيث استقطبت عدد كبير من المهتمين و الباحثين و المفكرين في عالمنا المعاصر ،وهذا لما تقوم به من دور فعال في تكوين الانطباعات و الآراء و اتخاذ القرارات و تشكيل السلوك،ومن أهم احد أصولها المعنوية وروابطها الثابتة لتحقيق الهوية و السمعة في الصورة الذهنية.

وفي ظل تحديات العولمة و التغيرات التكنولوجية السريعة التي يشهدها العالم بمعدلات ومضوية الوقت إدارة الصورة الذهنية قفزة نوعية لتصبح ضمن الظواهر الإنسانية و المؤسساتية بشكل عام وضمن بحوث العلاقات العامة بشكل خاص.

فهي تعتبر الصورة العقلية التي تتكون عند الإنسان على المدى البعيد وليس وليدة اللحظة، أو نقطة ثابتة تتعلق بعملية التذكر التي تتم على المستوى العقلي للشيء سواء مع وجود أو غياب المثير الأصلي،و قد تكون ألبضا تفاعل فردي مع الرسالة قبولاً أو رفضاً تأييداً أو اعتراضاً ذاتياً متوقفة على معطيات ذاتية مختلفة .

ونظراً للدور الوظيفي لها في الوقت الراهن أصبحت هدف أساسي تسعى إليه مختلف المؤسسات سواء كانت اقتصادية أو خدماتية أو ثقافية، وحتى المؤسسات الجامعية باعتبارها مؤسسة عمومية اجتماعية ذات طابع إداري تمثل .

فالجامعة مؤسسة محورية لا غنى و لا بديل عنها كأداة في صنع القيادات السياسية و الفكرية و المهنية باعتبارها المؤسسة التعليمية و التكوينية العليا التي تتولى تخريج الأجيال و صنع حاضر المجتمعات و رسم معالم مستقبلها لتلخص مهامها و تتكامل في نقل المعرفة من خلال التعليم و إنتاج المعرفة من خلال البحث العلمي و طرح هاته المعرفة لتنمية المجتمع.

الجامعة تقع عليها مسؤولية التكوين و التأهيل و الاهتمام بالطالب و الغوص في فهم واقعه داخل المحيط الجامعي من خلال توفير له تعليماً مستمراً لسنوات عديدة هدفها تزويده بالخبرات و المهارات العلمية النظرية و التطبيقية.

والتأهيل الذي أتاحت له فرصة الالتحاق و الانتماء للجامعة ليقضي منها سنوات تكوينيه العلمي العالي و البحث العلمي و التأهيل العقلي و الاجتماعي سيكون لا محال انطباعات ذهنية تنمخض في شكل صورة يغرس

فيها عالم يتكون من جميع التغيرات ليكون خيالا معتبرا عن واقع صادق سواء كان سيئا تشويه بعض الشوائب ليطرح صورة سلبية أو واقعا مليئا بالخبرات و التجارب يعمل على تقوية رصيده وتثبيت ما تلقاه من معارف و معلومات فيطرح صورة ايجابية.

وتعتبر جامعة البويرة كغيرها من المؤسسات الجامعية مركز إشعاع فكري ومعرفي يواكب جميع التحولات و المتغيرات التي تصنع صورة ذهنية عنها لدى طلابها باعتبار هاته الأخيرة من احد أهم الأبعاد الأساسية في تفاعل الطلبة مع الجامعة ،لتشكيل نقطة او دور محوري يترجم مؤشرات نتائج النضج الفكري و الذهني الذي تمخض عن ولادة معرفة أو انطباع لدى الطلاب جامعة البويرة وفق مسارهم الجامعي.

بما أن الصورة الذهنية تتسم بالدينامكية بمعنى أنها متغيرة وليس ثابتة فان طلاب جامعة البويرة باعتبارهم المحور الأساسي الذي يقوم عليه التعليم الجامعي ومن أهم مدخلات النظام الجامعي الذي يوفر أهم المخرجات التي تسعى المؤسسات لاستقطابها، سيكونون صورة ذهنية عن جامعتهم ضمن المثبرات والمتغيرات من خلال تصورهم للأشياء في هيئتها وحقيقتها وصفتها وإصدار الأحكام و الاستدلالات عنها، فمن خلال دراستنا هاته يمكن أن نطرح السؤال الرئيسي الآتي

ما هي طبيعة الصورة الذهنية لجامعة البويرة لدى طلبتها ؟

2-التساؤلات الفرعية للدراسة

-ما هو دور وسائل التواصل الاجتماعي (الفاسبوك) في تكوين الصورة الذهنية لجامعة البويرة لدى طلابها؟

-ما مدى مشاركة المنظمات الطلابية في تكوين الصورة الذهنية لجامعة البويرة لدى الطلبة؟

-ما مدى تأثير جودة خدمات جامعة البويرة في صناعة الصورة الذهنية عنها لدى طلابها؟

-ما هي نتائج آليات علاقة الطلبة بالأساتذة في جامعة البويرة في تشكيل الصورة الذهنية لها؟

2- أسباب اختيار الموضوع

تتعدد الأسباب في اختيار الموضوع فمن بينها أسباب ذاتية وأخرى موضوعية.

الأسباب الذاتية: تتمثل فيما يلي

- الاهتمام الذاتي لمعرفة واقع الصورة الذهنية عند الطلبة حول الجامعة.
- الميل الشخصي والرغبة الخاصة بالموضوعات التي تتعلق بميدان الاتصال و العلاقات العامة.

الأسباب الموضوعية

- تزايد الاهتمام بالصورة الذهنية في حقل الدراسات الإعلامية والاتصالية في عصرنا الحالي.
- ضرورة توفر ترجمة للصورة الذهنية المتبناة حول واقع الطلبة داخل الجامعة .
- الدوافع القوية و الفعالة في محاولة المساهمة في إثراء مكتبة الجامعة بمواضيع تدخل ضمن التخصص.
- إبراز أهمية الصورة الذهنية كإدارة لا يمكن الاستغناء عنها و الدور الذي تقوم به العلاقات العامة حتى أصبحت تعد من معطيات الفكر الحديث.

4-أهمية و أهداف الدراسة

أ-أهداف الدراسة:

إن أي دراسة يقوم بها الباحث وجب أن يتخللها هدف يسعى لتحقيقه ودراستنا الحالية هدفها الرئيسي ،وهو محاولة معرفة ووصف وتحليل الصورة الذهنية لدى الطلبة حول جامعة أكلي محند اولحاج بالبوية ،وذلك من اجل تسهيل المهمة للدراسات المقبلة حول كيفية بناء صورة حسنة للجامعة.

كما تهدف إلى مجموعة من الأهداف نذكر منها:

- 1-الكشف عن الأثر الذي تتركه وسائل التواصل الاجتماعي (الفاسبوك) في ذهنيات الطلبة حول الجامعة.
- 2-معرفة الانطباع السائد عن جامعة البوية لدى طلابها من خلال تأثير المنظمات الطلابية .
- 3-معرفة مدى مشاركة جودة الخدمات الجامعي في التأثير على الصورة الذهنية للطلاب حول الجامعة.
- 4- معرفة مدى مشاركة الأستاذ الجامعي في ترسيخ صورة الجامعة لدى الطالب .

ب- أهمية الدراسة:

تمثل الصورة الذهنية احد رهانات العلاقات العامة و الاتصالات ومن ذهب العديد من الباحثين إلى إمكانية تطورها في المستقبل لتصبح علما قائما بذاته ،لما تقدمه من دراسات و أبحاث للمجتمعات الحديثة سواء للإفراد أو المنظمات.

كما أن التعرف على العلاقة التفاعلية بين الطالب و الجامعة من خلال الكيفيات و التصورات التي يكونها الطالب اتجاه الجامعة قصد خلق وبناء صورة ذهنية.

تؤدي الصورة الذهنية دورا مهما في تشكيل الانطباعات وإصدار الأحكام كونها إطار للذاكرة للطالب حول جامعة البويرة التي تعد من مؤسسات التعليم العالي الجزائرية التي تمارس وظيفة التعليم و التكوين.

وتكمن أهمية الدراسة في معرفة الصورة الذهنية التي يحملها طلبة كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية عن الجامعة باعتبار موضوعنا له أهمية متجددة وجاذبية عقلية يغري دراستها.

4- الدراسات السابقة**الدراسة الأولى¹:**

تناولت الباحثة الصورة الذهنية للمؤسسات الإعلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعي وانطلقت من تساؤل رئيسي كيف تجلت إدارة الصورة الذهنية لمؤسسة شبكة الجزيرة الإعلامية من خلال منشورات صفحتها "هنا الجزيرة" على موقع الفاسبوك ؟

وقد فككت التساؤل الرئيسي إلى تساولين فرعيين:

ما هي محتويات إدارة الصورة في شبكة الجزيرة الإعلامية دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على شبكات التواصل الاجتماعي،حيث اعتمدت الدراسة على أدوات البحث العلمي المتمثلة في المقابلة وأداة تحليل المضمون ثم تطبيقها على عينة من منشورات صفحة مؤسسة شبكة الجزيرة الإعلامية "هنا الجزيرة".

¹(فاطمة همال: إدارة الصورة الذهنية للمؤسسات الإعلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعية، أطروحة دكتوراه، جامعة باتنة، الجزائر، 2021.

أهم نتائج الدراسة:

- الإنسانية و الجودة و التجديد هي الصورة التي تركز عليها القناة الجزيرة للتموقع و الانتشار و تحقيق العالمية.
- تعتمد مؤسسة شبكة الجزيرة الإعلامية على الفاعلين " تتنافس مؤسسات في إبراز مكانتها وإدارة صورتها الذهنية عبر صفحة هنا الجزيرة.
- تعتمد الشبكة على بعض القطاعات الدائرة و المهمة في المؤسسة وهيكلها التنظيمي بشكل مدروس ومقصود يدعم قيمتها و أهدافها وهويتها المؤسساتية.
- حذت شبكة الجزيرة حذو المؤسسات العالمية لكبرى في امتلاك أكثر من علامة تجارية وشعار ضمن الاتجاهات الحديثة في بناء و إدارة صورة المؤسسة بما يعرف ببناء العلاقة التجارية. **Brand Building.**

التعقيب على الدراسة:

أوجه التشابه

- تم اعتماد هذه الدراسة المشابهة لدراستنا من ناحية اشتراكهما في المتغير الثابت وهو الصورة الذهنية.
- استقدينا من هاته الدراسة من الجانب النظري.

أوجه الاختلاف

- تختلف هذه الدراسة عن دراستنا في المتغير التابع حيث تناولنا الصورة الذهنية للطلاب عن الجامعة بينما الدراسة تناولت الصورة الذهنية للمؤسسات الإعلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعي.
- تختلف هذه الدراسة عن دراستنا في المنهج المستخدم ،حيث اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي التحليلي بينما اعتمدت الدراسة على منهج دراسة الحالة.

الدراسة الثانية :¹

اعتمد الباحث على المنهج الوصفي المسحي واستخدم عدة أدوات لجمع البيانات كالاستبيان والملاحظة.

¹ صدقي محمد موسى :اتجاهات طلبية الجامعات الفلسطينية نحو التغطية الإعلامية لقناة فلسطين الفضائية للإحداث الداخلية،مذكرة ماجستير في الإعلام جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا .2009.

- اعتمد على العينة القصدية

مجتمع البحث جميع الطلبة و الطالبات الملتحقين بجامعة بيرزيت بمدينة رام في فلسطين و المسجلين في بكالوريوس الفصل الأول .

أهم النتائج :

-جاءت اتجاهات الطلبة نحو دور القناة في الصراع الداخلي سلبية بينما نحو المجالات الموضوعية محايدة .

-أكثر البرامج مشاهدة في قناة فلسطين متابعة لأحداث الصراع شريط الخبر العاجل ،ويليه الشريط الإخباري

المتحرك .

-أكثر وسائل الإعلام التي اعتمد عليها الطلبة في متابعتهم للإحداث الفضائيات العربية ثم الفضائيات الأجنبية الناطقة بالعربية ثم الإذاعات المحلية .

-هنالك فروق في اتجاهات الطلبة حسب التوجه السياسي .

التعقيب على الدراسة :

أوجه التشابه

-أداة البحث المتمثلة في الاستبيان مشتركة بين الدراستين .

-استفدنا من الدراسة في الجانب النظري ،و كذا في كيفية تصميم الاستبيان نظرا لنفس طريقة الطرح .

أوجه الاختلاف :

تختلف هذه الدراسة عن دراستنا في العينة حيث اعتمدنا على العينة قصدية ، أما هاته الدراسة فاعتمدت على عينة المسح الشامل

الدراسة الثالثة :¹

تمثلت اشكالياتها حول واقع ممارسة العلاقات العامة داخل الجامعة الجزائرية .

¹(ساعد كريمة:العلاقات العامة في الجامعة الجزائرية،مذكرة ماجستير في علوم الإعلام و الاتصال ،جامعة منتوري قسنطينة ،الجزائر ،2012.

استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي و عدة أدوات تمثلت في الملاحظة و الاستبيان .
تمثل مجتمع البحث في جميع العاملين في نيابة مديرية الجامعة للعلاقات الخارجية .

النتائج:

- عدم توفر جامعة منتوري على مصلحة تحمل اسم مصلحة العلاقات العامة ، وإنما تتمثل في نيابة مديرية العلاقات الخارجية و التعاون و التنشيط و الاتصال .
- يتميز الاتصال في جامعة منتوري على الوسائل الاتصالية المختلفة، بإصدار المنشورات و الكتيبات كأسلوب أول تعتمد عليه في التعريف بالجامعة .
- تحتل نيابة مديرية الجامعة للعلاقات الخارجية و التعاون و التنشيط و الاتصال و التظاهرات موقع في الهيكل التنظيمي و تكون مباشرة لرئاسة الجامعة .
- عدم وضوح مفهوم العلاقات العامة لدى العاملين في مصلحة العلاقات الخارجية ، و كذا غموض الصلاحيات و الوظائف الموكلة لهاته المصلحة للتعريف بانجازات و سياسات الجامعة .
- عدم كفاية عدد العاملين في مصلحة العلاقات الخارجية في جامعة منتوري للقيام بالمهام الموكلة إليهم على أكمل وجه .

التعقيب على الدراسة :

أوجه التشابه :

تمثل وجه الشبه في المنهج المتبع ونوع الدراسة المقترحة في كلتا الدراستين .
استفدنا من الدراسة في الجانب النظري .

استفدنا أيضا في كيفية صياغة الأسئلة في الاستبيان و كذلك نوعية الأسئلة المقترحة .

أوجه الاختلاف :

تختلف هاته الدراسة مع دراستنا الحالية في العينة ، حيث اعتمدنا في دراستنا على العينة القصدية بينما اعتمدت الدراسة على عينة المسح الشامل.

5- منهج الدراسة

عادة ما يتوقف تحديد منهج الدراسة وفق تحليل عناصر المشكلة المطروحة التي تتماشى وطبيعة الموضوع وطريقة تناوله، فنفرض انتاع منهج معين لإعطاء إجابات ظرفية أو تقريبية عن التساؤلات المطروحة.

ويعرف المنهج على انه "مجموعة الإجراءات و الخطوات الدقيقة المتبناة ،من اجل الوصل إلى الخطوات الفكرية والعقلية الهادفة إلى بلوغ نتيجة معينة"¹

ويعرف المنهج أيضا "انه الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسة مشكلة من مشكلات الاجتماعية قصد اكتشاف الحقيقة".²

بما أن الدراسة تتناول الصورة الذهنية لدى الطلاب حول الجامعة أي التعبير عن العلاقة الموجودة بين المتغيرات، فقد اتبعنا في هذا الدراسة المنهج الوصفي بشقيه المسحي و التحليلي ،كمنهج أساسي ومناسب لأنه يقوم بتركيز على وصف دقيق وتفصيلي لظاهرة أو موضوع محدد على صورة ذهنية نوعية أو كمية رقمية،وقد يقتصر هذا المنهج على وضع قائم في فترة زمنية محددة أو تطوير يشمل فترات زمنية عدة ،كما انه أسلوب من أساليب التحليل المرتكز على معلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد من خلال فترة من فترات زمنية معلومة وذلك من اجل الحصول على نتائج عملية ثم تفسيرها بطريقة موضوعية وربما ينسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة"³.

وهدف الوصفي هذا المنهج هو بناء صورة تمثيلية للواقع من خلال تحليل وتقويم و استخلاص الدلالات المختلفة التي تنطوي عليها البيانات و المعلومات لمتغير الصورة الذهنية بتفسيرها وتحليلها للعلاقة الموجودة مع المتغيرين الآخرين الجامعة والطلبة ويتمثل في "الدراسات الإعلامية تستخدم الدراسات الوصفية لإغراض الوصف الموجود و المقارنة للإفراد و الجماعات ووصف الاتجاهات و الدوافع و الحاجات واستخدامات وسائل الإعلام والتفضيل و الاهتمام وكذلك وصف النظم و المؤسسات"⁴.

¹) MOURICE Angers :Initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines ,Alger .casbah ,1997,p9.

²) بوحوش عمار: **منهج البحث العلمي وطرق اعداد البحوث**، ديوان المطبوعات الجامعية ،الجزائر، 1995، ص89.

³) عبيدات محمد، ابونصار: **منهجية البحث العلمي**، دار وائل للطباعة و النشر ،عمان ،1999، ص2، ص46.

⁴) محمد عبد الحميد: **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية** ، عالم للكتب النشر و التوزيع، القاهرة، 2000، ص13.

في الوقت الراهن حيث " تتجه الدراسات المسحية إلى توضيح الطبيعة الحقيقية للأشياء أو المشكلات أو الأوضاع الاجتماعية وتخليط تلك الأوضاع للوقوف على الظروف المحيطة بها أو الأسباب الدافعة إلى ظهورها وبذلك هي تنصب على دراسة أشياء موجودة فعلا"¹.

ويعتبر المنهج المسحي من الأدوات التحليلية الأكثر ملائمة في الاستجابة لحاجات أبحاث علوم و الاتصال لكونها "تعتمد على المسح الدقيق للمعطيات و التعبير عن النتائج بطرق خاصة ،تستند فيها إلى وحدات القياس الكمي"².

وتعتبر الدراسات المسحية بمثابة إمام بالدراسة باعتبارها تدرس الظاهرة محل الدراسة بشكل شامل و عام و متكامل يحيط بكافة عواملها و أسبابها مهما كان عدد العوامل و مهما كان عدد الأسباب"³.

6- أدوات جمع البيانات و المعلومات

هنالك اعتبارات عديدة تتحكم في نوعية الأداة أو الأدوات التي نختارها للقيام بالبحث ، من بين الاعتبارات نذكر الاختصاص و طبيعة الموضوع و أهداف البحث ،السياق الزمني الذي تنتمي إليه المشكلة محل البحث⁴ ،وقد اعتمدنا في دراستنا الاستبيان الموجه لجمهور طلبة السنة الأولى ماستر بكلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية.

الاستبيان : يعتبر الاستبيان من أكثر أدوات البحوث الإعلامية شيوعا فهو أسلوب جمع البيانات الذي يستهدف استشارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية و مقننة لتقديم حقائق أو آراء أو أفكار معينة،في إطار البيانات المرتبطة بموضوع البحث أو الدراسة و أهدافها ، دون تدخل من الباحث في التقرير الذاتي المبحوثين في هذه البيانات⁵ .

الاستبيان عبارة عن مجموعة من الأسئلة و الاستفسارات المتنوعة و المرتبطة ببعضها البعض الأخر بشكل يحقق الهدف أو الأهداف ، التي يسعى إليها الباحث بضوء موضوعه و المشكلة التي اختارها⁶ .

¹بوشعالة عجيبة نبيلة،التقنيات الرقمية للبحث وتطبيقاتها في السياق الجزائري،مجلة الاتصال و الصحافة، المؤسسة الوطنية للفنون المطبعية،الجزائر،2017،العدد06،ص63.

²امحمد بن مرسل،مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام و الاتصال،ديوان المطبوعات الجامعية،الجزائر،ط2003،4.

³مخمد عبد الغني بعوض،محسن احمد الخضروي:الاسس العلمية وكتابة رسائل الماجستير و الدكتوراه،مكتبة الانجلو، القاهرة، 1992،ص52.

⁴عظيمي احمد:منهجية كتابة المذكرات و أطروحات الدكتوراه في علوم الإعلام و الاتصال،ديوان المطبوعات الجامعية،الجزائر،2009،ص ص 77،76.

⁵سعد سلمان المشهداني:مناهج البحث العلمي،دار الكتاب الجامعي،الإمارات العربية المتحدة،ط2017،1،ص94.

⁶محمد صحنان علي المحمودي:مناهج البحث العلمي،دار الكتب،صنعاء،الجمهورية اليمنية،ط2015،3،ص126.

و تتدرج محاور الاستبيان ضمن خمس محاور وهي :

المحور الأول : البيانات الشخصية تتمثل في الجنس التخصص.

المحور الثاني : دور وسائل التواصل الاجتماعي (الفاسبوك) في تكوين الصورة الذهنية للطلبة في جامعة البويرة.

المحور الثالث : مدى مشاركة المنظمات الطلابية في تكوين الصورة لطلبة جامعة البويرة.

المحور الرابع : مدى تأثير جودة الخدمات في صناعة الصورة الذهنية لطلبة جامعة البويرة.

المحور الخامس: ما هي نتائج آليات علاقة الطلبة بالأساتذة في جامعة البويرة في صناعة الصورة الذهنية.

المقابلة : يمكن تعريفها بأنها تفاعل لفظي يتم بين شخصين في موقف مواجهة حيث يحاول احدهما و هو القائم بالمقابلة أن يستشير بعض المعلومات أو التعبيرات لدى المبحوث ، و التي تدور حول آرائه و معتقداته ¹ فالمقابلة قد تكون تمهيدية لجمع المعلومات ،و تستدعي التمييز بين الحقائق و الاستنتاجات الشخصية ،و من الضروري أن يعبر الباحث عن أهمية المعلومات التي يحصل عليها أثناء المقابلة التي يستطيع من خلالها بناء فرضيات

فقمنا بمقابلة مع مجموع من طلبة السنة الأولى ماستر بكلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية من اجل جمع بيانات أولية حول تصوراتهم و مصادر و استخلاصها

7- مجتمع البحث و عينة الدراسة

مجتمع الدراسة: هو مجموعة منتهية أو غير منتهية من العناصر المحددة مسبقا و التي تتركز عليها الملاحظات ²، و يتمثل مجتمع البحث هاته من طلبة السنة الأولى ماستر بكلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية بجامعة البويرة.

¹(غرابية فوزي: وآخرون: أساليب البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والإنسانية، دار وائل للنشر و التوزيع، عمان، ط2002، 3، ص61.
²موريس انجرس: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحروي، كمال بوشرف وآخرون، دار القصبية للنشر، الجزائر، 2006، ص298.

عينة الدراسة: كلما كان تحديدنا لمجتمع البحث دقيق ، كلما توفرت لنا معلومات و معطيات تسهل الدراسة ، والعناصر المنتقاة تمثل مصدر البحث . و تعرف العينة ب فئة تمثل مجتمع البحث أو جمهور البحث ، أي جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث ، أو جميع الأفراد أو الأشخاص أو الأشياء التي يكونون موضوع مشكلة البحث¹ .

و لقد اعتمدنا في دراستنا على العينة القصدية التي تم استخراجها من مجتمع الدراسة المتمثل في طلبة السنة الأولى ماستر بكلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية، وقد بلغ الحجم الكلي 150 مفردة موزعة على السنة الأولى ماستر بكلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية لكل التخصصات.

الأسلوب ألقصدي (العمدي) تقوم على التقدير الشخصي للباحث في اختيار مفردات مجتمع البحث ، و هذا انطلاقاً من الدراسة الكاملة و المفصلة لما تحوي هذا المجتمع من مفردات ، و لطبيعة هاته الأخيرة من حيث ما تتضمنه من معلومات و بيانات و بالتالي التي لها صلة بالبحث².

ويخضع توزيع العينات إلى أكثر من عامل ووفق لخصوصية كل عامل يتم اختيار نوع العينة المطلوبة ، حيث اعتمدنا في دراستنا على نوع العينة العشوائية البسيطة ، يستخدم على مستوى المجتمعات المتجانسة المعروفة للمفردات ، التي يقوم الباحث بتسجيلها في قوائم معينة ذات ترقيم متسلسل ، دون تقديم متسلسل ، دون إهمال أو تكرار لآية مفردة منه³.

8- حدود الدراسة تتمثل في

الحدود المكانية: جامعة البويرة المسماة جامعة آكلي محند أولحاج جامعة جزائرية تقع في ولاية البويرة، تأسست سنة 2005 باعتبارها مركزا جامعيًا تابعة لجامعة بومرداس. ثم رسّمت جامعة سنة 2012.

الحدود الزمنية: تم إجراء الدراسة في الموسم الدراسي 2021|2022 خلال الفترة الزمنية الممتدة من شهر مارس إلى غاية شهر ماي .

الحدود البشرية: تتمثل في طلبة السنة الأولى ماستر بكلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية الجامعة البويرة.

¹(رجاء وحيد دويدري: البحث العلمي اساسياته النظرية وممارسته العلمية ،دار الفكر المعاصر ،لبنان،ط2000،1،ص305.
²(احمد بن مرسللي:مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال ،ديوان المطبوعات الجامعية ،الجزائر ،ط2،2005،ص150.
³(احمد بن مرسللي: المرجع السابق،ص181.

9 - المقاربة النظرية للدراسة

كأي دراسة تعتبر المقاربة النظرية للدراسة دعامة بحثية لاجتهاد الباحث، ونظرية بناء الاتجاهات نظرية علمية تركز على أسس نظرية بحثية تعمل على الإلمام بالعملية العلمية في الدراسة الميدانية و تركز نظرية بناء الاتجاهات على :

هنالك انضباط وثيق بين الاتجاه و الصورة الذهنية فكلا المصطلحين يعبران عن أشياء غير ملموسة أو محسوسة يمكن عدها و قياسها ، فالالاتجاه هو استعداد نفسي أو تهيؤ عقلي وعصبي متعلم للاستجابة الايجابية أو السلبية نحو أشخاص أو أشياء أو مرافق أو رموز في البيئة التي تستشير هذه الاستجابة¹ .

ان الصورة الذهنية هي الأساس النظري في الدراسات و البحوث التي تصدت لعمليات و تكوين الاتجاهات وبناء السلوك² .

تكوين الصورة يقود إلى المساهمة في تكوين الرأي العام و تشكيله و في تعبئة الجماعات و شدتها حول الأفكار و آراء و اتجاهات معينة مهما كانت هذه الجماهير متباعدة جغرافيا أو غير متجانسة³ .
و منه نستنتج أن :

الفرد يستجيب للواقع الذي خزنه في عقله و بالتالي يوجه سلوكه في ذلك الاتجاه ، و هذا ما ينطبق على الطلبة فهم يستجيبون لمجموعة الوقائع و الأحداث التي حدثت في الجامعة ثم يتصرفون بناء على اتجاهات تلك الوقائع و الأحداث ، فتصرفاتهم هي انعكاس لتوجهاتهم المبنية على الواقع المخزن في ذاكرتهم .

¹ خليل عبد الرحمان معاينة ، علم النفس الاجتماعي، دار الفكر والنشر والتوزيع ،الاردن ،2001، ط5، ص161 .

² باقر موسى ، الصورة الذهنية في العلاقات العامة، دار اسامة للنشر و التوزيع، الاردن ،2014، ط1، ص53 .

³ عبد الرحمان بن عبد الله العبد القادر، الصورة الذهنية وعلاقتها بالاتصال الثقافي ، دار الكتاب الحديث، الرياض، 2012، ص108 .

مسلمات النظرية :

في إطار نظرية الصورة الذهنية يطرح نموذج توقع القيمة الذي طرحه فشبائين ربطا نظريا بين المعتقدات و الاتجاهات ،حيث طرح هذا النموذج رؤية علمية و منتظمة لآليات تكوين الاتجاه و تعديله عبر الوقت .

يشيربتمان و زملاءه إلى أن الأفراد يقيمون الموضوع في ضوء عدد كبيرمن المعتقدات المرتبطة بهذا الموضوع و تتزايد قدرة الفرد على تشكيل الاتجاه كلما زادت المعلومات المتوفرة لديه عن الموضوع أو المؤسسة ، يعني أن الاتجاهات تبنى على قاعدة معلوماتية¹ .

- محاولة الرصد المستمر لاتجاهات الأفراد للحفاظ على الصورة الذهنية .

-تحليل المناخ العام لاتجاهات نحو المؤسسة وعلاقتها بالمجتمع المحيط بها ،اذ انه من الضروري فهم عملية التأثير المتبادلة ما بين المؤسسة و جماهيرها.

أفضل السبل لتحسين الصورة الذهنية و تقوية الاتجاهات من خلال التعرف على الاحتياجات وهذا باستعمال عملية المسح والتحليل،هذا ما ينطبق في دراستنا على ضرورة معرفة اتجاهات الطلبة لتحديد او تحسين الصورة الذهنية.

- تعد الاتجاهات من الموضوعات المهمة و الرئيسية في تطبيق العلاقات العامة، و الصورة الذهنية تعد مخزنا لتوجيه السلوك المراد من طرف المؤسسة .

- يرتبط الاتجاه بقيم و معتقدات الأفراد ،فكلما كان الاتجاه مرتبط بها كلما كانت الصورة الذهنية غير باهتة و صعبة التغيير و المقاومة .

- الاتجاهات تحدد الموقف و تنظم الانطباع و التصور داخل الذهن

¹(بوهلة شهيرة،الصورة الذهنية للإسلام والمسلمين في الصحافة المكتوبة،أطروحة لنيل رسالة الدكتوراه علوم الإعلام والاتصال جامعة الجزائر،2019،ص111.

10- تحديد مفاهيم ومصطلحات الدراسة

تعريف الصورة الذهنية: لغة: للصورة الذهنية مفهومين هما

الصورة: الشكل الذي يتميز به الشيء .

الذهنية: مفردة الذهنية تشير إلى الذهن هو العقل .

الصورة الذهنية: صورة الشيء و تصوره في هيئته و حقيقته و ظاهره ، يكونها الذهن في ضوء إدراكه و استدلاله بالأشياء ¹.

التعريف الاصطلاحي للصورة الذهنية :

الصورة هي صورة الشخص أو شيء وصف جزئياته أو تكونت لديه فكرة عنه . ومصطلح الصورة اللاتينية imago يدل على تمثيل شيء بالرسم أو النحت أو عن طريق الإنتاج البصري للشيء².

التعريف الإجرائي للصورة الذهنية :

الانطباع الذي تشكل في العقول عن الأفراد أو المنظمات بغض النظر عن طبيعة التصور الذي كونه أو تكون لديه

فيصبح عاملاً مهماً ومحركاً في ترجمة ردود الأفعال اتجاه الأفراد أو المنظمات .

تعريف الجامعة:

لغة: تعتبر الكلمة العربية جامعة ترجمة دقيقة للكلمة الانكليزية المرادفة لها ، لان مدلولها العربي يعني التجميع و التجمع، و قد جاء في الموسوعة العربية على انه لفظ استعمله المحدثون ليعني مجموعة معاهد علمية تسمى كليات تقوم بتدريس الآداب و الفنون و العلوم³

¹ باقر موسى: مرجع سابق، ص52.

² باديس محابي، فريدة مرابط: الصورة الرمزية في الأفلام الكرتونية و تأثيرها على الأطفال، دار الإعصار العلمي للنشر و التوزيع ، عمان، ط2019، ص1، ص5.

³ عذراء عبواج : العلاقات العامة واستراتيجيات الاتصال ، دار مجد للنشر و التوزيع ، الاردن ، ط2017، ص1، ص23.

التعريف الاصطلاحي للجامعة : الجامعة هي إحدى المؤسسات الاجتماعية و الثقافية و العلمية فهي بمثابة تنظيمات معقدة و تتغير بصفة مستمرة مع طبيعة المجتمع المحلي أو ما يسمى بالبيئة الخارجية¹ .

التعريف الإجرائي للجامعة :

الجامعة مركز بحثي يجمع المدرسين بطلابهم ليؤلفوا أسرة واحدة تتضمن إلى مؤسسة التعليم العالي ، فهي نظام ديناميكي دائم الحركة دائم الفعل و النظر إلى ما هو أفضل .

¹ساعد كريمة: المرجع السابق،ص79.

الإطار النظري للدراسة

الفصل الثاني أسس وماهية الصورة

الذهنية

تمهيد:

أصبحت اليوم الصورة الذهنية تشكل علامة فارقة في تحقيق النجاح سواء على صعيد الأفراد أو المؤسسات ،لذا يجب فهمها و معرفة عناصرها ،باعتبارها أقوى تحدي و اكبر استثمار تواجهه المؤسسات لتحقيق مكاسبها ،و نظرا لهاته الأهمية سنتطرق في هذا الفصل إلى دراسة الصورة الذهنية،مفهومها ،خصائصها،أبعادها،وظائفها ،و نشأتها ،و تطورها التاريخي .

المبحث الأول : مقارنة معرفية للصورة الذهنية

المطلب الأول : مفهوم الصورة الذهنية

شهدت العقود الأربعة الأخيرة انتشارا واسعا لمفهوم الصورة الذهنية وبشكل خاص في الدراسات المتعلقة بالاتصال ،وقد عرف مفهومها تبلورا واضح متداولاً ليشير إلى:

فقد وردت كلمة Image في معجم المصطلحات الإعلامية لتشير إما لصورة ملتقطة بإحدى آلات التصوير أو مرسومة أو صورة شخص أو شيء في ذهن إنسان ما، أي فكرة كونها عن ذلك الشخص وصورته التي رسمها له في ذهنه إي انطباعاته عنه¹.

الصورة هي عملية معرفية نفسية ذات أصول ثقافية ،تقوم على إدراك الأفراد الانتقائي،المباشر أو مباشر ،لخصائص و سمات موضوع ما (شركة ،مؤسسة،فرد،جماعة،مجتمع) تكوين اتجاهات عاطفية نحوه(إيجابية أو سلبية) وما ينتج عن ذلك من توجهات سلوكية (ظاهرة،باطنة) في إطار مجتمع معين ،وقد تأخذ هذه المدركات والاتجاهات و التوجهات شكلا ثابتا أو غير ثابت ،دقيقا أو غير دقيق.

ونستخلص من التعريف أن:

-الصورة عملية:هي ظاهرة ديناميكية متفاعلة تمر بعدة مراحل متعددة،كل مرحلة تتأثر بما يسبقها وتؤثر فيما يليها ،وهي متطورة و متغيرة.

-الصورة معرفية:تمر بنفس مراحل العمليات المعرفية (إدراك ،فهم، تذكر) نخضع لمتغيرات و عوامل.

-الصورة نفسية:هي عملية داخلية لها أبعاد شعورية.

-الصورة تكون نسبية:متغيرة من موضوع إلى آخر.²

ويرى روبنسون و بارلو أن المفهوم البسط لمصطلح صورة المنشأة تعني ببساطة الصورة العقلية التي تتكون في أذهان الناس عن المنشآت و المؤسسات المختلفة وقد تتكون هذه الصورة من التجربة المباشرة أو غير

¹(مراد كموش، الصورة الذهنية و وسائل الإعلام بين المفهوم والتكوين،مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية و الاتصالية،مجلد3،العدد1،الجزائر،2015،ص 40.

² علي عوجة ،العلاقات العامة و الصورة الذهنية ،عالم الكتب ،القاهرة ،1983،ط3،ص86.

مباشرة، قد تكون عقلانية أو غير رشيدة، وقد تعتمد على الأدلة و الوثائق أو على الإشاعات و الأقوال غير الموثقة، ولكنها في نهاية الأمر تمثل واقعا صادقا بالنسبة لمن يحملونها في رؤوسهم.¹

أما الصورة الذهنية في النصوص الدينية (القران الكريم):

جاء في القران الكريم العديد من الآيات التي تجعل المعرفة على الحس المباشر الذي ينقل إلى الإنسان بشعوره بالأشياء حوله.... وذلك في قوله تعالى " إن السمع و البصر والفؤاد كل أولئك كان عنه مسؤولا" ² وقوله تعالى "والله أخرجكم من بطون أمهاتكم لا تعلمون شيئا وجعل لكم السمع و الأبصار والأفئدة لعلكم تشكرون" ³ وقد اعتمدت الآيات الكريمة على العلاقة بين الإنسان و ماحوله و التجربة التي يعيشها ليكون رؤية الأشياء ضمن قناعاته الخاصة التي يكونها بالفهم و التعقل.⁴

ومن هذه التعارف يمكننا أن نستخلص ما يلي:

-قد تكون الصورة حقيقية أو مزيفة وهذا تبعا لطبيعة المصادر المقدمة للمعلومات ،كما أنها قد تكون في نفس الوقت هاته المصادر مضللة.

-التصور يختلف من فرد إلى آخر وله علاقة بالعوامل و الظواهر المؤثرة في الشخصية ،وكذا بمعتقداته و عاداته.

-الصورة تبني بناء على معارف بعض النظر عن طبيعة مصدرها.

-التصور قابل للتغير والتطور فهو ليس ثابتا.

الصورة العقلية قائمة على الإدراك الحسي.

المطلب الثاني: خصائص الصورة الذهنية وأنواعها

أ - خصائص الصورة الذهنية

تتمثل خصائص الصورة الذهنية في :

¹ (أيمن منصور ندا، الصورة الذهنية و الإعلامية -عوامل التشكيل واستراتيجيات التغيير، دار الكتب المصرية، القاهرة، ط1، 2004، ص11.

² سورة الإسراء الآية 36.

³ سورة النحل لآية 78.

⁴ (سمير احمد معلوف، الصورة الذهنية -دراسة في تصور المعنى، مجلة جامعة دمشق، مجلد 26، العدد1 و2، دمشق، 2010، ص133.

1-الجزئية :

تمثل الصورة جزء من الواقع الكلي وهذه الصورة تنطوي على عدة مخاطر ،أولها صعوبة تغيير الجزء بصدق كامل عن الكل ،وثانيها الإنسان عادة ما يقفز بالاستنتاجات حتى ولو تتوفر لديه المعلومات الكافية عن الموضوع أو قضية ما،وظروف استقبال الرسالة بالنسبة للفرد الواحد متباينة مما يجعل فرضية عدم الاتساق بين أجزاء الصورة محتملاً.¹

نستخلص ما يلي :

فالصورة الذهنية عن المؤسسة تمثل جزء من واقع كلي، فهي بنية تراكمية لما يتلقاه الفرد من المحيط الخارجي ولكن محصور في ما يصادفه من رسائل بصرية أو سمعية أو سمعية بصرية بقدر محدود وليس كلي ،وهذا حسب الكم الذي تلقاه من معلومات أو بناء على الكم الذي تخزنه ذاكرته باعتباره أن الإنسان بطبيعته إمكانياته محدودة.

وترى يسرا حسني أن الصورة الذهنية غير عادلة لأنها تركز على الخصائص الجزئية للأشخاص و الجماعات مما يؤدي إلى تعميمات و آراء خاطئة ،و تنطوي الجزئية على عدة مخاطر :

-صعوبة أن يعبر الجزء عن الكل بصدق و موضوعية .

- الإنسان يقفز عادة إلى الاستنتاجات لعدم توفر المعلومات الكافية مما يعرض الصورة لتشويشه و الخطأ .

- احتمال التحيز عند تقديم السمات المختارة فقد يكون الجزء الذي تعبر عنه يحمل سمات سلبية فقط أو ايجابية فقط أو كلاهما .²

و عليه نستنتج ما يلي :

-الصورة الذهنية لا تعبر عن واقع بأكمله و إنما تختصر جزءا من الكل .

-الصورة الذهنية قد تبني على ادراكات متحيزة ، وقد تتميز بدرجة من التعصب أو الانحياز أو وفق ما يتمشى مع الاتجاهات و المعتقدات ،

¹ خالد درار، عبد الملك الدناني ، العلاقات العامة –الأسس النظرية و الممارسة المهنية ،دار أسامة للنشر و التوزيع ،الأردن،ط2020،ص236.

²يسرا حسين عبد الخالق،العلاقات العامة و الدبلوماسية الشعبية،أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي،مصر ،ط،2015،ص119.1

-الاعتماد في الصورة الذهنية عن استنتاجات شخصية قد لا تحمل جميع جوانب الموضوع.

2- ليست ثابتة و قابلة للتغيير :

الصورة الذهنية سقلت و تكونت من خلال مراحل زمنية طويلة و نتيجة تراكم للخبرات و التجارب و المعلومات ،و لكن و إن تعرضت إلى هزة عنيفة قد تحولها و تغيرها ، و إن كانت باهتة و غير مكتملة و غير عميقة فستقبل التغيير لا محال .

الصورة الذهنية ليست دائمة أو ثابتة بالضرورة بل قد تتطور وتتعدل كلياً أو جزئياً بفعل عوامل ذاتية و موضوعية و بالتالي هي مرنة أو أكثر مرونة مما يظن البعض.¹

وعليه :

فالصورة الذهنية بطبيعتها لا تميل إلى الثبات و غير مقاومة للتغيير نظراً لتعدد المؤثرات و العوامل التي بدورها تلعب دوراً حاسماً في كيفية ترسيخ الرسائل،و كذا كمية الرسائل الواردة لها،فهي تأخذ قوالب مختلفة تتوافق و هاته الرسائل.

تتعرض أي رسالة إعلامية توجه من خلال وسائل الاتصال الجماهيرية إلى منافسة العديد من الرسائل التي ترسل من خلال الوسائل نفسها أو غيرها من وسائل الإعلام ،فضلاً عن تأثير مختلف وسائل الاتصال التي تنامت بفضل ثورة الاتصال و المعلومات ،و تكون نتيجة هذه المنافسة تأثر المعاني التي تتضمنها الرسالة بالمعاني التي تحملها الرسائل الأخرى ،ومن ثم تغيير إلى حد ما معالم و أبعاد الصورة المنقولة خلال المنافسة.²

تتسم الصورة الذهنية للمؤسسة عامة بالتطور و التغيير فتأخذ أشكالاً عديدة ،تكون انعكاساً لتفاعلات نتجت نتيجة ما تطرحه المتغيرات و المؤثرات الخارجية، تتسم الصورة الذهنية للمؤسسة بالديناميكية و القابلة للتغيير و التفاعل المستمر مع المتغيرات الذاتية للأفراد، أو تلك الخاصة بالمؤسسة نفسها أو المؤسسات المنافسة لها ،كما تتفاعل مع المتغيرات المجتمعية المختلفة.³

¹سمير رحمانى،قراءة تحليلية في الصورة الذهنية للمجتمع الجزائري من خلال الإعلام على ضوء الأحداث الراهنة ،مجلة الجزائرية للامن و التنمية ،العدد 2 ، الجزائر،2020،ص586.

²خالد درار،عبد المالك الدناني، مرجع سابق ،ص237.

³ النعاس صديقي، وآخرون،التسويق الاجتماعي كأداة لترسيخ الصورة الذهنية للشركات وقت الأزمة،مجلة الاقتصاد الصناعي،العدد2020،2،ص25.

و منه نستنتج :

- الصورة الذهنية غير قابلة للثبات و المقاومة نظرا لتعدد العوامل التي تؤثر في كمية و كيفية اتخاذ القرارات .
- تعدد مصادر الرسائل الموجهة للأفراد تؤثر في ثبات و مدى مقاومة الصورة الذهنية .
- تغير الأحداث و الوقائع و تعددها قد يعمل على تغيير الصورة الذهنية .

3- عدم الدقة :

ذهب العديد من الباحثين إلى أن الصورة الذهنية لا تتسم بالدقة ،ولعل مرجع ذلك أساسا هو أن الصورة الذهنية مجرد انطباعات لا تصاغ بالضرورة على أساس علمي موضوعي ، بل تعد تبسيطا للواقع ...لا سيما أن الأفراد عادة يلجأون إلى تكوين فكرة شاملة عن الآخرين من خلال معلومات قليلة يحصلون عليها لعدم القدرة على جمع المعلومات الكاملة¹.

فعدم الدقة قد يرتبط ب :

- عدم دقة الصورة المنقولة التي تكون مزيفة، نقلها غير دقيق ،و لا يعبر عن الواقع أو يختص بجزء فقط من ذلك الواقع.
- كما أن الكلمات قد تشير إلى عدة معاني يختلف تفسيرها من فرد إلى آخر كل حسب اتجاهاته وتصوراته ،كما قد يختلف المعنى من مجتمع إلى آخر كل حسب عاداته وتقاليدته .
- تكوين فكرة شاملة عن الآخرين من خلال معلومات قليلة وغير كافية .

4- التعميم وتجاهل الفروق الفردية:

تقوم على التصنيف وتحقيق التشابه بين مختلف الأفراد و الجماعات دون مراعاة الاختلافات الموجودة بين الأفراد،تقوم الصورة الذهنية على تعميم المبالغ فيه نظرا إلى أن الأفراد يفترضون بصورة آلية أن كل فرد من أفراد الجماعة موضوع الصورة تنطبق عليه صورة الجماعة ككل على الرغم من وجود اختلافات وفروق فردية.²

¹(خالد درار،عبد المالك الدناني، مرجع سابق،ص25.
²(أحمد جبار،الصورة الذهنية قراءة أبعاد المفهوم نقاط التقاطع و الاختلاف بين الصورة الذهنية و النمطية و علاقتها بالعلاقات العامة،مجلة الرواق للدراسات الاجتماعية والإنسانية،العدد 1،الجزائر،2021،ص293.

و عليه يمكننا أن نستنتج ما يلي :

-الصورة الذهنية قد تبنى على تعميم مبالغ فيه .

-الحكم على الفرد وفق انتمائه لجماعة معينة ، و بناء صورة ذهنية قياسا على تلك الجماعة .

5-تتخطى حدود الزمان والمكان

لا يمكن حصر الصورة الذهنية بل هي تتخطى الإطار الزمني و المكاني و تتعداه ،وهذا انظرا لقدرة الإنسان على التخيل و الاستنتاج من جهة و من جهة أخرى حسب مهارته وقدراته.

يتمتع الإنسان بصورة ذهنية تتخطى حدود المكان ،فهو يحطم الحدود ليكون صورة ذهنية عن المكان الذي يعيش فيه و العالم ،كما يستطيع أن يكون صورا عن الماضي و المستقبل¹.

و منه يمكننا أن نستنبط ما يلي :

-الصورة الذهنية ليست محصورة في إطار محدد معينة بل تتجاوز كل الحدود .

-الأفراد يكونون صورهم الذهنية عن الأزمنة والأماكن المختلفة ،أيما كانت و حيثما وجدت .

-مع التطور التكنولوجي أصبح الأفراد يكونون صورهم الذهنية عن الأشخاص و الأماكن من خلال الوسائل الرقمية الحديثة.

6-التنبؤ بالمستقبل

الصورة الذهنية المكونة عند الأفراد اتجاه أشخاص آخرين أو منظمات بالإمكان التنبؤ بالسلوك المرتقب أو المتوقع للأفراد اتجاه مختلف المواقف و الأحداث .

-ووفق هذا السياق يمكننا أن نلخص خصائص الصورة الذهنية في النقاط التالية :

-الصورة الذهنية تشترك مع العملية المعرفية في نفس الخصائص إدراك ،فهم ،تذكر .

-الصورة الذهنية عملية ديناميكية تتأثر و تؤثر ،متطورة و متغيرة ، كما لها أشكال عديدة .

¹(يسرى حسين عبد الخالق،مرجع سابق،ص119).

-الصورة الذهنية هي عملية داخلية فتبنى على أبعاد شعورية .

-الصورة الذهنية تتأثر بالمحيط و الثقافة و المجتمع بعاداته و تقاليد .

ب - أنواع الصورة الذهنية

ويمكن تصنيف الصورة الذهنية التي يحملها الجمهور اتجاه المنظمة إلى الأنواع التالية:

1-الصورة المرآة

هي الصورة التي ترى المنظمة أن الجمهور يحمل اتجاهها وترى نفسها من خلاله ،وهذه الصورة يمكن أن تكون مختلفة تماما كما يعتقد المسئولون في المنظمة،وذلك بسبب ضعف المعرفة في اتجاهات الجمهور حول المنظمة.

2-الصورة الحالية:

هي الصورة التي يحملها الجمهور اتجاه المنظمة و التي يمكن ان تكون مبنية على الخبرة المعرفة الجيدة للمنظمة أو يمكن أن تركز على معلومات مشوهة أو بيانات قليلة وغير صحيحة عن المنظمة.

3-الصورة المرغوبة:

وهي الصورة التي ترغب المنظمة أن تكونها في نفسها في أذهان الجمهور ،وهي غالبا ما تكون انطباعات جديدة غير معروفة للجمهور تسعى المنظمة لتكوينها ¹.

4-الصورة المتكاملة:

ويقصد بها صورة المؤسسة ذاتها بغض النظر عما تنتجه من سلع أو خدمات ،وتتكون تلك الصورة من عناصر عدة ،ويشترك في تكوينها (تاريخ المؤسسة،المكانة الاقتصادية،العلاقة مع الجمهور الداخلية والخارجي للمؤسسة).

¹(عبد الله احمد عقيلان،إدارة العلاقات العامة ،دار المعزز للنشر و التوزيع ،الأردن،ط2015،1،ص43.

5- الصورة المتعددة:

وهي متعددة العناصر إذ تشمل المؤسسة برموزها المادية والمعنوية.

6-صورة المنتج أو الخدمة:

وهي الصورة التي تنتج عن الجهود الإعلانية التي تقوم بها المؤسسة وترتكز على الخصائص النوعية للمنتج أو الخدمة وما تتمتع به من مستوى أو جودة.

7-الصورة المثلى:

ويقصد بها التكامل بين ما تقدمه المؤسسة من خدمات، منتجات، وهي المعلومات التي تقدمها للجمهور، ويجب أن يتحقق التوافق بين أقوال المؤسسة و أفعالها.¹

7-الصورة المدركة:ونميز في الصورة المدركة كل من:**أ-الصورة المدركة الخارجية:**

ويمكن أن تختلف من جمهور إلى آخر، بيد أنها بالنسبة للمؤسسة ذات الطابع الوطني تتميز بسلطة مستمدة من الصورة التي يكونها الجمهور العام بشأنها، هذا الأخير الذي يأخذ حيزا كبيرا من اهتمام المؤسسة، سواء كانت تمت بصلة إلى الحقيقة أم لا.

ب-الصورة المدركة الداخلية:

يكون فيها المستخدمون في وضع يسمح لهم لمعرفة نقاط ضعف أو قوة المؤسسة، بنشاطها، نوعية منتجاتها، وهذه المعرفة مبنية على:

-الملاحظات الشخصية.

-المعلومات التي يتحصلون عليها مباشرة من المؤسسة أو من الإشاعات .

¹شديوان على شبيبة،العلاقات العامة بين النظرية و التطبيق، دار المعرفة الجامعية للطبع و النشر و التوزيع،الاسكندرية،2016،ص262.

-المعلومات المتعلقة بالمؤسسة و الملتقطة من خارجها ،قراءة الصحافة،حديث الزبائن و الممولين....الخ.¹

و من خلا ما سبق يمكننا ان نستنتج بان الصورة الذهنية تأخذ شكل :

-ما تراه المؤسسة عن نفسها ,

-كيف يرى الأفراد المؤسسة .

-كيف ترغب أو تتمنى المؤسسة أنتكون .

-تعدد انطباعات و تصورات الأفراد عن المؤسسة بين صور ايجابية و سلبية .

-بناء الصورة وفق تاريخ و مكانة المؤسسة .

كما يمكننا أن نلخص أنواع الصورة وفق اتجاهاتها :

-سلبية : و هنا تسعى المؤسسات إلى إتباع استراتيجيات لتغيير صورتها .

ايجابية : تعمل المؤسسة على تعزيز هاته الصورة و المحافظة عليها .

محايدة:تحاول المؤسسة استمالة الأشخاص و جذبهم .

المبحث الثاني: أبعاد الصورة الذهنية و وظائفها

المطلب الأول: أبعاد الصورة الذهنية

يرى سكوت (SCOOT) أن الصورة الذهنية تتكون من ثلاث أبعاد هامة مترابطة ويعتمد كل بعد من هذه الأبعاد

على البعد الآخر ،لذلك عند حدوث تغيير في احد هذه الأبعاد يؤدي إلى حدوث اختلال بين هذه الأبعاد وهذه

الأبعاد هي :

1-البعد المعرفي:

وهو البعد الذي يدرك الإنسان من خلاله موضوعا معيناً ،فهو آراؤه عن السمات المتعلقة من وجهة نظره اتجاه

شعب أو مجتمع ما.²

¹(مراد كموش ،مرجع سابق،ص15.
²يسرا حسين عبد الخالق، مرجع سابق،ص117.

و منه نستخلص أن :

-الصورة الذهنية تأخذ بعد إدراكي أي كل ما يتعلق بالمعتقدات و الآراء و المعلومات التي يتلقاها أو يحملها الإنسان سواء عن شخص أو مجتمع أو منظمة فيبني من خلالها ما اكتسبه أو أدركه صورة ذهنية.

-المعرفة هي المعلومات التي يتلقاها الأفراد و بينوا عليها أو ووقفها الصورة الذهنية .

-البعد المعرفي قد يحمل مجموعة من المعارف الخاطئة أو الصحيحة أو ممزوجة معا

-هنالك تناسب نسبي من صحة أو دقة البعد المعرفي و بين مصداقية الصورة .

2-البعد الوجداني :

و يشير إلى أن العاطفة المكونة لدى الفرد عن المؤسسة المعنية تبنى على المعلومات الواردة في المستوى الأول ،أو البعد المعرفي حيث تكون العلاقة هنا اعتمادية بالضرورة .وقد ينجح الفرد في تكوين اتجاه ايجابي أو على العكس اتجاه سلبي ، و قد لا ينجح الفرد في تكوين اتجاه محدد نحو مؤسسة ويعرف ذلك بالحياد أو عدم التحديد أو اللاتجاه ¹.

ومنه يظهر لنا جليا ما يلي :

-الصورة الذهنية ترتبط بالعاطفة و الأحاسيس و المشاعر اتجاه الموضوع ، بغض النظر عن طبيعة العاطفة إن كانت سلبية أو ايجابية أو محايدة .

-ترتبط الصورة الذهنية بالإيجاب أو السلب نحو موضوع أو قضية أو شخص .

-مصادر المعرفة تتحكم بصورة كبيرة في البعد الوجداني للصورة الذهنية ،سواء بالانبهار أو عدم التوافق في الآراء أو الاتجاهات أو الخوف من الشخصية صاحبة المعلومة .

-خصائص الشعوب المتمثلة في اللون أو العرق أو العقيدة تؤثر في صناعة الصورة الذهنية .

¹سفران بن صقر المقاطي، واخرون، العوامل المؤثرة في تشكيل صورة كلية العلوم الاجتماعية،السعودية 1426هـ،ص5.

3- البعد السلوكي: و يتعلق بالتصرفات أو الممارسات التي يسعى الفرد عن طريقها إلى إشباع حاجياته المعنوية و المادية ، وهنا يكون نوع المنتج أو الخدمة حاسما في تصرفات الأفراد و ممارستهم اتجاه المؤسسة التي تعكس تصوراتهم الذهنية كما أن الموقف السلوكي للمؤسسة اتجاه الأفراد سيحدد ذلك الانطباع الذهني¹ وما نستخلصه هو أن :

-سلوك الفرد ما هو إلا رد فعل أو انعكاس للصورة الذهنية المكونة لديه ، التي اكتسبها من المحيط سواء الداخلي أو الخارجي.

-سلوك الفرد اتجاه المنتج أو الخدمة يترجم مدى جودتها أرياءتها ، و هذا وفق صورة ذهنية يكون قد كونها -البعد السلوكي هو أكثر الأبعاد ترجمة لنوعية الصورة الذهنية .

-البعد السلوكي من أهم الأبعاد التي تعتمد عليها المؤسسات في قياس الصورة الذهنية.

و مما سبق نستنتج أن أبعاد الصورة الذهنية تتأثر ب :

-العامل التكويني حيث يشمل الجانب المعرفي و هو كل ما له صلة بالمعلومات ،و الجانب الوجداني الذي يتحكم في ميولات الأفراد ،وكذا الجانب الإجرائي أو الفعلي الذي يترجم ردود أفعال الأفراد .

-العامل الموضوعي و هو الذي يحدد الموضوع الرئيسي الذي ستبنى عليه الصورة الذهنية .

المطلب الثاني : وظائف الصورة الذهنية

هنالك مجموعة من الوظائف المتعلقة بالصورة الذهنية تتمثل فيما يلي :

-تساعد الصورة الذهنية الفرد في التكيف مع الظروف الحياة و ذلك من خلال اختصار جهد الفرد بما تقدمه من اطر جاهزة تكفل له التعامل مع الآخر و التنبؤ بسلوكه دون إمعان في خصائصه الفردية .

-تستخدم كأداة للدفاع عن الذات ، و ذلك أن التصور يتيح للفرد فرصة تبرير كثير من أفعاله.²

¹ نجيب كامل ،الصورة الذهنية للجماعات المحلية ،أطروحة دكتوراه ،جامعة الجزائر ،الجزائر،2019،ص52.
²خالد درار عبد المالك الدناني،مرجع سابق ، ص235.

- تعمل الصورة الذهنية على تحويل العالم إلى عالم أسهل و أكثر تنظيماً من خلال استخدام الجوانب السيكولوجية التي تتطوي عليها عمليات التعليم داخل الإنسان .

الصورة الذهنية دور في تكوين الرأي العام ، لأنها اللبنة الأولى التي يتكون فيها الرأي باعتبار تأثيرها في آراء الناس و مواقفهم و سلوكياتهم.¹

و منه نجد أن :

-تعمل الصورة الذهنية على مساعدة الفرد في تقدير ذاته ،كما تساعده في تفسير آرائه و مشاعره و احتياجاته

-تشجع الصورة الذهنية للفرد في تفسير عاداته و تقاليده و إضفاء الشرعية في اتجاهاته المرتبطة بنشأته .

دور الصورة الذهنية مهم في ترسيخ الهوية و تحسين السمعة و تلميع الصورة .

-تحقق الصورة الذهنية التنبؤ بتصرفات الآخرين أو ردود أفعالهم .

-للصورة الذهنية دور في تكوين الرأي العام.

المبحث الثالث : نشأة و تطور الصورة الذهنية

المطلب الاول : نشأة تطور الصورة الذهنية

حيث ساد الاهتمام بالصورة الذهنية للشعوب في العصر اليوناني، وساد الاعتقاد بأن لكل شعب من الشعوب صورته الخاصة وملامحه المميزة، إلا أن البعض من الفلاسفة اليونانيين كان يفسر ذلك في ضوء القوى الغيبية وليس في ضوء اختلاف الخصائص الثقافية والاجتماعية للشعوب .

الصورة الذهنية تدور حول مناقشات فلسفية متعددة وكثيرة تحتل محورا في الفلسفة الحديثة ، بسبب كونها نقطة الانطلاق الفكر الفلسفي في تحديد مصادر الفكر البشري و مقاييسه كما في نظريات الاستنكار الأفلاطونية والنظريات العقلية الديكارتية.

أما في العصر الإسلامي اهتم ابن خلدون بتناول سمات وخصائص الشعوب المختلفة في مقدمته الشهيرة، وأوضح على سبيل المثال لا الحصر أبعاد الصورة الذهنية للشعب السوداني وكذلك الشعب المصري، والشعب

¹(يسرا حسين عبدالخالق، مرجع سابق، ص121.

المغربي... والملفت للنظر أن ابن خلدون فسر الاختلافات في ملامح الصورة الذهنية لهذه الشعوب في ضوء الاختلافات المناخية والأقاليم الجغرافية .

مع بدايات القرن الثامن عشر، حيث بدأت الجهود الحقيقية لبلورة مفهوم الصورة الذهنية في كتابات الباحثة إيمانويل كانت (Kant Immanuel) التي أكدت أن الإنسان لا يستجيب في سلوكياته للواقع الحقيقي، بل يستجيب للواقع المختزن في عقله، وبذلك بينت أهمية ودور الصورة الذهنية في توجيه سلوك الإنسان.¹ و عليه يمكننا أن نستخلص :

لقد تعددت الرؤى حول البدايات الأولى لظهور مفهوم أو نشأة الصورة الذهنية فهناك من يربطها ب :

-أرسطو هو من أول وضع الركائز الأساسية لمفهومها .

-ما جاء به روجيسدو بري في كتابه حياة الصورة و موتها .

-ما جاء به منير محمد حجاب في كتابه الاتصال الفعال للعلاقات العامة .

-في 1908 على يد العالم جراهام في كتابه الطبيعة البشرية و السياسة .

-في 1922 والتر ليبمان أول من تطرق لهذا المفهوم في كتابه الرأي العام .

-و قد تبلور مفهومها في 1965 في كتاب السلوك الدولي من تأليف هيربرت كليمان

المطلب الثاني: تاريخ تطور الصورة الذهنية :

على مدار آلاف السنين نقلت الصورة عن نظام مستدام وطبيعي، وبعد أن اكتشف الناس أنهم قادرون على تغيير العالم أو تشكيله طبقاً لتصوراتهم لم يكن الأمر سوى مسألة وقت، واكتمل هذا التحول في العام الغربي منذ بداية عصر التنوير وبداية عصر الصناعة.²

¹ بوهلة شهيرة، مرجع سابق، ص111،

² جيرالد هوتز ، سلطة الصورة الذهنية -كيف تغير الرؤى العقل و الإنسان و العالم،ترجمة علا عادل، عين للدراسات و البحوث الإنسانية والاجتماعية، مصر ، ط2014، ص1، ص28.

تعتبر الصورة الذهنية انعكاسا لسياسات أو قرارات أو تصرفات أو علاقات ، وهاته العناصر المعنوية موجودة منذ الأزل ،بمعنى أن التصورات خُلقت مع وجود الإنسانية ،إلا أن ملامح مضمون الصورة الذهنية لم يعرف رواجاً كبيراً أو فهماً عميقاً إلا في نهاية القرن الماضي .

حيث استخدم 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 1960 اثر كبير في نشر المفهوم بين رجال الأعمال ،وما لبث هذا المصطلح أن تزايد استخدامه في المجالات التجارية و السياسية و الإعلامية ،ولقد اهتمت العلاقات العامة بدراسة صورة الشخصيات أو المؤسسات ومعرفة العناصر الايجابية و السلبية في تلك الصورة بغرض تدعيم الجانب الايجابي وتعديل الجانب السلبي ،كما اهتم خبراء العلاقات العامة بدراسة العوامل المؤثرة على تكوين الصورة الذهنية وتطورها في ظل ذلك التقدم التكنولوجي الهائل في رسائل الاتصال الجماهيري.¹

إن الصورة المنظمة هو مفهوم جديد نحتاج إليه في دراسة اي منشأة وأصبح شائعاً في لغة الاتصال ،لذا أخذت العلاقات العامة عاتقها ضرورة بناء وتشكيل صورة ذهنية عنها لدى أذهان جمهورها ،ولقد برزت وظيفة تخصصية ضمن وظائف المشتغلين بالعلاقات العامة وهي وظيفة صانع الصورة Image Maker وهي الوظيفة التي يقوم شاغلها بتحديد عناصر الصورة المرغوبة للمنظمة و التي تساعد على تحقيقها ،ودراسة الأوضاع المعاكسة لتفادي أثارها ...فهي نتاج نهائي للانطباعات الذاتية التي تتكون عند الأفراد و الجماعات إزاء شخص معين ،أو نظام ما ،أو شعب ما أو جنس بعينه أو مؤسسة ،أو منظمة محلية أو دولية أو مهنة معينة أو أي شيء آخر يمكن أن يكون له تأثير في حياة الإنسان وتتكون هذه الانطباعات استناداً إلى الباحث² و منه يمكننا أن نستنتج :

مرت الصورة الذهنية بعدة مراحل لتصل إلى مفهومها العصري :

-التصور الفلسفي للصورة الذهنية مثل دافيد هيوم .

-التصور العقلي الذي اعتبر أن الصورة أكثر من أحاسيس بل لها وظيفة جوهرية .

-التصور المعرفي هو التصور الحديث الذي يبنى عليه مفهوم الصورة الذهنية

¹ (شدران علي شيبية ،مرجع سابق ،ص266.

² (احمد جبار ،مرجع سابق ،ص285

خلاصة:

من خلال ما تطرقنا إليه في هذا الفصل نجد ان الصورة الذهنية هي ذلك الانطباع الذي يكونه الفرد بناء على ما تم تخزينه من معلومات و معارف و حقائق و أحداث ،لتكون انعكاسا لاتجاهاته و تصرفاته و سلوكياته ،و قد ارتبط مفهومها بالأفراد و بالمؤسسات منذ الأزل ،إلا انه لم تطبق أساسياتها على نطاق واسع إلا في الآونة الأخيرة نظرا لأهميتها .

الفصل الثالث

كيفية تكوين الصورة الذهنية للجامعة

تمهيد :

إن موضوع الصورة الذهنية أصبح من الموضوعات الحديثة التي تهتم بها المؤسسات ككل كما أصبحت من أولوياتها ، و باعتبار أن الجامعة مؤسسة اجتماعية فان موضوع بناء الصورة الذهنية للجامعة مرتبط بالوضع الذي تعيشه هاته الأخيرة ، و إن أرادت الجامعة أن تبق و أعضاءها في الاتجاه الصحيح و جب الاهتمام بالصورة الذهنية و أهميتها و عوامل تكوينها في الجامعة ، و كذا كيفية بناء ها و تشكيلها ، و ما هي أهم الأساليب الحديثة في قياسها . وهذا ما تطرقنا إليه في فصلنا هذا .

المبحث الأول : مقارنة نظرية لأهداف و وظائف الجامعة

المطلب الأول : تعريف الجامعة

الجامعة هي مؤسسة للتعليم العالي التي يتألف من مجموعة من الوحدات التكوينية و البحث ، وأيضا من معاهد ومراكز ومختبرات للبحث.¹

الجامعة مؤسسة اجتماعية تؤثر في الجو الاجتماعي المحيط بها وتتأثر به، فهي من صنع قياداته الفنية و المهنية و السياسية و الفكرية ،ومن هنا كانت لكل جامعة رسالتها التي تتولى تحقيقها² نستخلص من هذه التعاريف ما يلي:

1-الجامعة هي مؤسسة لها ملكية اجتماعية تتأثر و تؤثر في البيئة الاجتماعية المحيطة بها ،ومن جهة أخرى هي وسيلة لنشر روح البحث و التخصص.

2- تعتبر الجامعة المصدر الأول في التنمية الاقتصادية و الاجتماعية ،لذا أصبحت اليوم أمر لازم و ضروري للمجتمعات لتحافظ على مكانتها وموقعها ضمن مقدمة المجتمعات.

تعرف منظمة اليونسكو الجامعة على أنها مؤسسة تعليمية تابعة للتعليم الجامعي ،ترتبط بها مراكز بحثية وثقافية عامة أو خاصة ،و يعترف بها ،سواء بأنظمة أو من قبل السلطات المختصة في الدولة.

كما عرفها الدكتور بروس قدوسكوت بأنها هيئة أو جامعة هيئت نفسها للبحث عن المعرفة ومن اجل المعرفة نفسها³

ويمكن أن نلخص المعنى الإجمالي للتعريفين في :

تعتبر الغاية الأساسية من الجامعة هو البحث العلمي وتطوير المعرفة ،فهي تتطلب بعدا تنظيميا لتحقيق غاياتها العلمية و الوصول إلى السبيل المراد المتمثل في المعرفة الدقيقة .

¹نورة وهيبه ، مالكي مريم ، جدلية العلاقة بين الطالب و الأستاذ بين أزمة الاتصال وحمية الاتصال، مجلة بحوث ودراسات في الميديا الجديدة ،جامعة المسيلة ،الجزائر ،2021،ص،19.

²على راشد ،الجامعة والتدريس الجامعي ، دار الشروق للنشر و التوزيع و الطباعة ،بيروت ،2007، ص،14.

³عدراء عيواج ، العلاقات العامة في المؤسسة الجامعية بين النظرية والتطبيق ،منشورات الفا للوثائق ،الجزائر ،ط،2018، ص،90.

-تعريف الجامعة من منظور المشرع الجزائري:

يعرف المشرع الجزائري الجامعة بأنها :مؤسسة عمومية ذات طابع ثقافي علمي ومهني ،وفق المادة 31من القانون رقم 99-05 المؤرخ في 18ذي الحجة 1419 هـ الموافق لـ 14 افريل 1999 م،المتضمن القانون التوضيحي للتعليم العالي الذي أعطى تكييفا جديد للجامعة الجزائرية ،وكذلك في إطار جمة التعديلات التي أدخلت على القانون الأساسي للجامعة و الأحكام المتعلقة بها،وجاء هذا التعديل حسب المختصين،على اثر التحولات التي تعريفها الجزائر في شتى الميادين سواء تلك التي تفرضها ضرورة إدخال التعديلات الداخلية للمنظمة الجامعية او تلك التي تلزم بضرورة تكيفها مع متطلبات المحيط الخارجي بهدف تقادي أساليب التسيير التقليدية التي لم تعد مناسبة و العمل على تكريس مفاهيم جديدة كالنجاحة ،الفعالية ،المرونة و ميكانيزمات التسيير الحديثة.¹

وعليه تعتبر الجامعة :

-الغاية الأساسية من الجامعة هو البحث العلمي وتطوير المعرفة ،أي تحري الحقيقة أما التعليم فهو نتيجة لهذا البحث وكمحصول عنه.

-تسعى الجامعة على تخريج العلماء الذين يبدعون ويخترعون ويحققون الانجازات التي يعجز عن انجازها إي شخص أو منظمة أخرى.

-الجامعة هي الوجه الحقيقي الذي تطل به الدول على الأمم لتقيس مدى تطورها وتصدرها المراتب العليا في التكنولوجيا و التنمية.

-التسيير الحديث للجامعات هو الاعتماد على العلاقات العامة و الصورة الذهنية و السمعة و الهوية لخلق وثبة حقيقية في النهضة العلمية.

المطلب الثاني: أهداف الجامعة ووظائفها**أ-أهداف الجامعة**

-أصبحت الجامعات في مختلف أنحاء العالم تضطلع بمسؤولية ودور جديد يجعل منها أداة هامة لدفع التنمية ،فهي تمثل ارفع المؤسسات التعليمية التي يناط بها توفر موارد بشرية متخصصة في مختلف المجالات ،كما

⁽¹⁾كباري فاطمة الزهراء ،تقييم نفقات التعليمي العالي في المؤسسة الجامعية ،رسالة الماجستير ،جامعة بسكرة، الجزائر،2012،ص65.

تمثل المراكز الأساسية للبحوث العلمية و التطبيقية و التي بدونها يصعب تحقيق أي تقدم معرفي أو اقتصادي حقيقي.¹

-خدمة المجتمع و الارتقاء به حضاريا ،وهذا من خلال العمل على توظيف التعليم و البحث العلمي لتحقيق التنمية الحضارية الشاملة للمجتمع.

-إعداد مواطنين قادرين ومؤهلين لأداء واجباتهم في خدمة وطنهم دفعا به للتقدم و الرقي.

-تهدف الجامعة لنقل المعرفة وتجهيز الأجيال القادمة لمهام الغد.²

هناك أربع أهداف تصبو إليها كل جامعة وهي:

-الارتقاء بالعلم.

-تعليمه من اجل ممارسة مهن تتطلبه.

-تدريب الطلاب على البحث العلمي وطرائقه.

-نشر العلم.

ولكن تختلف الجامعات في أهدافها حسب الظروف البيئية و الاجتماعية التي نشأت فيها.³

أن أهداف مؤسسات التعليم الجامعي اكبر من أن تكون مجرد أهداف اقتصادية أو تجارية بحثة ،كما يرى البعض -هذه المؤسسات في تحليلها النهائي ضمير لمجتمعها ،و وسلية للحفاظ على صورته وثوابته ، و مسؤولة أيضا عن تهيئة هذا المجتمع للتكيف مع مطالب و مستجدات المستقبل وقيادتها.

وتختلف أهداف الجامعة من مجتمع لآخر تبعا لتركيبية هذا المجتمع ،غير أن هنالك أهداف خاصة ترتبط بين الجامعة أيا كان شكل هذا المجتمع،ومن هذه الأهداف ما هو فكري وعلمي ومنها ما هو تطبيقي ، وما هو اجتماعي ،و الواقع أن هذه الأهداف المختلفة مترابطة ومتكاملة لا ينظر لها كأهداف متعددة.

¹راضية يوسف ، امال يوب ، أهمية الجامعة في تكوين الموارد البشرية ودورها في تفعيل التوجه نحو إنشاء وإدارة المشاريع المفاولاتية،مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية،جامعة سكيكدة،العدد15 ،الجزائر،ص15.

²عذراء عيواج ،مرجع سابق،ص99.

³على راشد ،مرجع سابق نص18.

وقد قرر نيومان New man أن الجامعة مجتمع يتألف من المعلمين و الطلاب، او مكان لتدريس المعرفة لان المعرفة في رأيه نظرية وعلمية.

- وقرر فليكسنر Flexner أن الجامعة مكان للبحث و تدريب الباحثين.

-بينما يرى فبلان Veblen أن الجامعة تقوم بأمرين مختلفين ولكنهما مرتبطين يتمثلان في البحث العلمي و التدريس للطلاب.

-وأخير يرى كير Kerr أن فكرة الجامعة تقوم على البحث العلمي و التدريس وخدمة المجتمع.¹

فما يمكننا قوله من خلال ما ورد أن أهداف الجامعة:

-قد تختلف أهداف الجامعة حسب تنوع المجتمعات ولكن يبقى هدفها الاسمي موحدًا بين جميع المجتمعات و الثقافات وهي أنها منبع للمعرفة و منتجة للقيادات ،وأصبحت الجامعة في العصر الحديث تقود خطى التطور و التقدم وتساهم في حل الأزمات الراهنة والمستقبلية و مواجهة تحديات العصر ومتطلباته.

-الإعداد لتخصصات جديدة تفرضها المستجدات العصرية، كتخصص العلاقات العامة في ميدان علوم الإعلام والاتصال وتخصص علم الاورام oncologie في ميدان الطب كتخصصات تفرضها المستقبلية.

ب - وظائف الجامعة

أصبحت الجامعة تتماشى ومتطلبات العصر تعددت وظائفها ،وقد حددتها منظمة اليونيسكو فيما يلي:

1-وظيفة التربية:

البحث والمساهمة في تطوير المجتمع حيث تتضمن ما يلي:

تربية وتكوين متحصليين على شهادات ذي تأهيل عال ،قادرين على الاندماج في كل قطاعات النشاط البشري ويكون هذا التأهيل مناسبًا لاحتياجات الحاضر و المستقبل .

-ترقية إنتاج منشور المعارف من خلال البحث وتوفير الخبرة المناسبة لمساعدة المجتمع على التطور.

¹(عبد المنعم حجازي، أهداف التعليم الجامعي منظور دولي مقارن، منشورات المؤتمر الدولي الخامس "إدارة وتنمية رأس المال الفكري في المنظمات بين الواقع و المأمول" مصر، 2013، ص256.

-ضمان مجال مفتوح للتكوين العالي على مدى الحياة من خلال توفير إطار يكون مفتوح للجميع.

2- الوظيفة الأخلاقية والمسؤولية والتطلع للمستقبل:

حيث أن مسؤولية الجامعة ليست محصورة في تقديم خدمات للمجتمع الخارجي، بل في تكوين بيئة ثقافية اجتماعية أكاديمية منظمة على أسس مؤسساتية... فالجامعة ليست مجرد قاعة درس بل مصنع لتكوين الشخصية وتكوين الفكر الاجتماعي و الإنساني، و أركز على هذا المحور و أهمية تكوين المجتمع الجامعي المتميز بجدية الفكر و النقاش و المناظرة.¹

و عليه يمكن استنتاج ما يلي:

-المحافظة على الأخلاق وتدعيمها و المساهمة في التوجيه على التمسك على الأصول و الأخلاقيات.

-الخروج من الإطار التقليدي و الانفتاح على المجتمع و الاقتصاد و العالم الخارجي.

-التطلع للمستقبل وهذا بالاهتمام بالاستثمار الحقيقي المثمر وهو تكوين جيل يقفه التحدي و البحث و التنمية.

3-خدمة المجتمع :

وهذا من خلال حل مشكلات المجتمع وفهم الباحث لقضايا بيئته و العمل على تنمية وتطوير بلده في مختلف المجالات، وتطوير البعد الاجتماعي والثقافي على اعتبار الجامعة مركز للإشعاع الثقافي.

وتمد هذه الوظيفة من المهام الجديدة التي انيطت بالجامعة ،فمن الضروري ربط الفكر بالممارسة و التنظير في الواقع، فلا يكفي تكوين وتلقين العلوم فقط، بل الانفتاح على المحيط الذي تتحرك فيه الجامعة، حتى أصبحت تسمى بجامعة سبق و التميز ،كونها المؤسسة السباقة للإحاطة بقضايا مجتمعنا.

4-البحث العلمي:

يأخذ هذا البعد ضرورة المساهمة في الجهد الوطني للبحث العلمي و التطور التكنولوجي ،وترقية الثقافة الوطنية بمختلف تفرعاتها و تشعباتها ونشرها،و المشاركة أيضا في دعم القدرات العلمية الوطنية ،كما تعمل الجامعة من

⁽¹⁾محمد عبد الله الخازم، وظائف الجامعة، مجلة الكترونية الجزيرة، www.al-jazirah.com، العدد 2009، 14899، ص5.

جهة أخرى على تثمين نتائج البحث ونشر الإعلام العلمي و التقني و المشاركة ضمن الأسرة العلمية و الثقافية الدولية في تبادل المعارف و إثرائها.¹

5- تنمية وتطوير الموارد البشرية:

في ضوء الاتجاهات المعاصرة للتعليم الجامعي و ظهور أنماط وطرق جديدة تستخدم في التعليم الجامعي ، تتضح الحاجة إلى تغيير الدور المستقبلي للعنصر البشري ، و بالتالي إعادة النظر في برامج الإعداد و التدريب على ضوء الأدوار و التحديات المعاصرة، لكي تكون هذه البرامج فاعلة فان تلك يتطلب إحداث تطوير لها سواء في أهدافها و آلياتها وأساليبها ، لكي يتم من خلال هذا التطور تخطي أوجه القصور الحالية ، و رغبة في مواجهة الاتجاهات المعاصرة في إعداد الطالب و تنميته مهنيا .

وتكمن أهمية ودور الجامعة في التنمية البشرية في تلبية متطلبات سوق العمل و احتياجات التنمية عامة و في تفعيل الطاقات الجامعية خاصة ، و اقتراح منطلقات و مكونات لخطة إستراتيجية لتطوير التعليم الجامعي و الهادفة إلى الدفع من جودة التعليم الجامعي و ربطه بمتطلبات قطاع الأعمال و احتياجات التنمية الشاملة.²

المبحث الثاني : أهمية الصورة الذهنية للجامعة وعوامل تكوينها

المطلب الأول : أهمية الصورة الذهنية للجامعة

تتجلى أهمية الصورة الذهنية للجامعة فيما يلي:

المساعدة في اجتذاب أفضل العناصر للعمل من خلال وضع سياسة واضحة مبنية على الشفافية بالتوظيف وذلك من خلال استقطاب موظفين مؤهلين ، كما تساهم في تدعيم علاقة المؤسسة مع جماهيرها الداخلية و الخارجية،³

وتمثل الاتصالات المستمرة لكسب ثقة و تأييد فئات الجماهير المختلفة ، و بناء صورة ذهنية ايجابية في أذهانهم عن المنظمة تدعمهم ماديا و معنويا ، و لا يمكن لأية منظمة إن تتنازل عن صورتها الذهنية ، لدى

¹ عبد المالك و لشفار ، وظائف الجامعة المعاصرة تحصيل نظري لابرز المقاربات المفسرة، مجلة معالم للدراسات القانونية و السياسية ، العدد3 ، الجزائر ، 2018، ص345.

² سلالى بويكر ، دور الجامعة في تهيئة الموارد البشرية -الواقع و المستجدات الحاصلة في سوق العمل ، مجلة الاقتصاد و التنمية ، مخبر التنمية المحلية المستدامة، المدير ، العدد1، الجزائر، 2013، ص127.

³ لونتسي على ، و اخرون ، العلاقات العامة و دورها في تطوير الصورة الذهنية باستخدام التسويق بالعلاقات، مجلة التنمية و ادارة الموارد البشرية، الجزائر، 2021، ص127.

جمهورها ،و السعي لبناء سمعة طيبة لها ،وان أهملت المنظمة ذلك فسيبني الجمهور انطباعه اتجاه المنظمة على ما يسمعه من مصادر أخرى¹، وبناء على ما ورد سابقا يمكننا إسقاطه على الجامعة.

فالصورة الذهنية مرادفة لسمعة الجامعة ومحرك أساسي لهويتها ،فهي تحتاج إلى تنوير المكون الرئيسي ورأسمالها الفكري فتعمل على:

-جذب الجمهور الداخلي (أساتذة ،طلبة،ادريين)

-إرضاء الجمهور الداخلي و الخارجي للجامعة

-الاحتفاظ بالطلبة خاصة المتفوقين

-إرضاء الطلبة وإقناعهم بعدم التوجه إلى وجهات أخرى.

-زيادة الدخل.

-نمو الجامعة وحصدها للمراتب الأولى.

-جذب اهتمام الرأي العام و المجتمع المحلي للجامعة.

-خلق جو تنافسي للجامعة.

-كسب انتماء وولاء العاملين في المؤسسة الجامعية لتحسين جودة الخدمات.

-يمكن رصد الفوائد التي تحققها الجامعة في بناء صورتها الذهنية.

-زيادة ثقة الجماهير المختلفة بالجامعة.

-جلب مصادر التمويل لدعم الجامعة وزيادة تمويل برامجها و أنشطتها.

زيادة اهتمام قادة الرأي و وسائل الإعلام بالجامعة ودورها في خدمة المجتمع.

-تولد الشعور بالثقة و الانتماء للجامعة في نفوس أعضاء الجامعة.

¹(كامل نور ،رشيد مراد ،الاتصال الجماهيري و الاعلام ، دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة،الأردن ،2011،ص388.

البحث على استقطاب المواهب و المهارات البشرية للتطوع في أنشطة المنظمة¹.

فنستنتج أن:

- باعتبار أن الجامعة هي منظمة اجتماعية، فتتصدر أهمية الصورة الذهنية لها في تلك النقاط، وهذا لتحقيق التنمية الاقتصادية و الاجتماعية، فلم تعد تهتم بتخريج الطلبة أو إعداد نخبة للمجتمع، بل أصبحت رائدة في خطى التقدم و مواكبة لكل ما هو حديث و مستقبلي، وباعتبار أن الصورة الذهنية أصبحت احد متطلبات العصر الحديث فالجامعة لن تستغني عن أهميتها في تحقيق تطورها.

وتتمثل أهمية الصورة الذهنية للجامعة في :

- اكتساب السمعة و الصيت الحسن ورفع ترتيبها وإنقاذها عن تذييل المراتب.

- تعمل الصورة الذهنية عن الجامعة إكمال الدراسات العليا و البحوث الأكاديمية.

2- عوامل تكوين الصورة الذهنية

تتمثل العوامل المؤثرة في تكوين الصورة الذهنية فيما يلي:

1- **عوامل شخصية:** وتشمل السمات الذاتية للشخصية و الاتصالات الذاتية للفرد ودرجة دافعية الفرد، وتأثير قيادة الرأي على اتجاهات الجماهير، وتأثير ثقافة المجتمع الذي يعيش فيه الأفراد و القيم السائدة فيه، فضلا عن تأثير ثقافة المجتمع الذي يعيش فيه الأفراد و القيم السائدة فيه.²

ووفق هذا المفهوم يمكننا أن نسقطه على العوامل المؤثرة في تكوين الصورة الذهنية عن الجامعة وفق ما يلي:

- قدرات الأفراد في تفسير المعلومات او المعارف عن الجامعة من معلومات أو آراء سواء بواسطة الاتصال المباشر او ما يتم نقله، يغيض النظر أن كانت المعلومات صحيحة أو مغلوطة، وهنا تختلف درجة الاهتمام بصحة المعلومات او الدافعية لتقصي الحقائق من شخص إلى آخر.

¹ محمد مرضي الشمري، المدخل الى دراسة العلاقات العامة و الاعلام، العربي للنشر و التوزيع، القاهرة، ط2016، ص44.

² خالد درار، وآخرون، مرجع سابق، ص250.

-الخصائص الذاتية للشخصية التي تتأثر بطبيعة التكوين،حيث تضم الجامعة مجموعة هائلة من الثقافات المتنوعة باعتبار أن الأفراد المتواجدين فيها تختلف تركيبتهم الاجتماعية،من حيث العادات و التقاليد وكذا الاتجاهات وبهذا تتكون صورة ذهنية حسب طبيعة الشخصية المتأثرة بالعوامل السابقة.

اختلاف طريقة بناء الصورة الذهنية حسب نوعية الشخصية فمنها طالب للحقيقة و المعرفة و باحث عنها و هناك من يملك خبرة أوسع وتملكا اشد ورزانة أكثر في صناعة الانطباعات .

2-عوامل اجتماعية

-تأثير الجماعات الأولية (الأسرة والأصدقاء) على الفرد المستقبل للمعلومات أثناء تبادلهم المعلومات في اتصالاتهم الشخصية ،ول المنظمة .

-تأثير قادة الرأي على اتجاهات الجماهير (الإقناع على مرحلتين)تأثير ثقافة المجتمع الذي يعيش فيه الأفراد و القيم السائدة فيه.¹

ومنه يمكننا أن نستنبط ما يلي:

تتأثر الصورة الذهنية للجامعة في عملية تكوينها بالمحيط الخارجي و المتمثل في المجتمع ككل وقادة الرأي.

-الأفراد المتواجدون في الجامعة هم جزء من المجتمع الذي سيؤثر في طبيعة الصورة الذهنية المكونة تبعا لتركيبه المجتمع المتكون، عادة من سكان المدينة او سكان الريف و لكل منطقة خصائصها مؤثراتها.

الجامعة الجزائرية بطبيعتها تحتضن جميع طبقات المجتمع فالصورة الذهنية المكونة لدى الطبقة الغنية تختلف عن الطبقة المتوسطة او الفقيرة وهذا تبعا لنوع الاتصالات،ونوعية الأصدقاء ،وطبيعة العلاقات الاجتماعية(المحسوبية).

-اتجاهات الطلبة و الأساتذة و العاملين في الجامعة تختلف سياسيا وفكريا وعقائديا وهذا حتما سوف ينعكس على طبيعة الصورة الذهنية.

⁽¹⁾على عوجة ،مرجع سابق ،ص140.

3- عوامل تنظيمية

تتمثل فيما يلي:

- إستراتيجية إدارة المنظمة التي تعكس فلسفة وثقافة المجتمع .
 - الأعمال الحقيقية للمنظمة نفسها وسياساتها ومنتجاتها .
 - شبكة الاتصالات الكلية للمنظمة وهي تشمل كل الاتصالات الداخلية و الخارجية للمنظمة مع جماهيرها.
 - الرسائل الاتصالية عن المنظمة المنقولة عبر وسائل الإعلام الجماهيري.
 - الأعمال الاجتماعية التي تقوم بها المنظمة لخدمة المجتمع.¹
- وعليه يمكننا أن نستنتج أن العوامل المؤثرة في تكوين الصورة الذهنية للجامعة تتمثل فيما يلي:
- تتحكم في الصورة الذهنية للجامعة عدة عوامل داخلية منها :
 - مدى جودة الخدمات المقدمة والتي ترسم ملامح في ذهن المجتمع الجامعي من خلال تبادلهم الحديث عنها.
 - دور مواقع التواصل الاجتماعي الرقمية في نشر ما تقدمه الجامعة .
 - تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في توضيح أو استقصاء نقائص الجامعة.
 - الانطباعات المكونة عن المنظمات الطلابية وما تنشره وتقدمه عن الجامعة.
 - الكفاءة المهنية لأساتذة وإداري الجامعات تعكس الصورة المتبناة لدى الجمهور سواء الداخلي أو الخارجي.
 - مدى تنظيم وتنسيق الإدارة في الاتصالات المباشرة او غير المباشرة مع جمهور الجامعة.
 - مدى تطبيق الجامعة للمسؤولية الاجتماعية في نظامها لاستقطاب وجذب الجمهور وبالتالي تحسين الصورة الذهنية أو بنائها بشكل سليم.
 - تخصص قسم خاص بالعلاقات العامة لدراسة وقياس الصورة الذهنية المكونة عن الجامعة.

(¹) على عوجة، مرجع سابق، ص140.

-الاهتمام بانجازات الطلبة المتفوقين في العلوم و العلوم الدقيقة والاستفادة من نتائج المذكرات في المؤسسات ،لترك انطباع في ذهن الطلبة عن الإدارة أو رئاسة الجامعة في تتمين مجهوداتهم و بالتالي بناء صورة ذهنية على مر الزمن .

تعميم الثقافة الاتصالية في الجامعة سواء بين الطلبة والأساتذة و الإدارة أو مع الجمهور الخارجي .

عوامل إعلامية :

-الجهود الإعلامية للشركات المنافسة و تأثيرها على صورة المؤسسة .

-التغطية الإعلامية للإحداث الخاصة بالمنظمة في وسائل الإعلام ،و مدى سلبيتها و ايجابيتها ،المسؤولية الاجتماعية ،الأخلاقية ،المهنية .

-حجم الاهتمام التي توليه وسائل الإعلام و أخبار المنظمة¹

و منه نستنتج :

-من عوامل تكوين الصورة الذهنية في الجامعة ،عوامل إعلامية وباعتبار أن معظم الجامعات لها تخصص علوم الإعلام و الاتصال فهذا يسهل العملية كثيرا .

-توفر خلية إعلام في الجامعة يعمل على خلق علاقات حسنة مع وسائل الإعلام لنشر ما تقوم به الجامعة و بالتالي تكوين الانطباع اللازم .

-التغطية الإعلامية لجميع النشاطات التي تقوم بها الجامعة في المناسبات الدينية و الوطنية لخلق صورة لها لدى الجمهور الخارجي .

-نشر أهم انجازات الجامعة في وسائل الإعلام لرسم صورة ذهنية ايجابية تدل على نشاط و حيوية الجامعة .

-باعتبارنا نعيش في عصر الرقمنة و يجب توفر مواقع الكترونية تعمل على نشر ما يحتاجه الأستاذ و الطالب و العامل ،و من جهة أخرى تكون حلقة وصل مع الجمهور الخارجي .

-إنشاء إذاعة خاصة بالجامعة لتكون "صوت أثير الجامعة " .

-إنشاء أستوديو "سمعي بصري " يعمل على بث كل الأحداث من جهة و من جهة أخرى يقوم بتدريب ميداني لطلبة علوم الإعلام و الاتصال .

(¹)احمد جبار ،مرجع سابق،ص293.

المبحث الثالث : بناء و تشكيل الصورة الذهنية للجامعة و الأساليب الحديثة لقياسها**المطلب الأول : بناء و تشكيل الصورة الذهنية للجامعة :**

يتم بناء و تكوين الصورة الذهنية بناء على :

- عناصر بنائية للإدراك :

ويقصد بها تلك العناصر المستمدة من طبيعة المثير المكون للصورة ، و الآثار التي يحدثها في الجهاز العصبي للفرد كانعكاس مباشر للمثيرات التي تسببها الأشياء المادية أو الواقعية .

العناصر الوظيفية للإدراك :

ويقصد بها العناصر المستمدة من احتياجات الفرد و شخصيته و تجاربه الشخصية السابقة¹

وبناء على ما تقدم نستطيع أن نستخلص أن :

-بناء صورة ذهنية للجامعة يتطلب الكثير من العناصر و المكونات تتمثل في :

-عناصر مادية وظيفية نستطيع أن نربطها بكل ما هو مادي مثل المباني و المرافق الخاصة بالجامعة و المتمثلة في القاعات و المدرجات و المختبرات و المكتبات و المكاتب و الملاعب و المساحات الواسعة ، و كذا بشعار الجامعة .

فيعتبر هذا خزين أساسي في ذهن المجتمع الجامعي و يبقى راسخا في مدركاته العقلية لا يقبل التغيير حتى و أن تغيرت تصاميم تلك الأماكن ، لتترسخ صورة ذهنية عن المكان بخصائصه ومزاياه و عيوبه ليصبح ضمن قائمة الذكريات.

-كما تتوفر في الجامعة عناصر سيكولوجية ترتبط بالاعتقادات و المشاعر التي يكونها الأفراد عن الجامعة من خلال ملاحظاتهم أو اتصالاتهم أو يسمعون عنها، وكذلك بالثقافة السائدة في الجامعة ورسالتها ورؤيتها التي يتحكم فيها المسؤولون في الجامعة كرئيس الجامعة و العمداء ورؤساء الأقسام و الأساتذة العاملين فيها بمختلف مواقعهم ، فبناء و تكوين الصورة الذهنية للجامعة يعرف نفسا جديد و ارتكازا متينا بارتباطه الوثيق بما يقدمه كوادرات

¹(يسرى حسين عبد الخالق ، مرجع سابق، ص123.

الجامعة السابق ذكرهم ،لأنه حسب جون ماكسويل فان مبدأ الصورة هو من يعطي القيادة الفعالة التي من خلالها يبني الطالب صورته عن الجامعة بغض النظر عن الإيجاب أو السلب.

وعليه يتطلب من الجميع وعلى رأسهم رئيس الجامعة الاهتمام بالعملية السيكولوجية التي تكون عبارة عن ادراكات وخبرات يكونها الأفراد سواء المتواجدين فيها أو من زوار ، في لقاءهم مع العاملين او سماع ما يدور حول الجامعة لترسيخ في أذهانهم وذاكرتهم.

-كما يرى احمد جبار أن بناء وتكوين الصورة الذهنية يمر بثلاث مراحل وهي:

المرحلة الأولى: المعرفة فمعرفة الشيء هو الخطوة الأولى في الصورة داخل العقل عنده ،و المعرفة التفصيلية تؤكد المعلومة أكثر من الجمالية.

المرحلة الثانية: الإدراك أن ربط المعرفة بالمفاهيم والثقافة الشخصية السابقة الدخول إلى إدراك عقلي كامل ويتمثل بقناعة كاملة عن الجهة و القضية.

المرحلة الثالثة:

-السلوك ويتمثل في صيغة التفاعل مع المدرك وأسلوب التعبير عنه ايجابيا أو سلبيا عمليا أو قوليا أو حتى ذهنيا .

وفي هذا الإطار يمكننا أن نقول :

-إن الصورة الذهنية للجامعة تبنى أولا على المعرفة اي على الحقائق الموضوعية التي يضافها الأفراد داخل الحرم الجامعي ،كما انه كلما زادت المعرفة الواسعة للمعلومات كلما زادت الصورة الذهنية وضوحا ،لان صناعة صورة ذهنية للجامعة تتطلب معلومات ومعارف وتراكمات وخبرات حول المحيط الجامعي من اجل توسيع التصورات اللازمة.

-الصورة الذهنية للجامعة تتشكل نتيجة للإدراك الحقيقي فتكون نتيجة اصطدامهم بأحداث أو تجارب او خبرات تكون لها علاقة بثقافتهم، أو اتجاهاتهم لتتحول إلى إدراك عقلي راسخ ويصبح يمثل قناعة كاملة سواء عن قرارات الجامعة أو أحداث تمر بها أو سياستها.

-لا يمكن أن يكون أفراد المؤسسة الجامعية متساوون في إدراكهم أو في صورتهم المتبناة ،لأنها تكون صورا فردية يكونها الطلبة أو الموظفون أو الأساتذة ،وقد تحمل عدة تناقضات،لان لكل منهم عالمه الخاص ويظهر لنا جليا من خلال سلوكياتهم التي تعتبر ردة فعل من تفاعل حدث لهم.

- وهناك من يرى بان البعد الزمني له دور في تكوين الصورة الذهنية ،إذ يقوم الفرد ببناء الصورة وفقا لكم المعلومات التي ترد إليه ،وفقا لمصادقيتها يقوم أما برفضها أو استقبالها ،ويقوم الفرد بالربط بين الأحداث المعاشة و الأحداث الماضية للكشف إذا كانت هنالك صلة بين تلك الأحداث وبعضها ،لأنه في حالة عدم وجود علاقة فانه يبني الصورة لديه للتوافق مع الذات الجمعي.¹

ما تم استخلصه هو ان :

عملية بناء صورة ذهنية قوية للجامعة هي عملية طويلة شاقة لأنها تتطلب تكاتف جهود متواصل لمساعدة رئيس الجامعة على خلق توافق بين الجامعة و المجتمع الذي تتواجد فيه ،لان تشكيل الصورة يتطلب توافق بين محيط الجامعة وثقافة مجتمع الأفراد المكونين للمؤسسة الجامعية حتى لا تصدم المعارف وبالتالي تحدث صورة نمطية عوض الصورة الذهنية ،و العامل الزمني يلعب دورا في بناء الصورة الذهنية تبعا للتعميم و تكرار نفس المعارف أو المعلومات التي تساعد على الترسخ،في حين إذا تعددت الاتجاهات و المصادر في الجامعة فانه يطول تكوين صورة ذهنية عنها نظرا للتشويش الذي يحدث للذهن ،فتتدخل العاطفة لتكون عائقا في صقل الصورة الكلية للجامعة.

-الصورة الذهنية للجامعة هي بمثابة شخصية مصورة عن الجامعة ، وبناء الشخصية يأخذ فترة زمنية تتطلب استهلاك المعرفة أو المعلومات، ثم انعكاسها مع ثقافة المجتمع وبعدها تنظم ردة الفعل ،فان كانت مطابقة للشخصية فلن تطول عملية الترسخ ،وأما إذا تصادمت معها فإنها سوف تبقى بين المد والجزر و الزمن هو الكفيل بترسيخها.

المطلب الثاني: الأساليب الحديثة لقياس الصورة الذهنية للجامعة

التخطيط لبرمج الصورة الذهنية لابد أن يخضع لأسس العلمية نفسها التي تخضع لها لتخطيط كافة برامج العلاقات العامة.

¹(حامد مجيد الشطري، الإعلان التلفزيوني ودوره في تكوين الصورة الذهنية ، دار أسامة للنشر و التوزيع، الاردن ،2013،1،ص126.

وقد حل على الأساليب التقليدية في دراسات مناسب الصورة العديد من التغيرات ،حيث تركز الدراسات الحديثة على أبعاد و مؤشرات التي يمكن ان تطلق عليها بمتانة العلاقات أو السمعة،

حيث قام ميرلاند جيمس جرونبيج و لاريسا جرونبيج ببحث حددا من خلاله الأساليب المهنية للعلاقات العامة ،و اعتبرا أن الصورة الذهنية لأي مؤسسة هي رأس مال، فوضعا خمس أبعاد اندرج تحت كل منها عدد من المؤشرات التي يتم من خلالها قياسها :

1-الثقة :

- نحن نثق بمهارات الآخرين .
- العلاقة تتسم بيننا و بين الآخرين بالمصادقية .
- نحن نعتقد أن الآخرين قادرين على انجاز ما يقولونه
- نحن نعتقد أن الآخرين يتمتعون بدرجة عالية من الأمانة .
- نحن نعتقد أن الآخرين يوفون بوعودهم معنا .

2-التعهد :

- نحن نرى أن علاقتنا بالآخرين تتسم بالمتانة
- نحن نعتقد أن الآخرين يلتزمون باتفاقياتهم معنا .
- نحن نفضل التعامل مع الآخرين دون غيرهم .

3-الرضا :

- نحن مسرورون بعلاقتنا مع الآخرين .
- علاقة الجوار التي تربطنا بالآخرين متميزة .

4- علاقة التبادل :

- نحن و الآخرون نستفيد من علاقتنا ببعض بدرجة متساوية .
- نحن نعتقد أن الآخرين يتصفون برد الجميل .
- نحن نعتقد أن الآخرين إذا علموا إنهم سيكسبون شيئاً من علاقاتهم بنا تفاهموا معنا .
- اعتناء الآخرين بعلاقاتهم معنا مرهون بمقدار المردود الذي سيعود عليهم جراء تلك العلاقة .

5-العلاقات المجتمعية :

- نحن نعتقد أن الآخرين يسعون في مساعدتنا في العملية التنموية .
 - نحن نعتقد أن الآخرين لا يمانعون في التطوع لخدمة مجتمعنا .
 - نعتقد أن نجاح الآخرين مرهون بما تقدمه لهم من دعم .
 - نحن نعتقد أن الآخرين يستغلون علاقاتهم بنا لتحقيق مصالحهم الشخصية¹.
- و منه تتمثل الأساليب الحديثة في قياس الصورة الذهنية للجامعة في مراعاة النقاط التالية لتكوين صورة ذهنية قابلة للقياس:
- دعم البحوث العلمية للأساتذة و دراساتهم العليا ، و توفير لهم الجو المناسب و المخابر العلمية لعرض دراساتهم و تحقيق التبادل العلمي و الثقافي بين جامعات الوطن و خارجها .
 - دعم الطلبة المتفوقين سواء معنوياً أو مادياً و الاستثمار في انجازاتهم ، و استدراك الطلبة الأقل مستوى .
 - دعم الموظفين و العاملين كل في ميدانه .
- كل هذا الدعم سيعمل على تشكيل صورة ذهنية في فترة وجيزة في عقول الأفراد و ترسيخ مبدأ مصداقية الجامعة في نظر الجمهور الداخلي والخارجي .

¹(عبد الرحمان بن عبد الله عبد القادر، مرجع سابق، ص59.

- ضرورة فتح مجال أو فسحة لأفراد الجامعة بتقديم إبداعاتهم و اختراعاتهم و تعزيزها من طرف المسؤولين في الجامعة و إبداء الثقة في مهاراتهم .
- كلما كانت ثقة المسؤولين في انجازات و أمانة و صدق أفراد المؤسسة الجامعية كلما زادت نسبة الولاء و الانتماء للجامعة .
- درجة وفاء أفراد الجامعة بالاتفاقيات و العهود و التعامل الجيد . تقيس لنا درجة بناء الصورة الذهنية .
- تحقيق ما يعرف بالرضا سواء ما يعرف في العلاقات أو النتائج مع الجمهور الداخلي للجامعة أو الروابط التي تجمع الطلبة مع الجمهور الخارجي .
- تعميم ثقافة روح التبادل بين أفراد الجامعة ، في المعلومات و الخدمات و هذا انطلاقا من تجسيد مفهوم الثقافة الاتصالية .
- مدى تطبيق العلاقات المجتمعية داخل المؤسسة الجامعية ، و هنا لا بد من التطرق للمسؤولية الاجتماعية التي لها دور كبير في ترسيخ الصورة الذهنية ب :
- الجانب الثقافي : دعم الجامعة للإبداعات الثقافية و تشجيعها سواء بالنشر أو الطباعة أو الإشهار .
- الجانب الاجتماعي : ضرورة توفر قسم للخدمات الاجتماعية بالجامعة لتلبية حاجيات الأفراد كالضمان الاجتماعي ، التأمين .
- الجانب الاقتصادي : و هي جذب المستثمرين .
- وعليه فانه لقياس الصورة الذهنية و معرفة درجتها و مدى عمقها و جب على الجامعة ان تهتم و توفر النقاط سالفة الذكر ، و أن توفرت فانه بناء عليها نستطيع ان نقيس الدرجة اللازمة و لو نسبيا .
- و لكي تستطيع الجامعة أن تستعمل هاته الأساليب في قياس الصورة الذهنية و جب تدعيم الجامعة ب :
- جودة في التسيير الإداري .
- القدرة و الرغبة في التطور .
- الحفاظ على الأشخاص الأكفاء .

- دعم الابتكار .
- الميزانية المالية اللازمة .
- معرفة دقيقة لخبايا الجامعة .
- دعم الجماعات الرسمية .
- التواصل الشفوي المباشر .

خلاصة :

لقد حان الوقت لتصحيح الصورة النمطية السائدة على الجامعة مفادها أنها مقر لتلقي الدروس و انجاز البحوث و تحصيل الشهادة ، بل هي اكبر من ذلك، لأنها مؤسسة و يجب تطبيق فيها الأسس الحديثة لتطويرها ، و الانتقال من مرحلة الركود و التبعية و الروتين إلى مرحلة التشييد و الانجازات .

ومن بين هاته الأسس هو ضرورة معرفة أهمية الصورة الذهنية و تطبيق مبادئها في الجامعة لتحقيق نهضة ووثبة علمية حقيقية .

الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الرابع: الإجراءات الميدانية

للدراسة

المبحث الأول: بطاقة فنية حول جامعة البويرة

المعلومات	
جامعة البويرة	المسماة جامعة أكلي محند وأول حاج جامعة جزائرية تقع في ولاية البويرة
تأسست	سنة 2005 باعتبارها مركزا جامعيًا تابعة لجامعة بومرداس، ثم رسّمت جامعة سنة 2012، بموجب المرسوم التنفيذي رقم 12-241 المؤرخ في 14 رجب عام 1433 الموافق لـ 04 يونيو سنة 2012 المتضمن إنشاء جامعة البويرة.
النوع	مؤسسة عمومية ذات طابع علمي وثقافي ومهني تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي.
تكاليف الدراسة	مجانية
التوجهات الدراسية	علمية و أدبية
لغات التدريس	عربية/امزيغية/فرنسية/انجليزية
الكليات	*كلية العلوم والعلوم التطبيقية *كلية علوم الطبيعة والحياة وعلوم الأرض *كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير *كلية الحقوق والعلوم السياسية *كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية *كلية الآداب واللغات
المعاهد	معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية معهد التكنولوجيا
الموقع الجغرافي	
الشارع	دريسي يحيى
المدينة	البويرة
الرمز البريدي	10000
البلد	الجزائر
الهاتف	+213(0)26 93 42 37
الإدارة	
الرئيس	البرفسور عمار حياهم
الإحصائيات	

698	الأساتذة
23109	عدد الطلبة
http://www.univ-bouira.dz	الموقع

تمهيد

نتطرق في هذا الفصل إلى عرض البيانات وتحليلها إحصائياً ونظرياً لاستخلاص النتائج وتحليلها ومناقشتها وفق تساؤلات الدراسة و الإطار النظري لها، وصولاً لهدف الدراسة المتوخى و المتمثل في معرفة الصورة الذهنية المتكونة لدى طلبة عن جامعة البويرة.

المبحث الثاني: تحليل البيانات الشخصية للمبحوثين

من خلال هذا المبحث سنحاول حصر وتحليل البيانات الشخصية للمبحوثين من حيث النوع (ذكر، أنثى) ،السن،التخصص .

جدول رقم (01) يبين افراد العينة حسب الجنس

الجنس	التكرار	النسبة %
ذكر	21	14.00
أنثى	129	86.00
المجموعة	150	100

تبين من خلال النتائج المتحصل عليها أن عدد الإناث يفوق عدد الذكور ،حيث بلغ عدد الإناث 129 أنثى بنسبة تقدر بـ86% مقابل 21 ذكر بنسبة تقدر بـ86%.

وهذا يدل على إن المرأة أصبحت تنافس الرجل في جميع المجالات وأصبحت تتريد الترتيب و التصنيف،واكبر دليل هو ارتفاع عدد الطالبات مقارنة بالطلاب في جامعة البويرة.

جدول رقم (02) يبين افراد العينة حسب الفئات العمرية

السن	التكرار	النسبة %
من 22 الى 26سنة	145	96.67
من 27 الى 30سنة	03	02.00
31 فأكثر	02	01.33
المجموعة	150	100

تشير المعطيات أن أغلبية المبحوثين والمقدرة بنسبة 96.67% ينتمون للفئة العمرية التي تتراوح ما بين (22 الى 26 سنة) ويقدر عددهم 145، وهو العمر الطبيعي في التسلسل الزمني للدراسة.

في حين تقدر نسبة المنتمين إلى الفئة العمرية التي تتراوح ما بين (27 إلى 30 سنة) بـ 2% وهي نسبة ضئيلة نظرا لان أغلبية الطلبة يكون قد تخرجن في هذا السن وتوجهن إلى الحياة العملية.

أما الفئة العمرية التي تتراوح من سن 31 فأكثر فتقدر بنسبة 01.33% وتأتي هذه الفئة بنسبة ضئيلة جدا لاعتبار هذه الفئة تدعم ترفع من مستواها العلمي للغرض الوظيفي للترقية.

جدول رقم (03) يبين افراد العينة حسب التخصص

النسبة %	التكرار	التخصص
22.00	33	علم النفس وعلوم التربية
21.33	32	علم الاجتماع
02.67	04	الفلسفة
16.00	24	التاريخ
25.33	38	الاتصال
12.67	19	الشريعة
100	150	المجموع

من خلال البيانات الإحصائية يتضح أن طلبة كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية ذوي تخصصات متباينة، فنجد أن طلبة الاتصال تتراأس التخصصات بنسبة 25.33 %، ثم يليها طلبة علم النفس وعلوم التربية بنسبة 22%، ثم يأتي طلبة علم الاجتماع بنسبة 21.33% ثم تتبع بطلبة التاريخ بنسبة 16%، ثم يليها طلبة الشريعة 12%، أما آخر نسبة فنجدها لدى طلبة الفلسفة والتي تقدر بنسبة 2.67%.

المبحث الثالث : دور وسائل التواصل الاجتماعي (الفاسبوك) في تكوين الصورة الذهنية لطلبة جامعة البويرة.

جدول رقم (04) يبين رأي المبحوثين حول هل تعبر عنه مواقع التواصل الاجتماعي (الفاسبوك) عن الواقع الفعلي لجامعة.

النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	ايجابيات أخرى	البدائل
47.33	71.00	23.94	17	وسيلة نقل المعلومات	نعم
		25.36	18	تعبر عن الواقع المعاش	
		04.22	03	وسيلة لرسم صورة الجامعة	
		46.48	33	بدون إجابة	
52.67	79.00	25.31	20	غياب مصداقية التعبير	لا
		08.87	07	عدم ذكر كل الأحداث	
		25.33	20	لا تعبر عن الواقع	
		10.12	08	واقع افتراضي	
		30.37	24	بدون إجابة	
100	150	100	150	المجموع	

تشير المعطيات أن أعلى نسبة للمبحوثين و المقدره بـ 52.76% يقرون أن المواقع التواصل الاجتماعي (الفاسبوك) لا تعبر عن الواقع الفعلي للجامعة، حيث توزعت إجاباتهم الجزئية لهذه النسبة بالاكتماء "لا" دون تبرير والتي قدرت بـ 30.37% فهي تعبر عن فكر محصور للطالب لا يستطيع حتى ترجمة واقعه الجامعي، ثم تليها الإجابة "لا تعبر عن الواقع" بنسبة تقدر بـ 25.33%، حيث يعتبر المبحوثين أن مواقع التواصل الاجتماعي لا تعكس الواقع الحقيقي للمعاش في الجامعة لا ينصاغ إلى الضوابط و الالتزامات و الاملاءات التي تجعله موازيا للواقع الحقيقي، ثم تأتي إجابة "غياب مصداقية التعبير" بنسبة تقدر بـ 25.31%، حيث يرون أن المنصات تغيب عنها الشفافية و الموضوعية في طرح واقع الجامعة، أما الإجابة عن اعتبارها "واقع افتراضي" فنجد نسبتها والتي تقدر بنسبة 10.21%، حيث شكلت المجتمعات الافتراضية وشبكات التواصل الاجتماعي أرضية خصبة لتنامي نوع جديد من الهويات، التي يمكننا أن نطلق عليه "الهوية الافتراضية" التي لا تتماشى وحقيقة الجامعة، أما آخر

نسبة فنجدها في الإجابة في "عدم ذكر كل الأحداث" فجل المواقع التواصل الاجتماعي تأخذ جزء من الحدث لتأويله حسب اتجاهات للناشر أو نشر ذلك الجزء دون معرفة كلية الحدث مما يسبب في تضليل الحقيقة الكلية.

أما نسبة للمبحوثين الذين يقرون أن المواقع التواصل الاجتماعي (الفاسبوك) تعبر عن الواقع الفعلي للجامعة والتي تقدر بنسبة 74.33%، حيث توزعت إجاباتهم الجزئية لهذه النسبة في "دون إجابة" بنسبة تقدر بـ 46.48%، والتي تدل على الآفاق التصورية للطلبة، ثم تليها الإجابة عن "تعبر عن الواقع المعاش" بنسبة تقدر بـ 25.36%، حيث تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي (الفاسبوك) متنفس للطلبة التصوير واقعهم الجامعي، أما الإجابة "وسيلة لنقل المعلومات" فتقدر بـ 23.94%، لأنها بمثابة حلقة وصل بين الجامعة و الطلبة في نقل المعلومات خاصة في ظل "جائحة كوفيد 19" ثم تليها الإجابة "وسيلة لرسم صورة الجامعة" و التي تقدر نسبتها بـ 4.22%، حيث يرى افراد العينة أن مواقع التواصل الاجتماعي (الفاسبوك) تعتبر منبرا مشعا يعكس ويرسم واقع الجامعة.

جدول رقم (05) يبين رأي المبحوثين حول إمكانية نقل مواقع التواصل الاجتماعي (الفاسبوك) الحقائق التي تحدث في الجامعة بموضوعية.

النسبة %	التكرار	البدائل
14.67	22.00	دائما
74.00	111	أحيانا
02.00	03.00	أبدا
09.33	14.00	نادرا
100	150	المجموع

نلاحظ أن اكبر نسبة عادت للإجابة "حيانا" وذلك بـ 74%، مما يعني أن أكثر المبحوثين يكونون صورة ذهنية نسبية عن مواقع التواصل الاجتماعي (الفاسبوك) الخاصة بالجامعة من ناحية موضوعيتها في الطرح وتجسيد الواقع الفعلي بحذافره، تم تليها نسبة الإجابة بـ "دائما" والتي تقدر بـ 14.67% وهي نسبة ضئيلة، حيث يرى المبحوثين أن مواقع التواصل الاجتماعي (الفاسبوك) بإمكانها أن تنتقل الحقائق التي تحدث بالجامعة بموضوعية فتجسيد الواقع الحقيقي في واقع افتراضي يكون صرخا وحقلا لإحداث الجامعة، تم تأتي نسبة الإجابة "نادرا" والتي تقدر بـ 9.33%، وهي نسبة ضئيلة حيث نرى أن المواقع التواصل الاجتماعي غالبا ما تتمكن من إظهار الأحداث بموضوعية ونشر الحقائق في المحيط الجامعي بكل تفاصيله لعدم ثقتهم الكاملة في قدرة المواقع

على تجسيد الواقع في كل الحالات، أما آخر نسبة فنجد في الإجابة "أبدا" وهي ضعيفة جدا والتي تقدر بـ2%، ليتبين أن الموضوعية غائبة في نقل الأحداث عبر مواقع التواصل الاجتماعي و أنها ليست المنبر الإعلامي المناسب و المتخصص و المتمكن في نقل الأحداث.

جدول رقم (06) يبين مدى اعتبار وسائل مواقع التواصل الاجتماعي (الفاسبوك) وسيلة في صنع صورة الجامعة لدى الطلبة

النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	ايجابيات أخرى	البدائل
54.00	81.00	43.21	35	تنقل الحقائق و الوقائع	نعم
		14.81	12	تذكر الايجابيات دون السلبيات	
		33.33	27	تختصر الوقت و الجهد	
		08.65	07	بدون إجابة	
46.00	69.00	27.54	19	غياب المصادقية في المنشورات	لا
		07.24	05	اختلاف وجهات النظر	
		18.84	13	المواقع لا تنشر الواقع	
		10.12	32	بدون إجابة	
100	150	100	150	المجموع	

يتبين أن الإجابة بـ"نعم" في مدى اعتبار وسائل مواقع التواصل الاجتماعي (الفاسبوك) وسيلة في صنع صورة الجامعة لدى الطلبة تقدر بـ 54%، وهي اكبر نسبة، حيث توزعت على الإجابات الجزئية لهذه النسبة فكانت اكبر نسبة للإجابة "تنقل الحقائق و الوقائع" بنسبة 43.21%، حيث يعتبرها الطلبة من الوسائل الاتصال الحديثة التي تنقل أدق التفاصيل عن الجامعة بالصوت وأيضا بالصورة (الفيديوهات) التي تعبر عن ألف كلمة، مما يجعلها صانعة ومؤثرة في صورة الجامعة لدى الطلبة، ثم تليها الإجابة "تقتصر الوقت و الجهد بنسبة تقدر بـ33.33%، حيث تتماشى المواقع مع سرعة العصر في صنع صورة الجامعة لدى الطلبة فتدخل في تأثير ثورة الاتصالات على نمط العلاقات في الحصول على المعلومة في نفس الوقت و المكان لعدة أشخاص في أن واحد دون عناء زمني أو عضلي، ثم تأتي بعدها نسبة الإجابة "تذكر الايجابيات و السلبيات" والتي تقدر بـ 14.81%، حيث يعتبر الباحثين أن المواقع تعمل على صنع صورة ذهنية حسنة عن الجامعة، من خلال نشر انجازات الجامعة على حساب متطلبات الطلبة، وانحصرت بدون إجابة في نسبة ضئيلة تقدر بـ8.65%.

أما الإجابة ب " لا " فقد قدرت نسبتها بـ 46% حيث توزعت على الإجابات الجزئية لهذه النسبة فكانت أكبر نسبة للإجابة " غياب المصادقية في المنشورات" تقدر بـ 27.54%، نظرا إلى أن عدم المصادقية لا يمكنه أن يترك التصور أو الانطباع أن مواقع التواصل الاجتماعي هي وسيلة لصنع صورة الجامعة، لان هنالك علاقة ترابطية بين مصادقية المنشورات وان يكون المرء على سجيته في مواقع التواصل الاجتماعي (الفاسبوك)، ثم تليها نسبة الإجابة " المواقع لا تنشر الواقع" والتي تقدر بـ 18.84%، حيث اعتبروا أن المواقع لا تعبر عن الواقع وبالتالي لا يمكننا اعتبارها وسيلة مناسبة في رسم صورة الجامعة، بينما قدرت نسبة الإجابة بدون إجابة بـ 10.12% لعد القدرة المبحوثين على فهم العلاقة ما بين المواقع الاتصالية ونتيجة تشكيل الصورة الذهنية لديهم، أما آخر نسبة فنجد في الإجابة "اختلاف وجهات النظر" وهي نسبة ضئيلة جدا والتي تقدر بـ 7.24%، حيث أن المبحوثين يقرون أن ما ينشر في المواقع لا يملك صفة الحيادية، وإنما هو منساق نحو اتجاهات ورؤى الناشر ويبقى محصور في ذكر معين، وبالتالي لا يمكنه أن يكون وسيلة في صورة الجامعة وتجسدها لواقعها الفعلي مهما حدث.

جدول رقم (07) يبين قيام مواقع التواصل الاجتماعي (الفاسبوك) بطرح مواضيع المهمة لدى الطلبة

النسبة %	التكرار	البدائل
53.33	80	نعم
46.67	70	لا
100	150	المجموعة

يتبين أن الإجابة بـ "نعم" في مواقع التواصل الاجتماعي (الفاسبوك) تقوم بطرح مواضيع مهمة لدى الطلبة بنسبة تقدر بـ 53.33%، نظرا للأهمية التي احتلتها هذه المواقع في ربط الطلبة بالأساتذة و الإدارة خاصة في ظل جائحة كوفيد 19 أدت إلى تطبيق نظام الدراسة عن بعد ، أما الإجابة بـ " لا " فقد قدرت نسبتها بـ 46.67% والتي ترى أن مواقع التواصل الاجتماعي (الفاسبوك) لا تقوم بطرح المواضيع التي تهتم الطالب حيث يعتبرونها وسيلة لا تهتم بانشغالهم و اهتماماتهم الجامعية كما يجب .

جدول رقم (08) يبين رأي المبحوثين في دور مواقع التواصل الاجتماعي (الفاسبوك) في جامعة البويرة.

النسبة %	التكرار	البدائل
41.81	74	طرح انشغالات الطلبة
09.03	16	طرح أفكار جديدة لتطوير الجامعة
49.16	87	التغطية الكاملة لكل المستجبات في الجامعة
100	177	المجموع

من خلال البيانات الإحصائية تبين أن إجابات المبحوثين عن دور مواقع التواصل الاجتماعي (فاسبوك) في جامعة البويرة تمحورت كأعلى في التغطية الكاملة كل مستجبات الجامعة بـ 49.16%، وهذا لما تشهده الجامعة من حركة انتقالية في التسيير، والتي خلقت ديناميكية في المحيط الجامعي، و بالتالي خلق مجموعة من الأحداث و الوقائع التي أدت إلى فتح مجال أمام المواقع لبثها و نشرها، ثم تليها طرح انشغالات الطلبة بنسبة 41.81%، حيث أصبحت المواقع تهتم بكل شاردة و واردة عن الطلبة فأصبحت تلعب دور مهام العلاقات العامة في الجامعة لتسهيل العملية بين الإدارة والجمهور الداخلي، ثم طرح أفكار جديدة لتطوير الجامعة بنسبة 09.03%، وهي سابقة من نوعها أن تشارك مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين صورة الجامعة لتثبيت هويتها و تلميع سمعتها، فنترسخ صورة ذهنية ذات انطباع جيد .

جدول رقم (09) يبين كيفية تعامل الطلبة على ما تنشره مواقع التواصل الاجتماعي (الفاسبوك) من معلومات حول جامعة البويرة

النسبة %	التكرار	البدائل
17.09	27	تصديق
01.90	03	تكذيب
09.50	15	تجاهل
71.51	113	تحاول التأكد
100	158	المجموع

تبين لغة الأرقام أن أغلبية المبحوثين يقرون بان أغلبية الطلبة يتعاملون مع ما تنشره وسائل التواصل الاجتماعي (الفاسبوك) من معلومات حول الجامعة من خلال الإجابة " بمحاولة التأكد" بنسبة تقدر بـ 71.51%، أي أن الطلبة لا يعتبرون المواقع المصدر الرسمي للمعلومة، وإنما يتقصون الحقيقة من منبعها الأصلي و الرسمي، ثم تليها نسبة الإجابة "تصديق" والتي تقدر بـ 17%، حيث أن المواقع لديها دلالة نوعية عند الطلبة في نقل المعلومات أو المعرفة عن الجامعة، أما نسبة الإجابة "التجاهل" فقد قدرت بـ 9.50%، لتدل على فئة الطلبة التي لا تهتم بالمعلومات ولا بكيفية الحصول عليها، ثم تليها نسبة الإجابة "التكذيب" و التي تقدر بـ 1.90%، وهي نسبة ضئيلة جدا لتدل أن الطلاب يستمدون معارفهم من المواقع هو شيء طبيعي باعتبارنا نعيش في عصر الرقمنة.

جدول رقم (10) يبين اثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي (الفاسبوك) على الصورة المشكلة عند الطالب عن جامعة البويرة.

النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	ايجابيات أخرى	البدائل
56.00	84	20.24	17	تجاهل الجابيات و التركيز على السلبيات	سلبيا
		17.86	15	نشر الإشاعات	
		10.71	09	كثرة الانتقادات	
		51.19	43	بدون اجابة	
44	66	22.73	15	التعامل الجيد مع الاحداث	اجابيا
		21.21	14	يهتم بطرح انشغالات الطلبة	
		56.06	37	بدون اجابة	
100	150	100	150	المجموعة	

يتبين ان اثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي (الفاسبوك) على الصورة المشكلة عند الطالب عن الجامعة تأخذ الجانب السلبي بنسبة 56%، لتتوزع على الإجابات الجزئية فكانت اكبر نسبة عند المبحوثين الذين لم يقدمون التعليل عن الإجابة بنسبة تقدر بـ 51.19%، لتدل على توعية الرأي العام في الجامعة، باعتبار ان من وظائف الصورة الذهنية تكوين الرأي العام، لأنها البنيات الأولى التي تتكون منها وهي تؤثر في الآراء و المواقف و السلوك الصادرة عن الطلبة.

تم تليها الإجابة "تجاهل الجابيات و التركيز على السلبيات" بنسبة 20.24% لتبين ان ما ترسمه وسائل التواصل الاجتماعي في أذهان الطلبة هو الجانب السلبي،بينما تتغاضى عن الايجابيات ،ثم تأتي بعدها الإجابة "تشر الإشاعات" بنسبة 17.86%، باعتبار ان المواقع هي فضاء افتراضي وبالتالي التعامل مع مجهولين بدون هوية سيفرض حتما دخلاء عن الجامعة لنشر ما هو حقيقي و ما هو زائف ،ثم تليها نسبة الإجابة "كثرة الانتقادات" ب 10.71% باعتبار أن الجامعة تضم مختلف الثقافات والاتجاهات و المعتقدات فسوف يحدث تصادم بين هاته الفئات على المنصات،وبالتالي

فان هذه العوامل ستجعل الصورة الذهنية المكونة للطلبة عن الجامعة سلبية نوعا ما.

أما الإجابات ذات الأثر الايجابي في أذهان الطلبة فقد قدرت بنسبة 44%،حيث توزعت الإجابة فكانت اكبر نسبة عند المبحوثين الذين لم يقدمون التعليل عن الإجابة بنسبة تقدر ب 56.06%،ثم تليها نسبة الإجابة "التعامل الجيد مع الأحداث" تقدر ب 22.73%،لتدل ان المواقع تصنع بعد إدراكي الذي يعتبر من أبعاد تكوين الصورة الذهنية ،حيث يتلق هذا البعد بمختلف الأحداث التي وقعت في الجامعة وتركت اثر في أذهان الطلبة،وأخر نسبة نجدها في الإجابة "تهتم بطرح انشغالات الطلبة" بنسبة 21.21% لتجسيد مدى اهتمام المواقع بواقع الطالب والإنصات إلى انشغالاته، فيتبين لنا ان عدد معين من الطلبة تعمل المواقع على ترك اثر ايجابي في أذهانهم عن الجامعة لما تقدمه من علم ومعرفة واكتشافات.

جدول رقم (11) يبين مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي (الفاسبوك)في تكوين صورة للطلاب حول جامعة البويرة.

النسبة %	التكرار	البدائل
19.33	29	كثيرا
46.67	70	نسبيا
34.00	51	قليلا
100	150	المجموع

يتبين أن الإجابة حول مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الصورة الذهنية حول جامعة البويرة تكون "نسبيا" بنسبة تقدر ب 46.67%،هذا ما يبين بان الصورة الذهنية تكون حيث تتأثر و تتغير من موضوع إلى آخر ،كما أن من خصائصها الجزئية نظرا إلى ان الطالب لديه بنية تراكمية لما يتلقاه من المحيط الجامعي

ولكن بقدر محدود وليس كلي وبالتالي يكون الانطباع نسبيا ،ثم تليها نسبة الإجابة "قليلًا" والمقدرة بـ34% ،وهذا يدل على أن الطالب كما سبق في الإجابات السابقة تحتاج إلى التأكيد من المعلومة ليرسخها في ذهنية ولا يعرض صورته الذهنية للتشويش او الخطأ،لتأتي نسبة الإجابة "كثيرا" المقدرة بـ 19.33%،وهي الفئة التي تربط واقعها الجامعي بالمواقع لتختصر الوقت و الجهد،كما ورد في إجابات المبحوثين سابقا ، وهنا يظهر جليا في بنية الصورة الذهنية المتمثلة في عدم الدقة ،حيث أنها لا تصاغ على حقائق ملموسة او أساس علمي موضوعي بل تعد تبسيط للواقع من خلال الحصول على معلومات قليلة لعدم جمع المعلومات الكافية.

جدول رقم (12) يبين العوامل التي تجعل مواقع التواصل الاجتماعي (الفاسبوك)تؤثر في صورة جامعة البويرة.

النسبة %	التكرار	البدائل
49.43	87	طبيعة الموضوع
18.75	33	الشخص الناشر
31.82	56	أهمية الموضوع
100	176	المجموع

يتضح أن من بين العوامل التي تجعل مواقع التواصل الاجتماعي (الفاسبوك) تؤثر في صورة جامعة البويرة ،هي "طبيعة الموضوع" التي تقدر نسبتها 49.43%،أيأن من عوامل تشكيل الصورة الذهنية عوامل شخصية هنالك من يهتم بالمواضيع التي تخص المعرفة و منهم من هو باحث عن الحقيقة،ثم تليها نسبة الإجابة " أهمية الموضوع" والتي تقدر بـ 31.82%،حيث تعمل أهمية الموضوع على اجتذاب المهتمين وتأييدهم للموضوع المطروح و بالتالي ترسخ الصورة المراد الوصول إليها،وقدترت نسبة الإجابة"الشخص الناشر" بـ18.75%،وهنا تدخل مصداقية وسمعة الناشر التي تعمل على صقل الصورة الذهنية للطالب عن الجامعة أو خلق تشويش لها.

المبحث الرابع : مدى مشاركة التنظيمات الطلابية في تكوين الصورة الذهنية لطلبة جامعة البويرة.

جدول رقم (13) يبين ماذا تعني المنظمات الطلابية لطلبة جامعة البويرة.

النسبة %	التكرار	البدايل
16.86	30	الجهة المخولة بتزويد الطلبة بالأنشطة و التظاهرات
29.21	52	الجهة المتدخلة في ربط الطلبة بالإدارة
20.22	36	الجهة المكلفة بتزويد الطالب بالمعلومات
19.10	34	الجهة التي يستمد منها الطالب فرصة للاحتجاجات و الشكاوي
03.38	06	حبر على ورق
11.23	20	لا تدعم الطالب و لا تحسن ظروفه
100	178	المجموع

يتضح أن النسب تتفاوت عن المبحوثين حول ما تعنيه المنظمات الطلابية لطلبة جامعة البويرة، حيث نجد أكبر نسبة للإجابة "الجهة المتدخلة في ربط الطلبة بالإدارة" والتي تقدر بـ 29.21%، أي ترسخ في ذهن الطلبة أن همة المنظمات الطلابية هو خلق حلقة وصل لربط الإدارة بطلبات الطلبة، ثم تأتي بعدها نسبة الإجابة "الجهة المكلفة بتزويد الطالب بالمعلومات" والمقدرة بـ 20.22%، حيث يعتبر المبحوثين أن المركز بتزويدهم بأمور الجامعة هو المنظمات، ثم تليها نسبة الإجابة "الجهة التي يستمد منها الطالب فرصة للاحتجاجات و الشكاوي" بـ 19.10%، لتبين أن الطلبة منفذهم الوحيد في إيصال شكاويهم هو الاحتجاج عن طريق المنظمات، ثم تليها الإجابة "الجهة المخولة بتزويد الطلبة بالأنشطة و التظاهرات" بنسبة 16.86%، أي أن المنظمات الطلابية هي التي تجعل الطلبة ينشطون في الجامعة، ثم قدرت الإجابة "لا تدعم الطالب و لا تحسن ظروفه" بـ 11.23%، حيث ترى هاته الفئة أن المنظمات تعمل تحت اسم مصلحة الطالب بينما في الحقيقة هي تحقق مصالحها الخاصة، في حين ترى فئة أخرى أنها مجرد "حبر على ورق" بنسبة 3.86% أي لا تملك وزنا في الجامعة.

جدول رقم (14) يبين نوعية اتصال طلبة جامعة البويرة مع المنظمات الطلابية.

النسبة %	التكرار	البدائل
02.67	04	يتصلون باستمرار
18.67	28	يتصلون حسب الظروف
78.66	188	لا يتصلون
100	150	المجموع

من خلال نوعية اتصال طلبة جامعة البويرة مع المنظمات الطلابية يتبين أن أكبر نسبة نجدها عند الإجابة "لا يتصلون" و المقدرة بـ 78.66% أي لا يوجد بينهم وبين المنظمات الطلابية أي اتصال، وهذا نظرا إلى أن الجامعة اليوم عرفت تغييرا جذريا في التسيير فأصبح الطالب يوصل انشغاله مباشرة دون وسيط إلى الإدارة، ثم تليها نسبة الإجابة "يتصلون حسب الظروف" والتي تقدر بـ 18.67%، وهذا نظرا لان الطلبة لا يزالون تحتفظون في صورتهم الذهنية بدور المنظمات سابقا في كل كبيرة وصغيرة عن الطلبة في اتصالاتهم مع الإدارة أو مشاكلهم مع الأساتذة، وبعدها نسبة الإجابة "يتصلون باستمرار" والتي تقدر بـ 2.67%، لتدل أن الطالب بدأ يشعر نوعا ما بالاستقلالية وعدم التبعية لأي جهة كانت.

جدول رقم (15) يبين طبيعة العلاقة بين الطلبة مع المنظمات الطلابية.

النسبة %	التكرار	البدائل
32.94	55	تقديم الشكاوى
08.38	14	مشاركتهم في الأنشطة
12.57	21	استقبال آرائهم
10.18	17	تقديم منشورات
35.93	60	لا يوجد اتصال
100	167	المجموع

توزعت طبيعة العلاقة بين الطلبة والمنظمات الطلابية، حسب عدة بدائل إذ نجد أن أكبر نسبة لدى الإجابة "لا يوجد اتصال" والتي تقدر بـ 35.83%، وهذا ما يؤكد ما تطرقنا إليه سابقا في تخيلنا أن المنظمات لم تعد تلعب دور الوسيط في الكلية، بل أصبح الطلاب يقضون مطالبهم بالاتصال المباشر، ثم تليها نسبة الإجابة "تقديم الشكاوى" و المقدره بـ 32.94 %، أي أن هناك فئة من الطلبة لا تزال لديها علاقة بالمنظمات تتمثل في طلب استرداد الحق وتسهيل الأمور البيداغوجية أو البحث العلمي أو في الخدمات العامة، لتأتي بعدها نسبة الإجابة "استقبال آرائهم" و المقدره بـ 12.57%، أي أن ما يربط المنظمات بالطلبة هو تقديم آراء ومحاولة ترسيخها في الأذهان لتطبق في الجامعة، لتأتي بعدها نسبة الإجابة "تقديم منشورات" والتي تقدر بـ 10.18%، وهي مرتبطة مع البديل الذي سبقه أي أن لترسيخ الآراء لا بد من نشرها على نطاق واسع وهذا عن طريق المنشورات التي تلعب دورا في صنع الصورة الذهنية، وهي ضمن العوامل المؤثرة في تشكيلها و المتمثلة في العوامل التنظيمية، وأخيرا نسبة الإجابة "مشاركتهم في الأنشطة" والتي تقدر بـ 8.38%، وهذا ما لاحظنا مؤخرا في جامعة البويرة، حيث قامت المنظمات بإحياء يوم الطالب المصادف لـ 19 ماي واستقطاب المجتمع الجامعي باقامت حفل بهيج يضم قامات سواء من المجتمع المحلي أو من المجتمع الجامعي.

جدول رقم (16) يبين إمكانية المنظمات الطلابية على تجسيد واقع جامعة البويرة بشفافية.

النسبة %	التكرار	البدائل
08.67	13	نعم
38.67	58	لا
52.66	78	احيانا
100	150	المجموع

يتضح أن معظم المبحوثين يقرون أن إمكانية المنظمات الطلابية على تجسيد واقع جامعة البويرة، حيث نجد أن أكبر نسبة الإجابة "حيانا" قدرت بـ 52.66%، لتدل أن معظم يعتمد أو يلتزم الحيادية في تحديد المكانة الحقيقية للمنظمات في الجامعة بينما الإجابة "لا" احتلت المرتبة الثانية بنسبة 38.57%، أي أن المنظمات لا تملك صلاحيات أو مكانة في الجامعة فهي تعمل على تجسيد واقعها، وأخيرا نسبة الإجابة "نعم" والتي تقدر بـ 8.67%، وهي نسبة ضئيلة نوعا ما مقارنة بالبقية، نستنتج أن أقلية فقط من الطلبة التي تهتم بالمنظمات.

جدول رقم (17) يبين قدرة المنظمات الطلابية على خلق اضطرابات وتشويشات في ذهن الطالب حول جامعة البويرة.

النسبة %	التكرار	البدائل
51.33	77	نعم
48.67	73	لا
100	150	المجموع

من خلال قدرة المنظمات الطلابية على خلق اضطرابات وتشويشات في ذهن الطالب حول جامعة البويرة، يتبين أن أغلبية المبحوثين يرون أن المنظمات قادرة على خلق اضطرابات وتشويشات في ذهن الطالب حول الجامعة بنسبة تقدر بـ 51.33%، أي أن المنظمات لها دور في صنع الصورة الذهنية لدى الطالب، أما نسبة الإجابة الثانية و المقدره بـ 48.67% التي ترى بان المنظمات غير قادرة على خلق اضطرابات وتشويشات في ذهن الطالب حول الجامعة، غير أن الفرق بين النسبتين يعطي فارق إحصائي ضئيل لا يمكن الاعتماد عليه كدلالة إحصائية.

جدول رقم (18) يبين إمكانية المنظمات الطلابية على خلق اضطرابات وتشويشات في ذهن الطالب حول جامعة البويرة.

النسبة %	التكرار	البدائل
06.66	10	بدرجة كبيرة
42.67	64	بدرجة مقبولة
50.67	76	بدرجة غير كافية
100	150	المجموع

إن إمكانية المنظمات الطلابية على خلق اضطرابات وتشويشات في ذهن الطالب حول جامعة البويرة، توزعت حسب البدائل المعتمدة ، على أن اكبر نسبة نجدها لدى الإجابة "بدرجة غير كافية" والمقدرة بـ 50.67%، حيث تدل على أن لبناء وتشكيل الصورة الذهنية لا بد من مراعاة العناصر الوظيفية للإدراك وهي مستمدة من شخصية الطالب وتجاربه السابقة التي بناء عنها يكون انطباعه، ثم تليها نسبة الإجابة "بدرجة مقبولة" المقدره بـ 42.67%، إذ نجد أن هذه الفئة تؤمن بالوسطية أو الحيادية في اتخاذ قراراتها وصورتها الذهنية غير

واضحة تماما لان حسب ماكهوبل فإن مبدأ الصورة هو من تعطي القيادة الفعالة بناء الانطباع اللازم و صورة الطلبة في هاته الحالة متذبذبة، أما اصغر نسبة فنجدها لدى الإجابة "بدرجة كبيرة" والمقدرة بـ 6.66%، وهي نسبة ضئيلة جدا لتوضح بأنه لا يمكن أن يكون أفراد المؤسسة الجامعية متساوون في إدراكهم للصورة ومن المنطقي أن تحمل عدة تناقضات.

جدول رقم (19) يبين رؤية الطالب للمنظمات الطلابية في امتلاكها صلاحيات في جامعة البويرة.

النسبة %	التكرار	البدائل
43.13	69	تدافع عن حقوق الطلبة
13.13	21	تمتلك الصفة
06.62	09	تتحمل كل قضايا الطلبة
38.12	61	لها دور في صناعة القرار في الجامعة
100	160	المجموع

يتبين أن رؤية الطالب للمنظمات الطلابية في امتلاكها صلاحيات في جامعة البويرة نابع من الإجابات المذكورة في الجدول أعلاه، حيث نجد أن اكبر نسبة للإجابة "تدافع عن حقوق الطلبة" و المقدرة بـ 43.13%، بمعنى أنها الجهة المخولة لحل مشاكل الطلبة و الدفاع عنهم، ثم تليها نسبة الإجابة " لها دور في صناعة القرار في الجامعة" والتي تقدر بـ 38.12%، وها يعني بان لها دور في صناعة القرار في الجامعة ممن خلال أخذها الصفة الرسمية في القانون الداخلي للجامعة، وتملك نوعا ما صلاحية في تصور الاجتماعات و الأجداد بآرائهم، ثم تليها نسبة الإجابة "تمتلك الحقيقة" والتي تقدر بـ 13.13%، وهذا شيء طبيعي باعتبار أن المنظمات الطلابية من كوادر الجامعة وتملك صفة الشرعية فإنها تكون جزء من الحقائق، أما آخر نسبة للإجابة " تتحمل كل قضايا الطلبة" و المقدرة بـ 6.22%، بمعنى انه أصبح الطلبة بدون أن المنظمات ماهي إلى منظمة تسيير مصالحها.

جدول رقم (20) يبين بما تتميز علاقة الطلبة بالمنظمات الطلابية

النسبة %	التكرار	البدائل
10.67	16	بالوضوح التام
57.33	86	بالوضوح النسبي
32.00	48	بالغموض التام
100	150	المجموع

يتضح من خلال البيانات بان ما تتميز علاقة الطلبة بالمنظمات الطلابية حيث نجد اكبر نسبة للإجابة "الوضوح النسبي" والتي تقدر بـ 57.33%، أي تبقى الحيادية سيدة الموقف في تشكيل الانطباع عن المنظمات من طرف الطلبة، ثم تليها نسبة الإجابة "بالغموض التام" والتي تقدر بـ 32%، ترى هذه الفئة أن الغموض يمكن في ما هو دور هاته المنظمات داخل الجامعة باعتبار أن الجامعة هي منبرا للمعرفة و البحث العلمي، في كل المستويات وموظفين، ثم تأتي نسبة الإجابة "بالوضوح التام" قدرت بـ 10.67%، وهي نسبة ضئيلة حيث تعتبر هاته العلاقة أنها شرعية وقانونية في الجامعة.

المبحث الخامس: مدى تأثير جودة الخدمات الجامعية في صناعة الصورة الذهنية لطلبة جامعة البويرة.

جدول رقم (21) يبين اثر جودة الخدمات الجامعية في ترك الانطباعات لدى الطالب عن الجامعة.

النسبة %	التكرار	البدائل
23.90	38	تقريب الطالب من الجامعة
24.53	39	تحقيق مهمة الجامعة
10.69	17	تمكين الطالب من مختلف المعارف
40.88	65	إحساس الطالب بالانتماء للمؤسسة الجامعية
100	159	المجموع

يتبين أن اثر جودة الخدمات الجامعية في ترك الانطباعات لدى الطالب عن الجامعة، توزعت كأعلى نسبة في الإجابة "إحساس الطالب بالانتماء للمؤسسة الجامعية" والمقدرة بـ 40.88%، ومنه نستنتج أن الجودة تترك الأثر يستجيب للواقع المختزن في ذهن الطالب عن الجامعة، وبذلك تظهر أهمية الصورة في توجيه السلوك حسب "ايمانويل كانت" فينعكس اثر جودة الخدمات في إظهار سلوك الانتماء الذي يخلق الولاء الذي تصبوا إليه أي مؤسسة لتقيس مدى نجاحها، ثم تليها نسبة الإجابة "تحقيق مهمة الجامعة"

والمقدرة بـ 24.53%، وهنا نلاحظ أن هنالك علاقة ترابطية إذا حصلت الجامعة عن الانتماء فستكون حتما حققت أهم مهماتها، ثم تأتي نسبة الإجابة "تقريب الطالب من الجامعة" والمقدرة بـ 23.90%، فنجد هنا أن العملية متسلسلة حيث أن اثر جودة الخدمات يسعى لتقريب الطالب من الجامعة ويشعر بالانتماء وبالتالي تنجح الجامعة في وضع صورة ذهنية ايجابية، وأخيرا نجد اصغر نسبة للإجابة "تمكين الطالب من مختلف المعارف" والمقدرة بـ 10.69%، وفي الواقع هذا هو الدور المنوط للجامعة حسب الدكتور بروس قدوس كوت بان الجامعة هيئت نفسها للبحث عن المعرفة.

جدول رقم (22) يبين جودة الخدمات الجامعية التي تقدمها الجامعة للطالب.

النسبة %	التكرار	البدائل
50.67	76	التكوين الجيد
08.67	13	استخدام التكنولوجيا الحديثة
40.66	61	تدني مستوى التكوين
100	150	المجموع

تشير معطيات أن المبحوثين يقرون أن جودة الخدمات الجامعية التي تقدمها الجامعة للطالب، نجد أن اكبر نسبة للإجابة " التكوين الجيد" والقدرة بـ 50.67% أي أن الجودة تؤدي بالصورة إلى الإنتاج الجيد، ثم تليها نسبة الإجابة "تدني مستوى التكوين" مقدرة بـ 40.66% أي أن هاته الفئة ترى بان هنالك ضعف في التكوين نظرا لنوعية الخدمات المقدمة، وأخير تأتي نسبة الإجابة "استخدام التكنولوجيا الحديثة" التي قدرت بـ 8.67% وهي ضرورية لمواكبة العصر و السير مع متطلبات العلم خاصة في الجامعة مع أن جامعة البويرة تشهد نقلة نوعية في محاولة العصرية.

جدول رقم (23) يبين ما تتميز بهالخدمات الجامعية.

النسبة %	التكرار	البدائل
22.62	50	عدم التجاوب مع مطالب الطلبة
35.75	79	نقص الأجهزة و التقنيات الحديثة
16.74	37	نقص كفاءة و خبرة العاملين بها
24.89	55	عدم استقرار الأطقم الإدارية
100	221	المجموع

يتضح من خلال بيانات أن ما تتميز به الخدمات الجامعية في جامعة البويرة، من خلال إجابات المبحوثين على أن أهم ما يميز الجامعة هي " نقص الأجهزة و التقنيات الحديثة" بنسبة 35.75%، وحسب رأي المبحوثين بان الجامعة تفنقر للتكنولوجيات الحديثة تماما، ثم تأتي نسبة الإجابة "عدم استقرار الأطقم الإدارية" والمقدرة بـ 24.89%، وهي وضعية عانت منها جامعة البويرة في السنوات الماضية وكانت حصيلتها كثرة الإضرابات لتعدد الفرارات و تعدد المسيرين، ثم تليها نسبة الإجابة "عدم التجاوب مع مطالب الطلبة" والتي تقدر بـ 22.62%، حيث يرى الطلبة أنهم مؤهلين لتكون لهم كلمة في الجامعة ولا بد من الاستجابة لمطالبهم ويعتبرونها حق مشروع، أما آخر نسبة فهي للإجابة "نقص كفاءة و خبرة العاملين بها" والمقدرة بـ 16.74%، إذ ترى هاته الفئة أن إطارات الجامعة لا تملك المؤهلات اللازمة لتسيير مؤسسة بحجم جامعة البويرة.

جدول رقم (24) يبين الآثار التي تتركها نوعية الخدمات الجامعية في ذهنية الطالب.

النسبة %	التكرار	البدائل
46.67	70	آثار سلبية
08.00	12	آثار ايجابية
02.67	04	لم تترك أي اثر
02.00	03	متغيرة حسب الزمن
06.00	09	تماطل الإدارة وسوء تسييرها
34.66	52	بدون إجابة
100	150	المجموع

يبين من خلال الآثار التي تتركها نوعية الخدمات الجامعية في ذهنية الطالب، أن أغلبية المبحوثين يقرون حسب الإجابات أن هناك " آثار سلبية" بنسبة 46.67%، وهذا لعدم تأهيل الخدمات إلى مستوى الجودة وتميزها باللامبالاة، بالإضافة إلى خلق الشعور بالقلق و التعب وبقاء الوضع على حاله دون أيتحسن، ثم تليها نسبة "بدون إجابة" والتي تقدر بـ 34.66%، مما يعني أن معظم المبحوثين محصورين ما بين السلبية و عدم القدرة على التعبير وتكوين صورة ذهنية تعكس قناعاتهم، ثم تليها نسبة الإجابة "أثار اجابية" والتي تقدر بـ 8% وتمثلت في الشعور بالانتماء ومحاولة التقرب من الجامعة و الانسجام مع قوانينها، لتأتي بعها نسبة الإجابة "تماطل الإدارة وسوء تسييرها" بـ 6%، حيث ترى هاته الفئة من خلال صورتهم الذهنية لجامعة البويرة أن هناك تقصير من طرف الإدارة في القيام بدورها، وأخير نجد نسبة الإجابات "لم تترك أي اثر" و "متغيرة حسب الزمن" التي تقدر بـ 2.67% و 2% وهي نسب متقاربة لا تحمل دلالة إحصائية كبيرة، أي أن الطالب لم يكتسب معرفة كلية بالجامعة باعتبار أن الصورة الذهنية معرفية تمر بنفس المراحل التي تمر بها العمليات المعرفية من (إدراك والفهم والتذكر)، في حين أيضا أن من خصائص الصورة الذهنية عدم الثبات و قابلية للتغير.

جدول رقم (25) يبين مستوى تقدير رضا الطلبة عن جودة الخدمات الجامعية

النسبة %	التكرار	البدائل
07.33	11	راض
01.33	02	راض جدا
52.67	79	راض نوعا ما
38.67	58	غير راض إطلاقا
100	150	المجموع

يتبين من خلال مستوى تقدير رضا الطلبة عن جودة الخدمات الجامعية، أن أكبر نسبة للإجابة "راض نوعا ما" والتي تقدر بـ 52.67% بمعنى أن مستوى الرضا عن الخدمات لا يرقى إلى المستوى المطلوب، ثم تليها نسبة الإجابة "غير راض إطلاقا" والمقدرة بـ 38.67% لتعبر عن سخطها عن وضعية الخدمات في الجامعة، لتأتي بعدها نسبة الإجابة "راض" والتي قدرت بـ 7.33% وهي نسبة ضئيلة جدا، أما آخر نسبة للإجابة "راض جدا" بنسبة 1.33% وهي ضعيفة جدا تعطي دلالة إحصائية عن الجامعة أي أنها لا تتمتع بالقبول عند بعض الطلبة.

جدول رقم (26) يبين الانطباعات و التصورات التي تكونت لدى الطلبة عن جودة الخدمات الجامعية لجامعة البويرة.

النسبة %	التكرار	البدائل
32.00	48	انطباع سلبي
12.00	18	انطباع اجابي
21.33	32	نقص الكفاءة
34.67	52	بدون إجابة
100	150	المجموع

إن القراءة المتأنية تبين أن الانطباعات و التصورات التي تكونت لدى الطلبة عن جودة الخدمات الجامعية لجامعة البويرة انحصرت "بدون إجابة" بنسبة تقدر بـ 34.33%، يبين لنا ان التصور يختلف من فرد إلى آخر وله علاقة بالعوامل و الظواهر المؤثرة في الشخصية وهناك من يملك تصورا، ثم تليها نسبة الإجابة "انطباع سلبي" والتي تقدر بـ 32%، وهذا ستريت عنه لما تكون صورة سلبية وهنا على الجامعة أن تسعى الى إتباع استراتيجيات لتغيير صورتها ثم تليها نسبة الإجابة "نقص الكفاءة" والتي تقدر بـ 21.33% أي أن مسؤولوا الجامعة يحتاجون إلى جذب الموارد البشرية ذات الكفاءة العالية و المحافظة عليها، ثم تليها الإجابة "انطباع اجابي" بنسبة 12%، أي أن جودة الخدمات تعتبر احد الآليات المهمة التي تساعد الجامعة في تحسين صورتها الذهنية.

جدول رقم (27) يبين إمكانية انعكاس مستوى الخدمات الجامعية على صورة الجامعة

النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	ايجابيات أخرى	البدائل
85.33	128	10.00	15	جودتها تعكس انطباع جيد	نعم
		18.67	28	تدني جودتها يعطي انطباع سيئ	
		11.33	17	جودتها تجعلها تترأس المراتب العليا	
		45.33	68	بدون إجابة	
14.67	22			بدون إجابة	لا
100	150	85.33	128		المجموعة

من خلال المعطيات يتبن أن إمكانية انعكاس مستوى الخدمات الجامعية كأعلى نسبة نجدها بالإجابة "نعم" والتي قدرت بـ 85.33% حيث وزعت هذه الإجابات في أعلى نسبة لدى الفئة الممتعة عن الإجابة بنسبة 45.33%، تم تليها الإجابة "تدني جودتها يعطي انطباع سيئ" بنسبة 18.61%، أي أن الطالب يصنع عدة تصورات في ذهنه وان صادقت هاته التصورات الواقع المعاش ولم تلق رضا طالب فان سيعاب بالخيبة، ثم تليها نسبة الإجابة "جودتها تجعلها تترأس المراتب العليا" بـ 11.33%، إذ أن المبحوثين يرون بان الخدمات لها دور في تكوين صورة ذهنية عن الجامعة التي تؤثر على التحصيل و المستوى الأكاديمي والذي بدوره يصنع مكانة الجامعة وطنيا و دوليا، ثم تليها نسبة الإجابة "جودتها تعكس انطباع جيد" والتي تقدر بـ 10%، فالجودة العالية للخدمات تساعد على بناء شخصية متكاملة للطالب و بالتالي يستطيع أن يميز الأمور والأحداث و يترجمها إلى انطباع سوي، أما البديل الثاني "لا" فقد قدرت نسبته 14.67% وهي نسبة ضئيلة مقارنة مع البديل الأول "نعم" إضافة إلى ذلك فقط جاءت بدون تبرير.

جدول رقم (28) يبين قدرة جودة الخدمات الجامعية على خلق روابط جسور بينها وبين الطالب.

النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	ايجابيات أخرى	البدائل
76.00	114	13.16	15	تعطي حافز للطالب لاجتهاد	اجابيا
		21.93	25	خلق الرضا يوطد العلاقة	
		64.91	74	بدون إجابة	
24.00	36	30.56	11	لا تبذل مجهود لإرضاء الطالب	سلبيا
		69.44	25	بدون إجابة	
100	150	100	150	المجموعة	

تشير معطيات الجدول الذي يمثل قدرة جودة الخدمات الجامعية على خلق روابط جسور بينها وبين الطالب، تمثلت في البديل الايجابي بنسبة تقدر بـ 76%، حيث توزعت هذه النسبة في عدم الإجابة أي " بدون إجابة" بنسبة تقدر بـ 64.91%، ثم تليها نسبة الإجابة " خلق الرضا يوطد العلاقة" والتي تقدر بـ 21.93%، أي لكتساب الصلة لا بد من تحقيق الرضا الذي يعمل على خلق انطباع جيد و بالتالي بناء علاقة متينة، ثم تليها

نسبة الإجابة "تعطي حافز للطالب لاجتهاد" بـ 13.16%، العناية و الاهتمام بمتطلبات الطالب ومحاولة إدماجه وتحفيزه وجعله فاعلا في الجامعة يعمل على ترسيخه في الحقل التكويني.

أما البديل الثاني "سلبيا" فقد قدرت نسبته 24% حيث توزعت النسبة بدون إجابة بنسبة 69.44%، ثم الإجابة "لا تبذل مجهود لإرضاء الطالب" والتي تقدر بـ 30.56%، حيث ترى هذه الفئة أن الخدمات لا تعمل على إرضاء الطالب و بالتالي سوف تكسر جسور التوافق وخلق حواجز مكانها.

المبحث السادس: ما هي نتائج آليات علاقة الطلبة بالأساتذة في جامعة البويرة في تشكيل الصورة الذهنية لها.

جدول رقم (29) يبين ما تسعى إليه العلاقة بين الأستاذ والطالب.

النسبة %	التكرار	البدائل
52.33	90	ثقة متبادلة بين الطرفين
18.02	31	ثقة الطالب في الأستاذ
29.65	51	خبرة وكفاءة الأستاذ ترجح الثقة لصالحه
100	172	المجموع

تشير المعطيات إلى أن ما تسعى إليه العلاقة بين الأستاذ و الطالب هو زرع "الثقة المتبادلة بين الطرفين" كأعلى نسبة بـ 52.33%، أي انه يتردد مفهوم الثقة في الحرم الجامعي ،و على وجه الخصوص بين الطالب و الأستاذ، فيخلق جسر من التواصل بينهما ،ثم نسبة الإجابة خبرة و كفاءة الأستاذ "ترجح الثقة لصالحه" قدرت 29.65% ،أي أن خبرة الأستاذ و كفاءته في الميدان وأكثره معرفة للعلم و المعرفة و البحث و العلاقات المهنية ،تجعل من الأستاذ يتحكم في المناخ العام وينشئ اطر لجذب الثقة نحوه ،ثم تليها نسبة الإجابة "ثقة الطالب في الأستاذ" نسبة 18.02%، حيث أن الأستاذ يلعب دورا في البناء الفكري للطالب ،ليس من الناحية البيداغوجية فحسب و إنما في التبادلات الاجتماعية و الثقافية التي تحدد التنشئة الاجتماعية للطالب .

جدول رقم (30) يبين المعلومات التي تحد من تأثير الأستاذ على الطلبة.

النسبة %	التكرار	البدائل
22.93	47	عدم مراعاة الفرق الفردية
37.67	76	عدم المساواة في التقييم
11.71	24	عدم تحقيق التنوع في أساليب التقييم
28.29	58	طبيعة الاتصال بينهما
100	205	المجموع

بعد القراءة المتأنية للمعطيات تبين أن المبحوثين يقرون أن من المعلومات التي تحد من تأثير الأستاذ على الطلبة "عدم المساواة في التقييم" بنسبة 37.07%، أي أن التقييم يبقى هو الهاجس الذي يرافق الطلبة و يعتبره عائقا في مساره الدراسي إن كان لا يتوافق و تطلعاته ، ثمتايها نسبة الإجابة "طبيعة الاتصال بينهما" قدرت بـ 28.29%، أي أن الثقافة الاتصالية تلعب دورا مهما في علاقة الأستاذ بطلابه ، و في السنوات الأخيرة أصبح الطالب أكثر قربا ووصولا للأستاذ، وهاته الظاهرة تحمل الايجابيات كما لها من السلبيات ما يكسر العلاقة ، و بعدها نسبة الإجابة "عدم مراعاة الفروق الفردية" بنسبة 22.93% أي أن الأستاذ يتعامل مع الجميع بنفس المستوى و المنطق ، وهذا راجع إلى أن الصورة الذهنية المكونة عن الطلبة عند الأستاذ تتضمن أنهم تلقوا نفس المناهج و العلوم ، فبالتالي يتم التعميم و هذا ينطبق أن من خصائص الصورة الذهنية التعميم و عدم مراعاة الفروق الفردية ، ثم تليها الإجابة "عدم التنوع في أساليب التقييم" بنسبة 11.71% بمعنى أن الطالب سوف يتعود على الأستاذ إذا كان ينتهج نفس المنهج و لا يغير من طريقته ، مما يجعل تأثيره باهت نوعا ما فيساعد على تغيير صورته عند الطالب ، لان الصورة الذهنية متغيرة و غير ثابتة خاصة إذا كان بناءها باهت أو تأثر لهزة عنيفة .

جدول رقم (31) يبين نتائج علاقة الأستاذ بالطلبة.

النسبة %	التكرار	البدائل
54.73	104	قدرة التعامل مع الطلبة واحتوائهم
18.95	36	فهم انشغالاتهم فهما موضوعيا
08.95	17	تقديم كيفية تجاوز مشاكل الجامعة
12.63	24	تمرير افكار جيدة عن الجامعة
04.74	09	تمرير نقائص الجامعة
100	190	المجموع

من خلال البيانات يتضح لنا أن نتائج علاقة الأستاذ بالطالب توزعت على "قدرة التعامل مع الطلبة و احتوائهم" بنسبة 54.73% وهي نسبة معتبرة تدل على مؤشر جيد في الجامعة حيث انه يثبت ان لغة الثقافة الاتصالية هي السائدة، و هي من ضروريات أي مؤسسة ناجحة بغض النظر عن نوع الاتصال إن كان رسمي أو غير رسمي، ثم تليها "فهم انشغالاتهم فهما موضوعيا" بنسبة 18.95% وهذا يدل على أن العملية الاتصالية بين الأستاذ و الطالب تتسم بالاتصال الفعال، و هي اللبنة الأولى في بناء طلاب أكثر تنظيما و اجتهادا، ثم "تمريرا فكار جيدة عن الجامعة" قدرت بـ 8.95% أي أن القنوات الاتصالية التي فتحها الطالب مع الأستاذ ستسمح له بتحقيق اكبر قدر ممكن من الفعالية و بالتالي ترسيخ ثقافة اتصالية جيدة عن الجامعة ليشكل الطالب صورة ذهنية توجهه إلى الشعور بالانتماء، ثم "تقديم كيفية تجاوز مشاكل الجامعة" بنسبة 8.95% وهي جزء من البديل السابق حيث أن النمط الاتصالي المتبع سيعمل على إيجاد الحلول المشتركة، ثم "تمرير مشاكل الجامعة" بنسبة 4.74% وهي فئة قليلة من خلال الشكاوي و التضرر المستمر .

جدول رقم (32) يبين نتائج تأثير الأساتذة على تصورات الطلبة.

النسبة %	التكرار	البدائل
37.30	69	تحقيق سمعة جيدة للجامعة
32.97	61	التعريف بالجامعة ورسالتها الأكاديمية
12.43	23	التواصل مع الجمهور الخارجي لتحسين صورة الجامعة
17.30	32	التوجيه نحو اتجاهات معينة
100	185	المجموع

تشير البيانات الإحصائية إلى أن نتائج تأثير الأساتذة على تصورات الطلبة توزعت في "تحقيق سمعة جيدة للجامعة" بنسبة 37.30% أي أن التأثير كان ايجابي عمل صنع صورة ذهنية حسنة في ذهن الطالب ، مما أدى إلى تلميع السمعة عن طريق العلاقات القوية بين الأستاذ و طلابه ،التي لا تنتج النجاح الأكاديمي فحسب بل تكون أكثر انفتاحا ،ثم تليها الإجابة "التعريف بالجامعة و رسالتها الأكاديمية" بنسبة 32.97%،بمعنى أن الطالب هو الوجه الحقيقي الذي تطل به الجامعة على المجتمع الخارجي ،فإذا كان التأثير ايجابي فان سمعة و هوية و صورة الجامعة سوف تكون مميزة و العكس صحيح ثم يليها "التوجه نحو اتجاهات معينة" بنسبة 17.30% حيث أن نتائج تأثير الأساتذة على تصورات الطلبة يكون وفق اعتقادات و مكتسبات أخرى ،ثم تليها الإجابة "التواصل مع الجمهور الخارجي لتحسين صورة الجامعة" بنسبة 12.43% أي أن من نتائج الأثر إن لم تكن أهمها هو صناعة صورة ذهنية مبنية على الدقة و الوضوح و الأسس السليمة لتطل على الجمهور الخارجي بأحسن صورة و تكون قابلة للصدمات قادرة على حمل رسالة الجامعة و هي بناء قادة المستقبل.

جدول رقم (33) يبين هل تصنع المقومات الأكاديمية التدريسية للأستاذ الفارق في استقطاب الطلبة .

النسبة %	التكرار	البدائل
86.00	129	نعم
14.00	21	لا
100	150	المجموع

يتضح من خلال البيانات أن سؤال المبحوثين حول إذا ما كانت المقومات الأكاديمية التدريسية للأستاذ تصنع الفارق في استقطاب الطلبة تمخضت حول "نعم ولا بدون إجابات"، كأعلى نسبة بـ

"نعم" 86% أي أن الأستاذ باعتباره محور العملية التعليمي، و له دور في النمو الشامل للجانب المعرفي سوف يعمل على اجتذاب الطلبة نحوه فنترسخ في أذهانهم مهاراته و فعالياته، ثم "لا" بنسبة 14% تعتبر أن الأستاذ مجرد مطور تعليمي لا يحتاج إلى أي تقنيات أكاديمية، و بالتالي لا يصنع الحدث مع الطلبة و لا يتم اجتذابهم.

جدول رقم (34) يبين مقترحات الطلبة من اجل بناء صورة ذهنية حسنة عن جامعة البويرة.

النسبة %	التكرار	البدائل
06.75	16	تعزير الأمن
04.22	10	تزويدهم بالأنشطة و التظاهرات
13.08	31	تزويدهم بالتكنولوجيا الحديثة
07.60	18	الاهتمام بالجانب التثقيفي
24.47	58	تحسين كفاءة الأساتذة و تسيير الإدارة
16.45	39	تحسن نوعية الخدمات
08.86	21	تشجيع البحث العلمي
18.57	44	بدون اقتراح
100	237	المجموع

بعد القراءة المتأنية لاقتراحات المبحوثين في السؤال المقترح حول كيفية بناء صورة ذهنية حسنة عن جامعة البويرة وجدناهم حصرها في "تحسين كفاءة الأساتذة و حسن التسيير في الإدارة" بنسبة 24.47% أي أنهما هما العاملان الأساسيان و الاقوم و الأفضل و الأصلح للنهضة و التقدم و القوام الحضاري و المثالي و الريادي لجامعة البويرة و عليه سوف ترسم الصورة المنشودة، و بعدها بدون اقتراح بـ 18.57%. لتبين أن التغيير المنتظر

أو المنشود في ذهنية الطالب للاتجاه نحو الايجابية لا يزال يحتاج الى توفير بعض الأذهان للتخلي عن الحيادية أو السلبية، ثم بعدها "تحسين نوعية الخدمات" بـ 16.45%، أي أن الطالب اليوم يحتاج إلى النوعية و الجودة في الخدمات المقدمة له، لتساعده على الأداء الجيد الذي يعكس تصورا و انطبعا فعلا عن الجامعة، ثم "تزويدهم بالتكنولوجيا الحديثة" بنسبة 13.08% وهو حق مشروع خاصة في ظل العولمة، و لبناء صرة حسنة عن الجامعة لا بد من مواكبة العصر و جامع البويرة تسعى مؤخرا إلى إنشاء على مستوى كل كلية قاعة للتعليم عن بعد و الانطلاق نحو الأفاق السمعية البصرية لإيصال صورتها، و بالتالي تكوين صورة ذهنية للجمهور الداخلي و الخارجي، ثم "تشجيع البحث العلمي" بنسبة 8.86% حيث يقاس تطور أي امة ببحثها العلمي و مخابر الجامعات هي المنبع الأساسي، و إذا تم مشاركة الأساتذة و الطلبة في المخابر النائمة فحتما ستنهض و تزدهر الجامعة، ثم "الاهتمام بالجانب التطبيقي" بنسبة 7.60% و هو أمر يؤرق الجامعات ككل منذ زمن، فلابد من النظر إليه لتحسين المستوى العلمي و التكويني للطالب، ثم "تعزيز الأمن" بنسبة 6.75% وهي مشكلة كانت تعاني منها جامعة البويرة في ظل غياب الحراسة اللازمة، إلا انه مؤخرا تم الاعتماد على شركة خاصة في الحراسة لتعمل على تعزيز الأمن، و ادني نسبة هي "تزويدهم بالأنشطة و التظاهرات" قدرت بـ 4.22%، وهي تعمل على خلق دينامية في الجامعة و تعرفها للجمهور الخارجي أكثر، وجامعة البويرة تشهد في الآونة الأخيرة أنشطة في مختلف التخصصات التي تسمح للأستاذ و الطالب بتقديم ابدعاتهم .

النتائج العامة

المبحث السابع: النتائج العامة و مناقشتها وفق تساؤلات الدراسة

1-النتائج العامة

من خلال المعطيات الكمية التي تحصلنا عليها من الدراسة الميدانية تبين لنا ما يلي :

-اغلب أفراد العينة من جنس أنثى .

-اغلب أفراد العينة من ذوي 22-26سنة .

- اغلب أفراد العينة من تخصصات علوم الإعلام و الاتصال ،علم النفس ،علم الاجتماع .

- أحيانا تقوم وسائل التواصل الاجتماعي الفاسبوك بنقل الواقع الفعلي للجامعة بموضوعية

-يمكن اعتبار مواقع التواصل الاجتماعي الفاسبوك وسيلة في صنع صورة الجامعة لدى الطلبة حين تطرح مواضيع تهم الطالب .

- يحاول الطلبة التأكد مما تنشره وسائل التواصل الاجتماعي الفاسبوك .

- يظهر اثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الفاسبوك على الصورة الذهنية المشكلة لدى الطالب عن جامعة البويرة نسبيا ،حسب ماهية العوامل .

- لا يوجد اتصال أو علاقة بين الطلبة و المنظمات الطلابية إلا من خلال الوساطة لتلبية متطلبات معينة .

-أحيانا تتمكن المنظمات الطلابية من تجسيد واقع الجامعة بشفافية .

- بدرجة غير كافية تقدر المنظمات الطلابية على خلق اضطرابات و تشويشات في ذهن الطالب.

تتميز علاقة الطلاب بالمنظمات الطلابية بالوضوح النسبي .

- يتمثل رؤية الطلاب للمنظمات الطلابية في امتلاكها لصلاحيات في الجامعة .

- طبيعة الخدمات الجامعية المتوفرة في الجامعة المسؤولة عن تشكيل نوعية الانطباعات المشكلة عند الطلبة

- يقدر مستوى رضا الطلبة عن جودة الخدمات بالرضا النوعي .

- تستطيع جودة الخدمات ان تخلق روابط جسور بينها و بين الطالب الذي سينعكس على صورة ذهنية .
- طبيعة الاتصال بين الأستاذ و الطالب تعمل غلى خلق الثقة .
- قدرة تعامل الأستاذ مع الطلبة و احتوائهم تعمل على تحقيق سمعة جيدة للجامعة .
- تصنع المقومات الأكاديمية التدريسية للأستاذ الفارق في استقطاب الطلبة .
- لبناء صورة ذهنية حسنة عن جامعة البويرة لا بد من تحسين كفاءة الأستاذ ،و تسيير الإدارة ،وتحسين نوعية الخدمات ،و تزويدها بالتكنولوجيا الحديثة .

2- مناقشة نتائج الدراسة وفق التساؤلات :

أ- مناقشة التساؤل الأول :

ما هو دور مواقع التواصل الاجتماعي الفاسبوك في تكوين الصورة الذهنية لجامعة البويرة لدى الطلبة .

أن دور وسائل التواصل الاجتماعي أصبح ضرورة ملحة في عصرنا المعلوماتي ،يلجا إليها الطلبة باعتبارها مصدر معلوماتي مجاني و هام ، للبحث و نشر ونقل المعلومة ، و بناء علاقات افتراضية .فاستطاعت هاته المواقع أن تنشّط العملية المعرفية بين الطلبة و الأساتذة و الإدارة ،و تشكل مصدرا للخدمات الإعلامية الاتصالية المتعددة للطالب .

و عليه استطاعت أن تنجح في تحقيق تموقع في أذهان الطلبة من خلال ما تقدمه من معلومات و طرح انشغالات ، و زيادة الوعي ،و بالتالي عملت على تكوين صورة ذهنية نسبية للطلبة عن الجامعة من جهة .

و من جهة أخرى أصبحت هاته الوسائل الاتصالية الحديثة تنتج مجتمعا افتراضيا يعوض الهوية الحقيقية و يستنتج هويات متعددة ، تجعل منها بعيدة عن الموضوعية في أحداث الجامعة . لاتزال هاته المواقع تحتاج إلى زيادة في جهودها الاتصالية في تحسين نوعية إخبارها ،لكسب ثقة الطالب و جذبه أكثر ، من خلال

الموضوعية و المصادقية في الطرح، لتساعدها على ترسيخ صورة ذهنية للطالب عن الجامعة سواء على المدى القصير او البعيد ،و بعيدا عن الافتراضية .

ب- مناقشة نتائج التساؤل الثاني :

ما مدى مشاركة المنظمات الطلابية في تكوين الصورة الذهنية لجامعة البويرة لدى الطلبة.

هنالك تباين في الصورة الذهنية التي كونتها المنظمات الطلابية للطلاب عن الجامعة ،فهناك من تؤثر فيه و تشكل له الصورة الذهنية. من خلال اعتبارها مقصدا و حاملة لانشغالاتهم و ملبية إياها على محمل الجد، ويعتبرها الطلبة أيضا اليد الممتدة لهم في إيجاد الحلول لمشاكلهم و اتصالاتهم بالإدارة ،و الدفاع عن حقوقهم المادية و المعنوية .فضمن هذا المنطلق استطاعت أن تخلق تصورات في ذهن الطالب بتكوين صورة ذهنية مفادها الدور الذي تلعبه كوسيط و همزة وصل بين الطالب و الجامعة ،و إنها تملك القرار .

و هنالك من لا تؤثر فيه المنظمات الطلابية حيث يراها مجرد سجلا مربحا و هذا هو دورها الأساسي الذي وجدت من اجله ،فهي تعمل على تغليب مصالحها الخاصة ،و لا تظهر إلا في المواعيد و المناسبات ،و نظرا لهشاشة بناءها التنظيمي و عدم اقتناع بعض الطلبة بمهامها فإنها غير قادرة على تكوين انطباع و بالتالي لن تستطيع أن تشارك في تكوين صورة ذهنية عند الطلبة عن الجامعة .

ج - مناقشة التساؤل الثالث:

ما مدى تأثير جودة خدمات جامعة البويرة في صناعة الصورة الذهنية عنها لدى طلابها .

تلعب طبيعة الخدمات الطلابية أهمية كبيرة في إبراز آراء و اتجاهات و تصورات و ردود أفعال الطلبة اتجاه الجامعة ،كما لها دور في تحديد نوعية الصورة الذهنية المشكلة ،فجودة الخدمات المقدمة للطلاب تعكس مدى احترام الجامعة للطالب ،و تحقيق الرضا المنشود .

فالخدمات التي تتصف بالكفاءة و تلبى متطلبات الطالب و تحمل جملة من المعايير و الخصائص التي ينبغي أن تتوفر في عناصر الخدمة ، ستعكس انطباع جيد يعمل على تحقيق التأثير في صناعة الصورة الذهنية الجيدة عند الطلبة عن جامعة البويرة .

في حين أن رداءة الخدمات التي تتسم بعدم النظام المتكامل و العمل الغير صحيح و التقليدي غير المنتظم ، سيعمل على تكوين و بناء اتجاه سلبي و تصور و انطباع مشوه ينتج عنه صنع صورة ذهنية باهتة او سلبية عند الطالب اتجاه الجامعة .

د- مناقشة نتائج التساؤل الرابع :

ما هي نتائج آليات علاقة الطلبة بالأساتذة في جامعة البويرة في تشكيل الصورة الذهنية لها.

الأستاذ الجامعي هو بمثابة ركيزة من الركائز التي تقوم عليها المنظومة الجامعية ، وان أحسن استعمال مهامه المتمثلة في تطوير أساليبه و طرق نقل المعلومة للطالب الجامعي بالشكل الذي يتناسب مع درجة استيعاب الطالب و احتواءه نفسيا ، فسترتب عن هاته العلاقة نتائج ايجابية تتمثل في رسم معالم في ذهن الطالب تترجم العلاقة التعليمية و الاتصالات الإدارية و التبادلات الاجتماعية و الثقافية التي تتيح مناخا رطبا في إنشاء صورة ذهنية عن الجامعة بطريقة واضحة و منتظمة مبنية على أسس سليمة .

الخاتمة

الخاتمة

نظرا لتأثير الصورة الذهنية على المؤسسات العامة والخاصة ، كان هدفنا الرئيسي هو معرفة الصورة الذهنية المكونة عن جامعة البويرة باعتبار أن الجامعة كيان قائم بذاته ،تعمل جاهدة على تحقيق التطلعات و الوصول إلى أرقى الأهداف ،و بطبيعة الحال سوف تصطدم في مهامها بعدة عوائق ، و في كلا الحالتين سوف تترسخ هاته الأحداث في ذهن الطالب ، لذا كان هدفنا من خلال هاته الدراسة التحليل وفق مقاييس جمع البيانات و التفسير النظري ، لرفع اللبس عن العوامل المتحكمة في بناء و تشكيل الصورة الذهنية وكذا طبيعة المؤثرات ،فوجدنا أن الجامعة بأمس الحاجة لتكوين صورة ذهنية حسنة عند طلبتها ليكونوا سفراءها مع الجمهور الخارجي ،فهي تحتاج إلى مجموعة من العوامل و الأشكال و الأبعاد للوقوف ضد الحواجز أمام تشكيلها وفق الشكل المطلوب ،فعملنا على توضيح أهم المصادر المتحكمة في ديمومية تشكيل الصورة الذهنية الحسنة التي تأرجحت في غالب الأحيان بالنسبية ،لنتبقى الدراسة مفتوحة لمنع الوقوع في الأحكام النهائية ، لان الصورة الذهنية بطبيعتها متغيرة و غير مقاومة تتحكم فيها الأحداث و الوقائع ، و ترك المجال لدراسات أخرى تتطرق لجوانب مغايرة ، لإثراء المكتبة خاصة أن الصورة الذهنية أصبحت من الدراسات العصرية الهامة في مجال العلاقات العامة .

وعليه من خلال ما توصلنا إليه من نتائج من الدراسة الميدانية نقترح بعض الاقتراحات و التوصيات :

- ضرورة إنشاء خلية مكلفة بالإعلام على مستوى الجامعة لإنشاء و مراقبة مواقع تعمل على دعم قيم الجامعة لإنشاء مواقع تعمل على دعم قيم الجامعة و زيادة الوعي فيها ،و تحسين الاعتقادات و الأحكام اتجاه الجامعة ،لترسخ محتويات الصفحة صورة ذهنية حسنة عن الجامعة .

- ضرورة اهتمام المنظمات الطلابية بما يخدم الجامعة و أهدافها وسيرها في المسار الصحيح لتحقيق الأثر الايجابي في الأداء البيداغوجي و التحصيل العلمي للطلاب .

- ضرورة اهتمام الجامعة بتسخير كل الإمكانيات البشرية و المادية لتقديم خدمات ذات جودة عالية لتساعد على بناء شخصية متكاملة للطالب ،و تحصيل أكاديمي ذو مستوى ،لتجسد تصوراته واقعا غير مخيب يعكس تكوين صورة ذهنية جيدة اتجاه الجامعة .

- ضرورة اعتماد الجامعة على الأستاذ الكفاء الذي يقود الطلبة بقدراته و مهاراته العلمية و سماته و مقوماته الشخصية إلى معترك الثورة العلمية فيحقق انفجارا ذهنيا سليما للطالب يتناسب و متغيرات الجامعة .

- ضرورة اعتماد الجامعة إستراتيجية اتصالية تعمل على صناعة صورة ذهنية حسنة للطلبة عن الجامعة .

قائمة المراجع

قائمة المراجع

الكتبي

- (1) احمد بن مرسلي:مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال ،ديوان المطبوعات الجامعية ،الجزائر ،ط1،2000.
- (2) أمحمد بن مرسلي ،مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال ،ديوان المطبوعات الجامعية ،الجزائر،ط4،2003.
- (3) أيمن منصور ندا، الصورة الذهنية و الإعلامية -عوامل التشكيل واستراتيجيات التغيير،دار الكتب المصرية ،القاهرة،ط1، 2004.
- (4) بوشعالة عجيلة نبيلة،التقنيات الرقمية للبحث وتطبيقاتها في السياق الجزائري،مجلة الاتصال و الصحافة، المؤسسة الوطنية للفنون المطبعية ،العدد06،الجزائر ،2017.
- (5) باقر موسى:الصورة الذهنية في العلاقات العامة ،دارا سامة للنشر و التوزيع ،الأردن،ط1،2014.
- (6) باديس محابي ،فريدة مرابط :الصورة الرمزية في الأفلام الكرتونية و تأثيرها على الأطفال،دار الإعصار العلمي للنشر و التوزيع ،عمان،ط2019،1،ص5.
- (7) جيرالد هوتز ، سلطة الصورة الذهنية -كيف تغير الرؤى العقل و الإنسان و العالم ،ترجمة علا عادل،عين للدراسات و البحوث الإنسانية والاجتماعية،مصر ،ط1،2014.
- (8) حامد مجيد الشطري، الإعلان التلفزيوني ودوره في تكوين الصورة الذهنية ، دار أسامة للنشر و التوزيع، الاردن ،ط1،2013.
- (9) خالد درار،عبد الملك الدناني ، العلاقات العامة -الأسس النظرية و الممارسة المهنية ،دار أسامة للنشر و التوزيع ،الأردن،ط1،2020.
- (10) خليل عبد الرحمان معايطه ،علم النفس الاجتماعي،دار الفكر والنشر والتوزيع ،الأردن ،ط2001،5.
- (11) رجاء وحيد دويدري: البحث العلمي اساسياته النظرية وممارسته العلمية ،دار الفكر المعاصر ،لبنان،ط1،2000.

- (12) سفران بن صقر المقاطي، وآخرون، العوامل المؤثرة في تشكيل صورة كلية العلوم الاجتماعية، السعودية 1426هـ.
- (13) سعد سلمان المشهداني: مناهج البحث العلمي، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، ط1، 2017.
- (14) شذوان على شيبه، العلاقات العامة بين النظرية و التطبيق، دار المعرفة الجامعية للطبع و النشر و التوزيع، الاسكندرية، 2016.
- (15) عبد الرحمان بن عبد الله عبد القادر، صورة الذهنية وعلاقتها بالاتصال الثقافي، دار الكتاب الحديث، مملكة السعودية، ط1، 2012.
- (16) عبد الله احمد عقيلان، إدارة العلاقات العامة، دار المعتز للنشر و التوزيع، الأردن، ط1، 2015.
- (17) عبد المنعم حجازي، أهداف التعليم الجامعي منظور دولي مقارنة، منشورات المؤتمر الدولي الخامس "إدارة وتنمية رأس المال الفكري في المنظمات بين الواقع و المأمول" مصر، 2013.
- (18) عبيدات محمد، ابونصار: منهجية البحث العلمي، دار وائل للطباعة و النشر، عمان، ط1999، 2.
- (19) عذراء عيواج، العلاقات العامة في المؤسسة الجامعية بين النظرية والتطبيق، منشورات الفا للوثائق، الجزائر، ط1، 2018.
- (20) عذراء عيواج: العلاقات العامة واستراتيجيات الاتصال، دار مجد للنشر و التوزيع، الأردن، ط1، 2017.
- (21) عظيمي احمد: منهجية كتابة المذكرات وأطروحات الدكتوراه في علوم الإعلام و الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2009.
- (22) علي عوجة، العلاقات العامة و الصورة الذهنية، عالم الكتب، القاهرة ط1983، 3.
- (23) علي راشد، الجامعة والتدريس الجامعي، دار الشروق للنشر و التوزيع و الطباعة، بيروت، 2007.

- (24) غرابية فوزي: واخرون: أساليب البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والإنسانية ،دار وائل للنشر و التوزيع ،عمان، ط2002،3.
- (25) كامل نور ،رشيد مراد ،الاتصال الجماهيري و الاعلام ، دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة،الأردن ،2011.
- (26) محمد عبد الحميد:البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ، عالم للكتب النشر و التوزيع، القاهرة،2000.
- (27) محمد عبد الغني بعوض،محسن احمد الخضروي:الأسس العلمية وكتابة رسائل الماجستير و الدكتوراه،مكتبة الانجلو، القاهرة ،1992.
- (28) محمد صقان علي المحمودي:مناهج البحث العلمي ،دار الكتب ،صنعاء ،الجمهورية اليمنية،ط2015،3.
- (29) محمد مرضي الشمري ،المدخل الى دراسة العلاقات العامة و الاعلام ، العربي للنشر و التوزيع ، القاهرة ،ط1،2016.
- (30) موريس انجرس :منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية ،ترجمة بوزيد صحروي ،كمال بوشرف واخرون ،دار القصة للنشر، الجزائر ،2006.
- (31) وحوش عمار: مناهج البحث العلمي وطرق إعدادالبحوث ،ديوان المطبوعات الجامعية ،الجزائر،1995.
- (32) يسرا حسين عبد الخالق،العلاقات العامة و الدبلوماسية الشعبية،أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي،مصر ،ط1،2015.

33) MOURICE Angers :Initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines ,Alger .casbah ,1997,p9

المذكرات و الأطروحات

- (34) بوهلة شهيرة، الصورة الذهنية للإسلام و المسلمين في الصحافة المكتوبة، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2019.
- (35) نجيب كامل، الصورة الذهنية للجماعات المحلية، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، الجزائر، 2019.
- (36) دقي محمد موسى: اتجاهات طلبة الجامعات الفلسطينية نحو التغطية الإعلامية لقناة فلسطين الفضائية للإحداث الداخلية، مذكرة ماجستير في الإعلام جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا. 2009.
- (37) ساعد كريمة: العلاقات العامة في الجامعة الجزائرية، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام و الاتصال، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، 2012.
- (38) فاطمة همال: إدارة الصورة الذهنية للمؤسسات الإعلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعية، أطروحة دكتوراه، جامعة باتنة، الجزائر، 2021.
- (39) كباري فاطمة الزهراء، تقييم نفقات التعليمي العالي في المؤسسة الجامعية، رسالة الماجستير، جامعة بسكرة، الجزائر، 2012.

المجلات والدوريات

- (40) احمد جبار، الصورة الذهنية قراءة أبعاد المفهوم نقاط التقاطع و الاختلاف بين الصورة الذهنية و النمطية و علاقتها بالعلاقات العامة، مجلة الرواق للدراسات الاجتماعية والإنسانية، العدد 1، الجزائر، 2021.
- (41) النعاس صديقي، وآخرون، التسويق الاجتماعي كأداة لترسيخ الصورة الذهنية للمشركات وقت الأزمة، مجلة الاقتصاد الصناعي، العدد 2، 2020.

- (42) راضية يوسف ، امال يوب ، أهمية الجامعة في تكوين الموارد البشرية ودورها في تفعيل التوجه نحو إنشاء وإدارة المشاريع المقاولاتية،مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية،جامعة سكيكدة،العدد15 ،الجزائر .
- (43) سلالي بوبكر ،دور الجامعة في تهيئة الموارد البشرية -الواقع و المستجدات الحاصلة في سوق العمل ،مجلة الاقتصاد و التنمية ،مخبر التنمية المحلية المستدامة العدد1،الجزائر،2013.
- (44) سمير رحمانى ،قراءة تحليلية في الصورة الذهنية للمجتمع الجزائري من خلال الإعلام على ضوء الأحداث الراهنة ،مجلة الجزائرية للامن و التنمية ،العدد2 ، الجزائر،2020.
- (45) سمير احمد معلوف ،الصورة الذهنية -دراسة في تصور المعنى، مجلة جامعة دمشق ،مجلد 26،العدد1و2، دمشق ،2010.
- (46) عبد المالك ولفشار ، وظائف الجامعة المعاصرة تحصيل نظري لابرز المقاربات المفسرة، مجلة معالم للدراسات القانونية و السياسية ، العدد3 ،الجزائر ،2018.
- (47) لونتسي على ،واخرون ،العلاقات العامة ودورها في تطوير الصورة الذهنية باستخدام التسويق بالعلاقات،مجلة التنمية وادارة الموارد البشرية، الجزائر،2021.
- (48) مراد كموش، الصورة الذهنية و وسائل الإعلام بين المفهوم والتكوين،مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية و الاتصالية ،مجلد3،العدد1،الجزائر،2015.
- (49) نورة وهيبة ، مالكي مريم ، جدلية العلاقة بين الطالب و الأستاذ بين أزمة الاتصال وحتمية الاتصال، مجلة بحوث ودراسات في الميديا الجديدة ،جامعة المسيلة ،الجزائر ،2021.
- المواقع الالكترونية
- (50) محمد عبد الله الخازم، وظائف الجامعة ،مجلة الكترونية الجزيرة ،-www.al-jazirah.com،العدد 2009،14899.ص5

الملاحق

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
République Algérienne Démocratique et Populaire

Ministère de l'Enseignement Supérieur
et de la Recherche Scientifique
Université Akli Mohand Oulhadj - Bouira -
Tasdawit Akli Muḥend Ulḥağ - Tubirett -



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة أكلي محمد أولحاج
- البويرة -

Faculté des Sciences Sociales et Humaines

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

الملحق رقم: 1



السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

في إطار انجاز مذكرة لنيل شهادة الماستر تخصص اتصال وعلاقات عامة، بعنوان
"الصورة الذهنية للجامعة لدى الطلبة الجامعيين"، دراسة ميدانية لعينة من طلبة
جامعة البويرة.

نرجوا من سيادتكم الإجابة على هذا الاستبيان بدقة وعناية، ونحيطكم علما بان إجاباتكم
لن تستخدم سوى للبحث العلمي ولن توظف لإغراض أخرى، كما تعتبر مساهمة منكم
لإنجاز هذا العمل وتطوير البحث العلمي.

إشراف
د/ اوثن جميلة

إعداد الطالبة:
قزيل سهام

ملاحظة: ضع علامة (X) في المربع الذي يناسب الإجابة خطأ

السنة الجامعية 2022/2021

1- البيانات الشخصية

- 1- الجنس : ذكر أنثى
- 2- السن: من 22 إلى 26 سنة 27 إلى 30 سنة 31 سنة فما فوق
- 3- القسم :
- علوم الإعلام والاتصال تاريخ
- علم الاجتماع علم النفس
- فلسفة الشريعة

المحور الأول : دور وسائل التواصل الاجتماعي (الفاسبوك) في تكوين الصورة الذهنية لطلبة جامعة البويرة

4- حسب رأيك هل تعبر مواقع التواصل الاجتماعي (الفاسبوك) عن الواقع الفعلي للجامعة.

نعم لا

لماذا؟.....

5- حسب رأيك هل تنقل مواقع التواصل الاجتماعي (الفاسبوك) الحقائق التي تحدث في الجامعة بموضوعية. دائما أحيانا أبدا نادرا

6- هل يمكن اعتبار مواقع التواصل الاجتماعي (الفاسبوك) وسيلة في صنع صورة للجامعة لدى الطلبة؟

نعم في حالة نعم لماذا؟.....

لا في حالة لا لماذا؟.....

7- هل تقوم مواقع التواصل الاجتماعي (الفاسبوك) بطرح المواضيع المهمة لدى الطلبة؟

دائما أحيانا نادرا أبدا

8- في نظرك ما هو دور مواقع التواصل الاجتماعي (الفاسبوك) في جامعة البويرة.

- طرح انشغالات الطلبة

- طرح أفكار جديدة لتطوير الجامعة

-التغطية الكاملة لكل المستجدات في الجامعة

أخرى اذكرها.....

9- كيف تتعامل مع ما تنشره مواقع التواصل الاجتماعي (الفاسبوك) من معلومات حول جامعة البويرة.

تصديق تكذيب تجاهل تحاول التأكد

10- هل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي (الفاسبوك) يؤثر على الصورة الذهنية المشكلة عندك عن جامعة البويرة.

سلبيا ايجابيا

كيف ذلك؟.....

11- هل ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي (الفاسبوك) في تكوين صورة لك عن جامعة البويرة.

كثيرا نسبيا قليلا

12- ما هي العوامل التي تجعل مواقع التواصل الاجتماعي (الفاسبوك) تؤثر في صورة جامعة البويرة.

- طبيعة المواضيع

- الشخص الناشر

- أهمية الموضوع

أخرى انكرها

المحور الثاني : مدى مشاركة التنظيمات الطلابية في تكوين الصورة الذهنية لطلبة جامعة البويرة

13- ماذا تعني لك المنظمات الطلابية.

- الجهة المخولة بتزويد الجامعة بالأنشطة و التظاهرات

- الجهة المتدخلة في ربط الطلبة بالإدارة

- الجهة المكلفة بتزويد الطالب بالمعلومات

- الجهة التي يستمد منها الطالب قوته في الاحتجاجات و الشكاوى

أخرى.....
.....

14- هل لديك اتصال مباشر مع المنظمات الطلابية؟

باستمرار حسب الظروف لا

15- في أي إطار يكون هذا الاتصال

- تقديم الشكاوى

- مشاركتهم في الأنشطة

- استقبال آرائهم

- تقديم المنشورات

- أخرى اذكرها.....

16- هل ترى أن المنظمات الطلابية قادرة على تجسيد واقع جامعة البويرة بشفافية؟

نعم لا أحيانا

17- هل تعمل المنظمات الطلابية على خلق اضطرابات وتشويشات في ذهن الطالب حول جامعة البويرة؟

نعم لا

18- برأيك هل تهتم المنظمات الطلابية بخلق انطباع لدى الطلبة؟

بدرجة كبيرة بدرجة مقبولة بدرجة غير كافية

19- هل ترى أن المنظمات الطلابية تملك صلاحيات في جامعة البويرة؟

- تدافع عن حقوق الطلبة

- تمتلك الحقيقة

- تتحمل كل قضايا الطلبة

- لها دور في صناعة القرار في الجامعة

20- بماذا تتميز علاقة الطلبة بالمنظمات الطلابية؟

بالوضوح التام بالوضوح النسبي بالغموض التام

المحور الثالث : مدى تأثير جودة الخدمات الجامعية في صناعة الصورة الذهنية لطلبة جامعة البويرة.

21- هل جودة الخدمات الجامعية لها دور في:

- تقريب الطالب من الجامعة
- تحقيق مهمة الجامعة
- تمكين الطالب من مختلف المعارف
- إحساس الطالب بالانتماء للمؤسسة الجامعية

22- ما هي الخدمات التي تقدمها الجامعة

- التكوين الجيد
- استخدام التكنولوجيا الحديثة

أخرى.....

23-هل تتميز الخدمات الجامعية بـ

- عدم التجاوب مع مطالب الطلبة
- نقص في الأجهزة و التقنيات الحديثة
- نقص كفاءة وخبرة العاملين بها
- عدم استقرار الأطقم الإدارية

- أخرى.....

24- ما هي الآثار التي تركتها نوعية الخدمات في ذهنية الطالب؟

.....

25-كيف تقدر مستوى رضاك عن جودة الخدمات .

- راض راضي جدا راضي نوعا ما غير راضي إطلاقا
- لماذا؟.....

26- ما هي الانطباعات و التصورات التي تكونت لديك عن جودة الخدمات في جامعة البويرة ؟

.....

27- هل ينعكس مستوى الخدمات الجامعية على صورة الجامعة؟

نعم لا

كيف ذلك؟.....

28- هل جودة الخدمات تعمل على خلق روابط وجسور بينها وبين ذهن الطالب؟

نعم لا

كيف ذلك؟.....

المحور الرابع : نتائج آليات علاقة الطالب بالأساتذة في الجامعة تزيد في صناعة الصورة الذهنية عن جامعة البويرة.

29- هل ترى أن العلاقة بين الأستاذ والطالب تسعى إلى خلق :

- ثقة متبادلة بين الطرفين

- ثقة الطالب في الأستاذ

- خبرة وكفاءة الأستاذ ترجع الثقة لصالحه

30- حسب رأيك ما هي المعوقات التي تحد من تأثير الأستاذ على الطالب؟

- عدم مراعاة الفروق الفردية بين الطلبة

- عدم المساواة في التقييم

- عدم تحقيق التنوع في أساليب التقييم

- طبيعة الاتصال السائد بينهما

-

أخرى.....

31- هل ترى أن علاقة الأساتذة بالطلبة تتجسد في :

- قدرة التعامل مع الطلبة واحتوائهم

- فهم انشغالاتهم فهما موضوعيا

- تقديم كيفية تجاوز مشاكل الجامعة

- تمرير أفكار جيدة عن الجامعة

- تمرير نقائص الجامعة

32- كيف ترى نتائج تأثير الأساتذة على تصورات الطلبة.

- تحقيق سمعة جيدة للجامعة

- التعريف بالجامعة ورسالتها الأكاديمية

- التواصل مع الجمهور الخارجي لتحسين صورة الجامعة

- التوجه نحو اتجاهات معينة

- أخرى.....

33- هل تصنع المقومات الأكاديمية التدريسية للأستاذ الفارق في استقطاب الطلبة؟

لا

نعم

34- ما هي مقترحاتك لجامعة البويرة من اجل بناء صورة ذهنية حسنة؟

الفهرس

فهرس المحتوى

الصفحة	الموضوع
/	كلمة شكر
/	إهداء
أ	مقدمة
الفصل الأول: الإطار المنهجي و المفاهيمي للدراسة	
02	1- إشكالية الدراسة
03	2- أسباب اختيار الموضوع
04	3- أهمية و أهداف الدراسة
05	4- الدراسات السابقة
09	5- منهج الدراسة
10	6- أدوات جمع البيانات و المعلومات
11	7- مجتمع البحث و عينة الدراسة
12	8- حدود الدراسة
13	9- المقاربة النظرية للدراسة
15	10- تحديد مفاهيم ومصطلحات الدراسة
الإطار النظري للدراسة	
الفصل الثاني: ماهية وأسس الصورة الذهنية	
18	تمهيد
19	المبحث الأول : مقارنة معرفية للصورة الذهنية
19	المطلب الأول: مفهوم الصورة الذهنية
20	المطلب الثاني: خصائص الصورة الذهنية وأنواعها

27	المبحث الثاني: أبعاد الصورة الذهنية و وظائفها
27	المطلب الأول: أبعاد الصورة الذهنية
29	المطلب الثاني: وظائف الصورة الذهنية
30	المبحث الثالث : نشأة و تطور الصورة الذهنية
30	المطلب الأول: نشأة الصورة الذهنية
31	المطلب الثاني: تطور الصورة الذهنية
32	خلاصة
	الفصل الثالث : كيفية تكوين الصورة الذهنية للجامعة
35	تمهيد
36	المبحث الأول : مقارنة نظرية لأهداف و وظائف الجامعة
36	المطلب الأول: تعريف الجامعة
37	المطلب الثاني: أهداف الجامعة ووظائفها
41	المبحث الثاني : أهمية الصورة الذهنية للجامعة وعوامل تكوينها
41	المطلب الأول: أهمية الصورة الذهنية للجامعة
43	المطلب الثاني: عوامل تكوين الصورة الذهنية
47	المبحث الثالث : بناء وتشكيل الصورة الذهنية للجامعة و الأساليب الحديثة لقياسها
47	المطلب الأول: بناء وتشكيل الصورة الذهنية للجامعة
49	المطلب الثاني: الأساليب الحديثة لقياس الصورة الذهنية للجامعة
54	خلاصة
	الإطار التطبيقي للدراسة
	الفصل الرابع: الإجراءات الميدانية للدراسة
56	المبحث الاول : بطاقة فنية حول جامعة البويرة

58	المبحث الثاني : تحليل البيانات الشخصية
60	المبحث الثالث : دور وسائل التواصل الاجتماعي (الفاسبوك) في تكوين الصورة الذهنية لطلبة جامعة البويرة.
68	المبحث الرابع : مدى مشاركة التنظيمات الطلابية في تكوين الصورة الذهنية لطلبة جامعة البويرة.
73	المبحث الخامس : مدى تأثير جودة الخدمات الجامعية في صناعة الصورة الذهنية لطلبة جامعة البويرة.
79	المبحث السادس: ما هي نتائج آليات علاقة الطلبة بالأساتذة في جامعة البويرة في تشكيل الصورة الذهنية لها.
85	المبحث السابع:النتائج العامة و مناقشتها وفق تساؤلات الدراسة
90	الخاتمة
93	قائمة المراجع
99	الملاحق
107	الفهرس
111	فهرس الجداول
114	ملخص

فهرس الجداول

قائمة الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	يبين افرء العينة حسب الجنس	58
02	يبين افرء العينة حسب الفئات العمرية	58
03	يبين افرء العينة حسب التخصص	59
04	يبين رأي المبحوثين حول هل تعبر عنه مواقع التواصل الاجتماعي (الفاسبوك) عن الواقع الفعلي لجامعة	60
05	يبين رأي المبحوثين حول إمكانية نقل مواقع التواصل الاجتماعي (الفاسبوك) الحقائق التي تحدث في الجامعة بموضوعية.	61
06	يبين مدى اعتبار وسائل مواقع التواصل الاجتماعي (الفاسبوك) وسيلة في صنع صورة الجامعة لدى الطلبة	62
07	يبين قيام مواقع التواصل الاجتماعي (الفاسبوك) بطرح مواضيع المهمة لدى الطلبة	63
08	يبين رأي المبحوثين في دور مواقع التواصل الاجتماعي (الفاسبوك) في جامعة البويرة.	64
09	يبين كيفية تعامل الطلبة على ما تنشره مواقع التواصل الاجتماعي (الفاسبوك) من معلومات حول جامعة البويرة	64
10	يبين اثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي (الفاسبوك) على الصورة المشكلة عند الطالب عن جامعة البويرة.	65
11	يبين مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي (الفاسبوك) في تكوين صورة للطالب حول جامعة البويرة.	66
12	يبين العوامل التي تجعل مواقع التواصل الاجتماعي (الفاسبوك) تؤثر في صورة جامعة البويرة.	67
13	يبين ماذا تعني المنظمات الطلابية لطلبة جامعة البويرة.	68
14	يبين نوعية اتصال طلبة جامعة البويرة مع المنظمات الطلابية.	69
15	يبين طبيعة العلاقة بين الطلبة مع المنظمات الطلابية.	69
16	يبين إمكانية المنظمات الطلابية على تجسيد واقع جامعة البويرة بشفاافية.	70
17	يبين قدرة المنظمات الطلابية على خلق اضطرابات وتشويشات في ذهن الطالب حول جامعة البويرة.	71
18	يبين إمكانية المنظمات الطلابية على خلق اضطرابات وتشويشات في ذهن الطالب حول جامعة البويرة.	71
19	يبين رؤية الطالب للمنظمات الطلابية في امتلاكها صلاحيات في جامعة البويرة.	72
20	يبين بما تتميز علاقة الطلبة بالمنظمات الطلابية	73

73	يبين اثر جودة الخدمات الجامعية في ترك الانطباعات لدى الطالب عن الجامعة.	21
74	يبين جودة الخدمات الجامعية التي تقدمها الجامعة للطالب.	22
74	يبين ما تتميز به الخدمات الجامعية.	23
75	يبين الآثار التي تتركها نوعية الخدمات الجامعية في ذهنية الطالب.	24
76	يبين مستوى تقدير رضا الطلبة عن جودة الخدمات الجامعية	25
77	يبين الانطباعات و التصورات التي تكونت لدى الطلبة عن جودة الخدمات الجامعية لجامعة البويرة.	26
77	يبين إمكانية انعكاس مستوى الخدمات الجامعية على صورة الجامعة	27
78	يبين قدرة جودة الخدمات الجامعية على خلق روابط جسور بينها وبين الطالب.	28
79	يبين ما تسعى إليه العلاقة بين الأستاذ والطالب.	29
80	يبين المعلومات التي تحد من تأثير الأستاذ على الطلبة.	30
81	يبين نتائج علاقة الأستاذ بالطلبة.	31
82	يبين نتائج تأثير الأساتذة على تصورات الطلبة.	32
82	يبين هل تصنع المقومات الأكاديمية التدريسية لأستاذ الفارق في استقطاب الطلبة .	33
83	يبين مقترحات الطلبة من اجل بناء صورة ذهنية حسنة عن جامعة البويرة.	34

ملخص

الملخص

جاءت الدراسة للتعرف عن الصورة الذهنية المتبناة عند الطلبة عن جامعة محند اكلي الحاج البويرة ، هدفت بالدرجة الأولى إلى معرفة المصادر المسؤولة عن تكوين الصورة الذهنية لدى الطالب ، و ماهية هاته الصورة و كيفية تكوينها ، و كذلك مدى تأثرها بالعوامل المتحكمة في تشكيلها ، من خلال تخصيص جانب منهجي تضمن إشكالية الدراسة حول طبيعة الصورة الذهنية لجامعة البويرة لدى طلابها ، وتلتها جملة من الأسس المنهجية .

في حين تمحور الجانب النظري حول فصلين تتاولنا فيه مقارنة نظرية للصورة الذهنية ثم أسقطناها على واقع الجامعة .

و اختتمنا دراستنا بالجانب التطبيقي لاستخلاص مدى دمج عناصر التصورات و الانطباعات المتحكمة في تشكيل الصورة الذهنية النهائية و تحديد توجهاتها و ردود أفعالها على ارض الواقع .

Summary:

The study came to know about the mental image adopted by students about MohandAkli Al –Haj University ,it aimed primarily to find out the sources responsible for the formation of the image of the student ,what is this image and how it is composition ,as well as the extent to wich it is affected by the factors controlling its formation,by dedicating a methodological aspect that uncluded the problematic of research on the nature of the mental image of buira university , followed by number of methodological foundation .while the theoretical aspect revolved around two chapters ,we dealt with theoretical approach to the mental image and then projected it on to the reality of the university.and we concluded our study with the applied aspect to elicit extent to which the element were combined with each other in the formation of the mental image in reality .