

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 Muhend Ulhağ - Tubirett -

Faculté des Sciences Sociales et Humaines



جامعة البويرة

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة أكلي محمد أولحاج

- البويرة -

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم: علوم الإعلام والاتصال

دور الثقافة الاتصالية في رسم الصورة الذهنية للمؤسسة الجامعية

حراسة ميدانية لعينة من طلبة الماستر كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

بجامعة أكلي محمد أولحاج البويرة

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

اشراف الاستاذ

- د. خالد مصطفى

اعداد الطالبات

- نوري أمال

- كحيلة أميرة

- عدار تينهان

السنة الجامعية

2023-2022



التصريح الشرفي الخاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية



انا الممضي اسفله،

المسيد(ة) نورعي أ. مال الصفة: طالب (ماستر / دكتوراه)

الحامل(ة) لبطاقة التعريف الوطنية: 108471632 والصادرة بتاريخ 2018/3/28

المسجل(ة) بكلية / معهد العلوم الاجتماعية والانشاء قسم (ب. ص. م. ل.)

تخصص: (ب. ص. م. ل.) وعلاقات عامة

والمكلف(ة) بإنجاز اعمال بحث (مذكرة. التخرج، مذكرة ماستر. مذكرة ماجستير، اطروحة دكتوراه).

عنوانها: دور الثقافة الإسلامية في رسم الهوية الوطنية

لج. المؤسست الجامعية (مؤسسة صيدانية لعينة ص. ط. م. ل. ماستر علمي تج. د. أ. أ.)

أصرح بشرفي اني ألتزم بمراعاة المعايير العلمية والمنهجية الاخلاقيات المهنية والنزاهة الاكاديمية المطلوبة في انجاز البحث المذكور أعلاه.

التاريخ: 22 جوان 2023

توقيع المعني(ة)

Nour

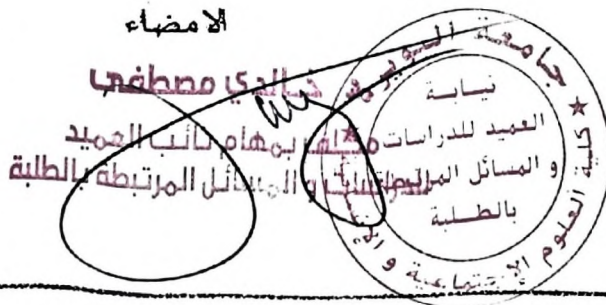
25 جوان 2023
البويرة في

هيئة مراقبة السرقة العلمية:

النسبة:

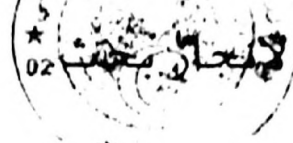
11 %

الامضاء





التصريح الشرفي الخاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية



انا الممضي اسفله،

المعيد (ذ) محمد بن محمد الصفه: طالب (ماستر / دكتوراه)

الحامل (ة) لبطاقة التعريف الوطنية: 405820400 والصادرة بتاريخ: 2023

المسجل (ة) بكلية / معهد العلوم الاجتماعية والانسانيات قسم التاريخ

تخصیر، اذہمال و ساقائے حاشیہ

والمكلف (د) بإنجاز أعمال بحث (مذكرة. التخرج، مذكرة ماستر. مذكرة ماجستير، أطروحة دكتوراه).

عنوانها: الرسالة في اسم الحرية التي هي حرية الكرامة الإنسانية
(دراسة في أهمية دراسة العلوم الاجتماعية والإنسانية)

أصرح بشرفي اني ألتزم بمراعاة المعايير العلمية والمنهجية الاخلاقيات المهنية والنزاهة الاكاديمية المطلوبة في انجاز البحث المذكور أعلاه.

التاريخ: سنة ١٤٣٥

توقيع المعني (ة)



25 جوان 2023

البويرة في:

هيئة مراقبة السرقة العلمية:

الفصل:

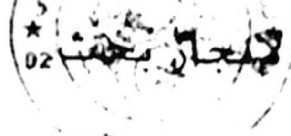
%	LA
100	100
90	90
80	80
70	70
60	60
50	50
40	40
30	30
20	20
10	10
0	0

الامضاء





التصريح الشرفي الخاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية



انا الممضي اسفله،

المعيد (ة) كجيلية أسمى الصف: طالب (ماستر / دكتوراه)

الحامل (ة) لبطاقة التعريف الوطنية: ١٨١٨٣٣٥٢٣٣٨٢ والصادرة بتاريخ ٢٠٢٢

المسجل (ة) بكلية / معهد العلوم الاجتماعية والانسانيات قسم إتمام

تخصص إتمام

والمكلف (ة) بإنجاز أعمال بحث (مذكرة. التخرج، مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير، أطروحة دكتوراه).

عنوانها المقدمة الموضوع المؤسسة

الجامعة (دراسة لـ من جامعة)

أصرح بشرفي اني ألتزم بمراعاة المعايير العلمية والمنهجية الاخلاقيات المهنية والنزاهة الاكاديمية المطلوبة

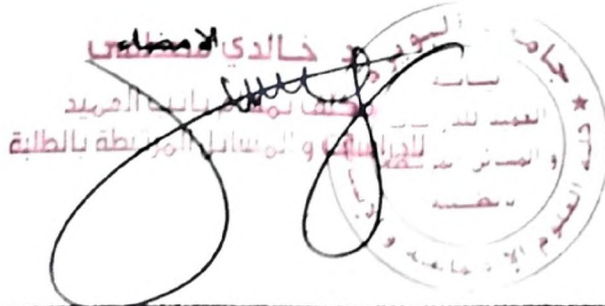
في انجاز البحث المذكور أعلاه.

توقيع المعني (ة)

التاريخ: ٢٠٢٣ / ٠٣ / ٢٥

25 جوان 2023
البويرة في:

هيئة مراقبة السرقة العلمية:



% 11

النسبة:

شكر و تقدير

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، اللهم لك الحمد كما ينبغي لجلال وجهك و
عظيم سلطانك، اللهم لا علم لنا إلا ما علمتنا، اللهم علمنا ما نجهلنا و ذكرنا ما نسينا و
انفعنا بما علمتنا، نحمدك اللهم حمدا لا يجازي نعمك علينا، لتوفيقك إيانا بإتمام
عملنا هذا وصل اللهم على حبيبنا محمد و على آله و صحبه و سلم.

كل الشكر و التقدير للأستاذ المشرف الدكتور خالد مصطفى على المجهودات
المبذولة وكذلك نشكر الأستاذ زيان خير الدين الذي ساندنا طيلة إعداد هذا
العمل شكرا لوقوفكم معنا و لارشاداتكم نعم الأساتذة

شكرا

اهداء

أحمد الله حمدا كثيرا يليق بجلال وجهه وعظيم سلطانه أنه وفقني في إتمام هذه

المذكرة ولا يسعني في هذا المقام إلا أن أهدي ثمرة جهدي

إلى من سهرت ليال طويلة من أجل راحتي، ومن استيقظت فجرا من أجل الدعاء لي،
التي أنارت دربي بنصائحها التي منحتني القوة والعزيمة لمواصلة الدرب، و كانت
سببا في مواصلة دراستي إلى من علمتني أن وراء كل كفاح و تضحية نجاح، إلى
الغالية على قلبي أمي العزيزة.

إلى ذلك السند الذي لم يتوانى للحظة عن مساعدتي و الوقوف إلى جانبي في كل
أيامي، إلى أبي الرائع أهديك اليوم هذه الفرحه، فرحة التخرج
إلى من عشت معهم أجمل لحظات حياتي أخواتي سارة، ياسمين، إيمان و صغارهن
الغاليين على قلبي

إلى رفيقات المشوار أmaal تينهمينان نسرين فريدة.

شكرا لجميع أساتذتي على كل كلمة وحرف تعلمتها على أيديكم.

اميرة

اهداء

..أهدي ثمرة عملي و جهدي طيلة دراستي إلى:

إلى ملاكي في الحياة إلى أغلى شخص على قلبي إلى من سهرت الليالي و تعبت
وشقت أمني الغالية.

إلى من تعب لأجلي و كبرني و لم يبخل علي بشيء أبي الغالي.

إلى من تمنوا لي النجاح و التوفيق إخوتي و أخواني أهدىكم فرحة تخرجي.

إلى من تقاسمت معهم أحزاني وأفراحي في الحياة والدراسة: أمال أميرة فريدة
نسرين.

إلى كل من علمني حرفاً كنت أجهلهم شكراً

تينهان

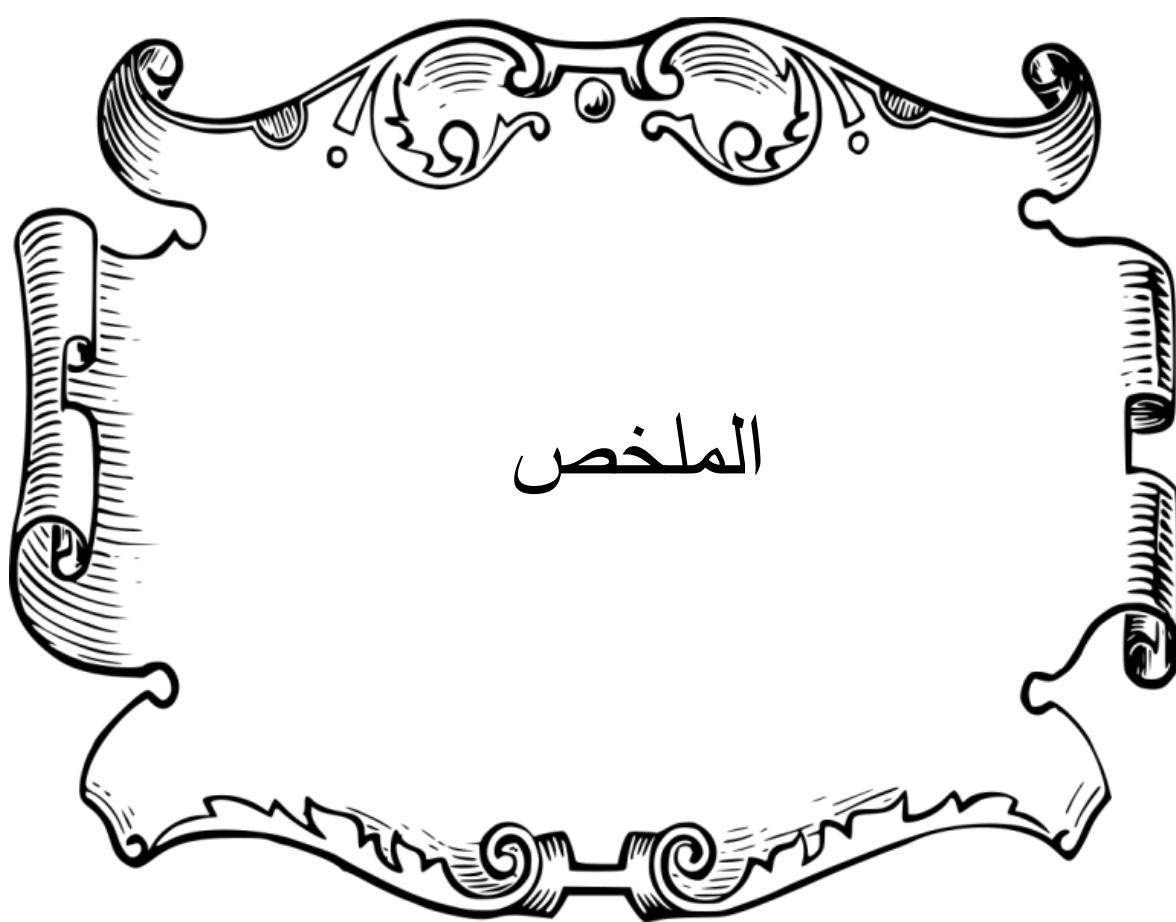
اهداء

أهدي ثمرة جهدي و عملي إلى من أحمل اسمه بكل اقتدار أسأل الله أن
يمد في عمرك، لتري ثمار قد حان قطفها.

وإلى قدوتي التي علمتني معنى الحب و العنان إلى أمي حبيبتي.

وإلى إخوتي سدي ل طالما كانوا دوما لي ، و إلى أولاد إخوتي وإلى
صديقاتي ورفيقات دربي اللواتي رافقوني طيلة مشواري الدراسي أميرة
تينهينان فريدة نسرين

أمال



ملخص

جاءت دراستنا لمعرفة دور الثقافة الاتصالية في رسم الصورة الذهنية لدى الطلبة، حيث اخترنا المؤسسة الجامعية الجامعية اكلي محند اولحاج بالبوية كنموذج. فقد تضمنت دراستنا مقدمة وجانب منهجي ونظري ضم فصلين الاول الثقافة الاتصالية والثاني للصورة الذهنية، وجانب تطبيقي وخاتمة، احتوت على تساؤل رئيسي وهي ما الصورة المكتسبة لدى طلبة الماستر علوم الاجتماعية والانسانية حوا الكلية. وللوصول الى النتائج البحث قمنا بصياغة الفرضيات وطرح التساؤلات، وللخروج بالنتائج اخترنا المنهج الوصفي التحليلي، ثم تطرقنا الى متغيرات الدراسة، كما تكونت عينة الدراسة من 80 فرد وهم طلبة الماستر علوم الاجتماعية والانسانية بجامعة اكلي محند اولحاج البوية . كما تمثلت اداة البحث في استمارة الاستبيان.

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها ما يلي:

- 1 -بينت الدراسة أن كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية تعتمد على البريد الالكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي للتواصل مع الطلبة
 - 2 -كشفت الدراسة أن الطلبة يحظون باستقبال حسن أثناء زيارتهم لمكاتب الإدارة
 - 3- أوضحت الدراسة أن للتمتع اللفظي والجسدي الذي يتعرض إليه الطلبة من طرف بعض الأساتذة له دور في رسم الصورة السلبية عن الأساتذة والتي يمكن ان تؤثر على الطلبة وتقلل من شعورهم بانتماء للمجتمع الأكاديمي
 - 4 -أثبتت الدراسة أن للرفاق تأثير كبير في رسم صورة ذهنية لدى الطلبة، كما أن لهم دور في تحطيم الطموحات الدراسية وتغيير نظرتهم حول الجامعة أو حول تخصصاتهم.
- الكلمات المفتاحية:** الثقافة الاتصالية، الصورة الذهنية.

Resumé :

"Nous avons entrepris notre étude pour comprendre le rôle de la culture de la communication dans la formation de l'image mentale chez les étudiants. Nous avons choisi l'université universitaire Akli Mohand Oulhadj à Bouira comme modèle. Notre étude comprenait une introduction, une partie méthodologique et théorique, comprenant deux chapitres : le premier sur la culture de la communication et le deuxième sur l'image mentale. Nous avons également inclus une partie pratique et une conclusion, qui comportaient une question principale : quelle est l'image acquise par les étudiants en master de sciences sociales et humaines de la faculté ? Pour parvenir aux résultats de la recherche, nous avons formulé des hypothèses et posé des questions. Pour obtenir les résultats, nous avons choisi une approche descriptive et analytique, puis nous avons abordé les variables de l'étude. L'échantillon de l'étude était composé de 80 individus, qui étaient des étudiants en master de sciences sociales et humaines à l'université Akli Mohand Oulhadj à Bouira. L'outil de recherche utilisé était un questionnaire.

L'étude a abouti à plusieurs résultats importants, notamment:

- 1 -L'étude a révélé que la faculté des sciences sociales et humaines utilise l'e-mail et les médias sociaux pour communiquer avec les étudiants.
- 2 -L'étude a révélé que les étudiants sont bien accueillis lorsqu'ils visitent les bureaux de l'administration.
- 3 -L'étude a montré que le harcèlement verbal et physique que certains enseignants infligent aux étudiants a un impact sur l'image négative des enseignants, ce qui peut affecter les étudiants et réduire leur sentiment d'appartenance à la communauté académique.
- 4 -L'étude a prouvé que les camarades de classe ont une grande influence sur la formation de l'image mentale chez les étudiants, et qu'ils jouent un rôle dans la destruction des ambitions académiques et le changement de perception des étudiants à l'égard de l'université ou de leurs spécialités".



مقدمة

تعتبر الثقافة الاتصالية عملية حيوية من خلال اثرها الفعال على الأداء الوظيفي في المنظمات الإدارية، فثقافة المؤسسة هي من تحدد نجاح المؤسسات او فشلها بافتراض وجود علاقة ارتباطية بين نجاح المؤسسة و تركيزها على القيم والمفاهيم التي تدفع أعضائها الى الالتزام والعمل الجاد، الابداع والمشاركة في اتخاذ القرارات ولكي تضمن مؤسسة ولاء أفرادها وجب وجود اتفاق بين أهدافها وقيم وثقافة هؤلاء الافراد وإيجاد ثقافة اتصالية قادرة على خلق ذلك الولاء و حتى يتمكنوا من أداء دورهم، من الضروري وجود اتصالات فيما بينهم لتبادل المعلومات و البيانات فلا يمكن ان نتصور أي مؤسسة كانت دون اتصالات وهذا كله بغية استعطاف الناس وترسيخ صورة طيبة في اذهانهم

كما يظهر لنا جليا ان موضوع الصورة الذهنية من المواضيع التي تلقى اهتماما كبيرا في السنوات الأخيرة، نظرا لما تقوم به هذه الصورة من دور هام في تكوين وبناء الآراء واتخاذ القرارات.

وقد أصبح تكوين الصورة الطيبة والحسنة هدفا هاما وغاية تسعى كل المؤسسات الى تحقيقها على كل مستوى وفي كل مجال وذلك من خلال حسن الأداء، التسيير، التنظيم والتنسيق ورسم الخطط الكافية لتكوينها. فكل مؤسسة نجدها قد بدأت تولي أهمية كبيرة للثقافة الاتصالية كذلك تهتم بترسيخ صورة ذهنية إيجابية لتحظى بصورة وسمعة جيدة من بين هذه المؤسسات نجد جامعة اكلي محند ولحاج بالبويرة من خلال هذه الدراسة تناولنا موضوع مساهمة الثقافة في رسم وتحسين الصورة الذهنية التي يحملها الطلبة في اذهانهم عن إدارة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.

اذن من هذا المنطلق تم تناول موضوع هذه الدراسة، ولقد تم وضع إطار منهجي لهذه الدراسة تمثل في إشكالية البحث، وتساؤلات وفرضيات الدراسة، وأسباب اختيار الموضوع وأهداف الدراسة، وأهمية الدراسة، منهج الدراسة، أدوات الدراسة، مجتمع الدراسة، عينة الدراسة، حدود الدراسة، ونوع الدراسة، والتطرق الى بعض الدراسات السابقة، ثم شرح بعض المفاهيم الأساسية في الدراس، وقد تم وضع هذا كله في الفصل الأول.

كذلك انطلقت هذه الدراسة من إطار نظري جاء في ثلاث فصول هي الفصل الأول والثاني والثالث. حيث خصصنا الفصل الأول كمدخل لدراسة الثقافة الاتصالية تطرقنا لمجموعة من التعريفات التي

وضعت للثقافة، وبعدها تطرقنا الى مكوناتها، أنواعها، ثم بعد ذلك تليه أسس وابعاد الثقافة الاتصالية واهم مميزاتها، و ختمنا الفصل بخطوات ووسائل الثقافة الاتصالية واهم المتغيرات المساهمة في تشكيلها.

الفصل الثاني بعنوان الصورة الذهنية تطرقنا لمجموعة من المفاهيم التي وضعت للصورة الذهنية و خصائصها ومكوناتها. اما المبحث الثاني عرضنا فيه أنواع الصورة الذهنية والعوامل المؤثرة في بنائها اما المبحث الثالث تطرقنا الى مراحل وابعاد تشكيل الصورة الذهنية وأهميتها.

في حين ضم الجانب التطبيقي البيانات وعرض النتائج العامة للدراسة، حيث توصلنا الى مجموعة من التوصيات و الاقتراحات.

A decorative border made of black ink scrollwork, featuring symmetrical flourishes and a central horizontal band with a scalloped edge.

الإطار المنهجي للدراسة

1- الإشكالية:

يتميز المجتمع الإنساني بأنه مجتمع اتصالي، فظاهرة المجتمع البشري في أساسها هي ظاهرة اتصالية تسهل أغراضه من ناحية وتحقيق الهدف الإنساني من التجمع من ناحية أخرى، فالاتصال يتضمن معلومة يتم تبادلها لتحقيق منفعة وهذا التبادل يعني الشروع في إقامة علاقة اتصالية بين الأفراد في المجتمع الواحد، وفي عصرنا هذا لا يمكن أن نتصور أي مؤسسة ناجحة بدون شبكة اتصال فعالة قائمة على التفاعل المشاركة الحوار، وهذا يتم من خلال عملية الاتصال بين مختلف أهداف الإدارة التي تقتضي إلى اتباع طرق وأساليب وأشكال متباينة ومختلفة في الاتصال داخل المنظمة مع مختلف أعضائها، وبالإضافة إلى ذلك أصبح الاتصال يتطلب من المؤسسة بناء ثقافة اتصالية فهي تعد اليوم أحد الأدوات المهمة في المؤسسات، تشمل جميع أفراد المؤسسة على ممارسة الاتصال الفعال حتى يصبح طابعا سلوكيا متاحا وعاديا، حيث تسمح الثقافة الاتصالية بالتعرف على العالم الداخلي للعمل وللأفراد وإبراز نمط سلوكهم وطرق تفكيرهم وقيم وعادات ترسخت في المنظمة التي يعملون فيها بحيث تجعل الفاعلين داخلها يحملون نفس المبادئ وأسلوب العمل.

لذا فالاتصال دور مهم في المؤسسة وعملية أساسية تقوم محلها كل الأعمال حيث لا تستطيع مؤسسة أنتدفع عمالها إلى الإبداع بشكل قوي وفعال ورفع كفاءات العمل والرضا عنه وتقاسم المعلومات والنقاش الحر والمتبادل دون الحصول على نمط اتصال ملائم وواضح يتماشى بطبيعة عملها ليتمكن الموظفون من تأدية واجباتهم وتحقيق الاحترام بينهم وحق انتماءاتهم للمؤسسة بطريقة معينة للتواصل سواء مع بيئتها الداخلية أو الخارجية لتفادي المشاكل بين العمال وبين القائد والموظفين أو بين الزبائن والموظفين لتحسين الصورة الذهنية لعمال المؤسسة وإدارتها وخدماتها.

وبالتالي أصبح للاتصال والصورة الذهنية أهمية كبيرة وهي تزداد يوم بعد يوم لدى المؤسسات على اختلاف طبيعتها ونشاطها في مختلف أنحاء العالم، والمقصود بالصورة الذهنية الصورة العقلية التي تتكون في أذهان الناس عن المؤسسات المختلفة وقد تتكون نتيجة للتجربة المباشرة أو غيرا لمباشرة، حيث أن الاهتمام بصورة المؤسسة أصبح ذو أهمية كبيرة في الوقت الراهن نظرا للدور الذي تؤديه فيتشكيل الآراء والانطباعات عن المؤسسة. ونظرا للدور الوظيفي للصورة الذهنية بالنسبة للمؤسسة، فقد أصبحت هدف أساسي تسعى إليه مختلف المؤسسات التي تنشئ النجاح والبقاء سواء كانت هذه المؤسسات اقتصادية أو خدماتية أو ثقافية وحتى المؤسسات الجامعية والتي تعتبر مؤسسات عمومية ذات طابع

إداري تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي وتخضع لقواعد إدارية مهامها تكوين الطلبة علميا وعمليا، فالمؤسسة الجامعية كغيرها من المؤسسات تعتمد على الثقافة الاتصالية لرفع مستوى أدائها وضمان استمرارها في المجتمع، كما تهتم الجامعة بتشكيل صورة حسنة عنها في أوساط جماهيرها والمتعاملين معها.

وجامعة أكلي محند أولحاج بالبوية كغيرها من الجامعات عرفت تغيرا كبيرا وتطورا سريعا سواء على المستوى البنائي أو الوظيفي التي تعمل على استمالة واستقطاب جمهور الطلبة لنشاطاتها وخدماتها الإدارية. وتشكيل صورة ذهنية عنها، وقد تتطلب دراستنا القيام بدراسة دور الثقافة الاتصالية في رسم الصورة الذهنية للمؤسسة الجامعية واخترنا جامعة أكلي محند أولحاج بالبوية كميدان للدراسة وقد اخترنا عينة من طلبة ماستر لكونهم لديهم الخبرة في الكلية من خلال خبرتهم طيلة السنوات مع الأسرة الجامعية نطرح التساؤل الرئيسي التالي:

- كيف تؤثر الثقافة الاتصالية في رسم الصورة الذهنية لدى طلبة ماستر ؟

2-تساؤلات الدراسة :

✓ هل لعلاقة الموظفين الإداريين مع الطلبة دور في رسم صورة ذهنية عن كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية ؟

✓ هل لأساتذة كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية دور في رسم صورة ذهنية لدى طلبة ماستر ؟

✓ هل تؤثر جماعة الرفاق من الطلبة في رسم الصورة الذهنية حول المكتسبات العلمية والمعرفية المحققة بكلية العلوم الاجتماعية والإنسانية ؟

3-الفرضيات:

✓ لعلاقة الموظفين الإداريين دور في رسم صورة ذهنية لدى طلبة كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية.

✓ للصورة المكونة لدى الطلبة حول التعامل مع الأساتذة دور في رسم صورة ذهنية.

✓ يؤثر جماعة الرفاق من الطلبة في رسم صورة ذهنية حول المكتسبات العلمية والمعرفية المحققة بكلية العلوم الاجتماعية والإنسانية.

4-أسباب اختيار موضوع البحث:

تعود الرغبة إلى اختيار ومعالجة هذا الموضوع إلى مجموعة من الأسباب وتنقسم إلى أسباب ذاتية وموضوعية وهي كما يلي :

الأسباب الذاتية :

- ✓ الرغبة الشخصية للتعلم في المفاهيم التي تخص الثقافة الاتصالية.
- ✓ تم التطرق إلى هذا الموضوع كبحث في مقياس الثقافة الاتصالية في المؤسسة .
- ✓ محاولة معرفة مدى تحكمنا في الموضوع.

الأسباب الموضوعية :

- ✓ كون الموضوع الذي اخترناه قابل للدراسة من جميع النواحي المعرفية والمنهجية .
- ✓ موضوع الثقافة الاتصالية من ضمن مجالات تخصصنا
- ✓ اعتبار الصورة الذهنية أداة مهمة في المؤسسة الجامعية.
- ✓ حداثة موضوع الثقافة الاتصالية

5-أهداف الدراسة :

- ✓ معرفة مدى اهتمام الكلية بالثقافة الاتصالية.
- ✓ التعرف على الاستراتيجيات التي تتبناها كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية لرسم صورة ايجابية للطلبة.
- ✓ الرغبة في الكشف عن الصورة المكونة لدى الطلبة حول تعامل الأساتذة معهم.
- ✓ الكشف عن مدى تأثير جماعة الرفاق من الطلبة حول مكتسباتهم المعرفية.
- ✓ تحديد نسبة تأثير الصورة التي يرسمها الموظفين الإداريين على الطلبة.
- ✓ الكشف عن مدى رضا الطلبة عن الخدمات التي تقدمها الكلية.

6- أهمية الدراسة :

تعد دراسة موضوع الثقافة الاتصالية والصورة الذهنية من بين المواضيع المهمة جدا في هذه الآونة حيث راح العديد من الباحثين في العلوم الإنسانية والاجتماعية يسلكون دروبا علمية مختلفة للتعقيب عن هذا الموضوع. وتتجلى أهمية هذه الدراسة في أنها تحاول الكشف عن الأهمية البالغة للثقافة الاتصالية ودورها الفعال في رسم صورة ذهنية في كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية ومدى مساهمتها في تعزيز العلاقات بين البيئة الداخلية والخارجية في الجامعة ولهذا تسعى دائما إلى إدارة هذا العنصر بالشكل الذي يحقق الأهداف.

7- تحديد المفاهيم:

✓ الدور:

أ- لغة: يعرف الدور لغة: "من دار يدور دورا، أي ترك باتجاهات متعددة في مكانه¹. ويعني التحرك باتجاهات عديدة بشكل دائري، ويعرف أيضا: كلمة مستعارة من المسرح، وأول من استعملها بهذا المعنى هو العالم ننتشه، حيث أن الفرد يمثل مجموعة من الأدوار على خشبة المسرح،² ومعناه أن المسرح يشبه التنظيم الاجتماعي وأفراده يمثلون تلك الأدوار حسب اختلاف مراكزهم. يعرفه معجم الوسيط: دار يدور، دورانا: طاف حول الشيء، ويقال الفلك مداره.³ وتعني توترات الحركة بغير ثبوت ولا استقرار.

ب- اصطلاحا: الدور سلوك متوقع يرتبط بوضع اجتماعي معين، وللدور معنى إستراتيجي وآخر معياري، والمعنى الإستراتيجي يقصد به المعنى الذي يرتبط له مثال ارتباط دور معين بجنس معين، أما المعنى المعياري فهو الذي يتوقع الدور والدور المقابل، ويتم تحديد هذا المعنى طبقا لما يعتقد أنه الوضع الصحيح

¹ عصمت عدلي: علم الاجتماع الأمني (الأمن والمجتمع)، دط، دار المعرفة الجامعية. مصر، 2001، ص14.

² المرجع نفسه، ص15.

³ معجم الوسيط: مكتبة الاسكندرية للنشر والتوزيع، تركيا، 2000، ص31.

✓ تعريف الثقافة:

أ- لغة:

يرى ديمورغون Demorgon أن «مصطلح الثقافة culture لاتينية الأصل والتي تعني عملية حراثة الأرض، وفي اللغة تعني كلمة الثقافة رعاية الأطفال والاعتناء بتهذيب الإنسان»¹.

ب- اصطلاحاً:

من التعريفات الأولى للثقافة نجد تعريف تايلور الذي يعتبرها «ذلك الكل المركب الذي يشتمل على المعرفة والمعتقدات والفن والأخلاق والقانون والعادات أو أي قدرات أخرى أو عادات يكتسبها الإنسان بصفته عضواً في المجتمع»².

ويعرفها كلايدكلوكهون: «بأنها مجموعة طرائق الحياة لدى شعب معين أي الميراث الاجتماعي الذي يحصل عليه الفرد من مجموعته التي يعيش فيها، والجزء الذي خلقه الإنسان في محيطه وهي التي تحدد الأساليب الحياتية، أو هي طريقة في التفكير والشعور والمعتقدات، أنها معلومات الجماعة البشرية مخزونة في ذاكرة أفرادها أو في الكتب أو في المواد والأدوات»³.

أما الثقافة الاتصالية هي «تلك الثقافة التي تساعد على نقل قيم المؤسسة بين العمال والاتفاق حول طريقة العمل، أيضاً القيام بالتواصل الفعال فيما بينهم دون وجود قيود عليهم من طرف الإدارة

¹Med Nouiga. la conduit par la qualite dans un contexte socio culturelle.Essai de modalisation systemiques et application a l'entreprise marocain.these de doctorat en genie industrielle dirigé par :P-TRUCHOT ENSAM Paris .2003.p53

²ناصر دادي عدون، إدارة الموارد البشرية والسلوك التنظيمي-دراسة نظرية وتطبيقية -دار المحمدية العامة، الجزائر، 2004، ص108.

³نصر محمد عارف، الحضارة، الثقافة المدنية -دراسة لسيرة المصطلح دلالة المفهوم- 28 أغسطس 2021 ص20.

العليا داخل المؤسسة أو المسؤولين المباشرين، إذ يمكن اعتبارها مجموعة من المبادئ الأساسية التي تبنيها المنظمة لحل مشكلاتها»¹.

ج- إجرائيا:

كمحاولة منا لضبط المفهوم وتسهيل سبل التناول وطرح الأسئلة نعتبر أن الثقافة هي تلك البيئة المادية والمعرفية التي صنعها الإنسان ويتفاعل معها باستمرار وهي الشكل الديناميكي للحضارة، والثقافة، لكن أجزائه لا تتغير بنفس السرعة وبهذا فالثقافة ليست بداخل الإنسان بل هي أيضا خارجه فالثقافة هي الانعكاس الفني والفكري للظروف الاجتماعية والاقتصادية التي يعيشها المجتمع ويمكن تصنيفها إلى ثقافة نفعية وثقافة وجدانية.

✓ تعريف الصورة الذهنية:

أ- لغة:

في اللغة العربية ينقسم مفهوم الصورة الذهنية إلى مفردتين: الصورة، والذهنية

والصورة تعني الشكل الذي يتميز به الشيء ويذكر معجم لسان العرب لابن المنظور أن «الصورة ظاهرة الشيء وهيئته وحقيقة الشيء وصفته، أما المفردة الثانية الذهنية فإنها تشير إلى الذهن والعقل ومفردتي الصورة والذهنية يقود إلى إنشاء مصطلح الصورة الذهنية الذي هو لغة: صورة الشيء وتصوره في هيئته وحقيقته وظاهره يكونها الذهن في ضوء إدراكه واستدلاله للأشياء»².

وعرفها قاموس ويبستر في طبعته الثانية أنها «تشير إلى التقديم العقلي لأي شيء لا يمكن تقديمه للحواس بشكل مباشر، أو هي إحياء ومحاكاة لتجربة حسية ارتبطت بعواطف معينة، وهي أيضا استرجاع

¹ هشام بوساحية: جهاد صحراوي: دور الثقافة الاتصالية في تفعيل الإدارة الالكترونية داخل المؤسسة العمومية الجزائرية- دراسة ميدانية على موظفي الشريعة ولاية تبسة، مجلة الرسالة للدراسات الاعلامية، المجلد 05، العدد 2021 ، 03، ص194.

² موسى باقر، الصورة الذهنية في العلاقات العامة، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2013، ص52.

لما اختزنته الذاكرة أو تخيل لما أدركته الحواس، الرؤية والسمع أو اللمس أو الشم أو التذوق، معناه أنها استرجاع لما أدركته الحواس أو ما اختزنه العقل»¹.

لو نتطرق لمفهوم الصورة الذهنية في اللغة الانجليزية فنجد: «أن مصطلح الصورة الذهنية تقابله مفردة IMAGE والتي تعني تصور عقلي أو فكرة عن موضوع أو شيء كما أنها الانطباع العام عن شخص أو منظمة يتكون لدى الجمهور»².

ب- اصطلاحاً:

يعرفها علي عجوة: «بأنها الناتج النهائي للانطباعات الذاتية التي تتكون عن الأفراد أو الجماعات إزاء شخص أو نظام ما أو شعب أو جنس بعينه أو منشأة أو مؤسسة أو منظمة محلية أو دولية أو مهنية أو أي شيء آخر يمكن أن يكون له تأثير في حياة الإنسان»³.

ج- إجرائياً:

هي الانطباعات والاتجاهات الذاتية التي تتكون من خلال التجارب المباشرة وغير المباشرة، وهي عملية متغيرة وليست لها خصائص ثابتة تتأثر بكل الظروف المحيطة بها.

✓ المؤسسة الجامعية:

هي مؤسسة جامعية تكوينية أنشأت بطريقة مقصودة من أبرز وظائفها البحث العلمي تعمل على انتاج ونشر المعرفة العلمية بطريقة نظرية وإمبيريقية من خلال البحوث والدراسات العلمية التي تنجز بشكل فردي أو على مستوى المخابر وفرق البحث. تساهم في إشباع حاجات المجتمع الأساسية في كافة مجالاته.

¹ علي عجوة، العلاقات العامة والصورة الذهنية، عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة، القاهرة، مصر، 2003م، ص10.

² the oxford universal dictionary.n author.1964.p378

³ علي عجوة، العلاقات العامة والصورة الذهنية الكتب، المرجع السابق، 2003م، ص09، 10.

8- منهج الدراسة:

يعرف المنهج بأنه عبارة عن جملة من القواعد العامة المصوغة من أجل الوصول إلى الحقيقة في العمل ويمكن القول بأن المنهج هو الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسته للمشكلة لاكتشاف الحقيقة. لإنجاز هذه الدراسة والإجابة على الإشكالية الرئيسية وأسئلتها الفرعية تم الاعتماد على منهج من مناهج البحث العلمي لإجراء دراستنا وهو المنهج الوصفي التحليلي.

• مفهوم المنهج الوصفي التحليلي:

يعد أحد أهم مناهج البحث العلمي وأكثرها شيوعا ويعود السبب الرئيسي وراء شيوع استخدام هذا المنهج للمرونة الكبيرة الموجودة فيه ولشموليته الكبيرة ومن خلاله يستطيع الباحث دراسة الواقع بشكل دقيق للغاية، حيث يتعرف الباحث على الأسباب التي أدت إلى حدوث الظاهرة ويساهم في اكتشاف الحلول لها، ومنه يقوم الباحث بتحليل الظاهرة المدروسة.

• سبب الاعتماد على المنهج التحليلي في دراستنا:

وذلك لأنه المنهج الأكثر ملاءمة لمثل هذا النوع من المواضيع ويتيح لنا بجمع مختلف المعلومات والبيانات عن الظاهرة المدروسة ووصف النتائج التي تم الوصول إليها وتحليلها.

9- أدوات الدراسة:

من الضروري أن يستعين كل باحث في مجال بحثه بتقنيات معينة في جمع البيانات لأن تقنيات البحث هي الوسائل التي تمكن من جمع المعطيات الميدانية فإنها تمثل الوسائل الأساسية لدراسة الواقع الاجتماعي، ولهذا فإن اختيار أدوات بحث ملائمة تساعد في الحصول على بيانات حقيقية. إذن اعتمدنا في دراستنا على أداتين لجمع البيانات وهما أداة الاستبيان والملاحظة.

- **الاستبيان:** وسيلة لتجميع الحقائق و البيانات عن الظروف و الأساليب القائمة بالفعل و يعتمد على مجموعة من الأسئلة ترسل لعدد كبير نسبيا من مفردات المجتمع. ويرى **مروان عبد المجيد** انه وسيلة استقراء المجتمع و العينة و استيضاحهم عما يلهمون به من معرفة عن الموضوع وذلك لتبيان ما لم تكن تعرفه ليكون حاضرا من خلال برهنة و مشاهدة الآخرين¹.

• صدق و ثبات أدوات البحث العلمي:

صدق الاستبيان يعني التأكد من انه سوف يقيس ما اعد لقياسه عندما يريد الباحث استخدام أداة ما فان السؤال الذي يمكن أن يتبادر إلى ذهنه هو أن الأداة التي هو بصدد استعمالها كوسيلة للبحث تقيس فعلا الظاهرة المراد دراستها.

• صدق الاستمارة:

للتحقق من صدق الاستمارة عرضت في صورتها الأولية على محكمين هم ثلاثة أساتذة في قسم الاتصال بكلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية جامعة البويرة منهم الأستاذ بوصالح حسين ، الأستاذ حماني إسماعيل و الأستاذة نواري عائشة. وذلك بهدف إفادتنا ببعض الملاحظات حول مدى صدق الاستمارة و كفاءتها في قياس متغيرات الدراسة، قدمت لنا الأساتذة بعض الملاحظات حول بعض البنود الموجودة في كل محور وتم إدخال التعديلات اللازمة.

بعد الصدق على الاستمارة تم توزيعها على عينة من الطلبة المتمثلة في طلبة ماستر لكلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية وبلغ عدد الاستمارات التي تم توزيعها 80 استمارة وتم الإجابة من طرف الطلبة.

• ملاحظة: من أهم أدوات البحث العلمي تستخدم لجمع المعلومات التي يحتاج إليها الباحث العلمي

في دراسته ويقوم الباحث من خلال طريقة الملاحظة بالتدقيق تجاه الظاهرة الخاصة في التقصي و التحري و كذلك للوصول إلى أهم النتائج .

هي توجيه الحواس والانتباه إلى ظاهرة معينة أو مجموعة من الظواهر رغبة في الكشف عن صفاتها أو خصائصها بهدف الوصول إلى كسب معرفة جديدة عن تلك الظاهرة أو الظواهر .

تم استعمال الملاحظة طيلة تردنا للكلية لاكتشاف مكانة الثقافة الاتصالية في الإدارة ومحاولة معرفة أهم الأساليب و الوسائل المستعملة لرسم صورة ذهنية لدى الطلبة.

مجتمع الدراسة:

يعتبر مجتمع الدراسة جميع الوحدات التي يرغب الباحث في دراستها وهو أهم خطوة يتم ضبطها قبل تحديد العينة، ويقصد به «مجموعة من الأشياء التي نريد دراستها إما وصفها أو استقراء السمات العامة لها أو لاستقراء العلاقة بينهما للوصول الى نتائج مرغوبة»¹. ويقصد به تلك المجموعات الأصلية التي تؤخذ منها منهجية العينة وقد تكون هذه المجموعة (مدارس فرق تلاميذ كتب سكان أو أية وحدات أخرى)².

ويتمثل مجتمع بحثنا في: طلبة ماستر كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية.

10- عينة الدراسة :

إن أهم الخطوات التي يمر بها الباحث هو اختيار عينة البحث ممثلة للمجتمع الأصلي فمن الضروري أن تمثل وتحمل العينة المختارة جميع خصائص ومميزات المجتمع المدروس، ففي أي دراسة يصعب على الباحث أن يدرس كل مفردات المجتمع الأصلي على حدى خاصة إذا كان عدد أفراد المجتمع الأصلي الكبير.

نظرا لكبر حجم مجتمعنا ارتأينا في دراستنا أن نختار العينة القصدية فقمنا بتطبيق هذه العينة على مجتمع بحثنا الذي يتمثل في طلبة طور ماستر لجميع تخصصات العلوم الاجتماعية والإنسانية تم اختيار عينة دراستنا على طلبة ماستر لأنهم الفئة الأنسب التي لديها وفرة من المعلومات ومكتسبات قبلية نتيجة احتكاكهم مع الإدارة طيلة السنوات الدراسية.

11- حدود الدراسة:

تنقسم حدود هذه الدراسة إلى أربعة أقسام منها الحدود المكانية البشرية والمكانية الزمنية وهي كما يلي:

¹إسماعيل سعد صيني، قواعد أساسية في البحث العلمي، عمان الأردن دار دجلة، 2008، ص 97.

²عمار بحوش محمد الذنبيات، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1995.

- **الحدود البشرية:** يتمثل المجال البشري في إدارة كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية وطلبة ماستر لجميع تخصصات الكلية.
- **الحدود المكانية:** جرت الدراسة في إدارة كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية في جامعة أكلي محند أولحاج جامعة البويرة.
- **الحدود الزمنية:** أجريت الدراسة بجانبها الميداني خلال المدة الممتدة ما بين 4 ماي حتى 12 جوان 2023.

12- الدراسات السابقة:

لغرض استكمال الجانب النظري للدراسة وبناء نموذج الدراسة كان علينا أن نتحدث عن جهود سابقة وما قدمه الذين سبقوا من جهد عملي وما تناولوه من معلومات تمكنا من الاستفادة منها في دراستنا الحالية فإن هذا العنصر هو عرض للدراسة التي تم تناولها من قبل فيما يخص موضوع الثقافة الاتصالية والصورة الذهنية.

❖ الدراسة الأولى:

دراسة لهشام بوساحية وجهاد صحراوي: بعنوان دور الثقافة الاتصالية في تفعيل الإدارة الالكترونية داخل المؤسسة العمومية الجزائرية (دراسة ميدانية على موظفي بلدية الشريعة ولاية تبسة) جامعة 8 ماي 1945 قالمة وجامعة محمد خيضر بسكرة) من مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد : 05 / العدد 03 أكتوبر 2021.

تمحورت مشكلة هذه الدراسة حول: كيف ساهمت الثقافة الاتصالية في تفعيل وتطور الإدارة الالكترونية داخل المؤسسة العمومية الجزائرية؟ وقد تفرع هذا السؤال الرئيسي إلى تساؤلات فرعية وتتمثل في:

- ما مدى مساعدة الثقافة الاتصالية بتقليل الخوف من استعمال الإدارة الالكترونية والتعامل بها من قبل الموظفين؟
- ما هو حجم الاهتمام بالثقافة الاتصالية للمؤسسة من قبل الموظفين الإداريين في استخدام وتفعيل الإدارة الالكترونية في تقديم الخدمات؟

- فيما تتمثل أهم المعوقات التي تواجه تفعيل الإدارة الالكترونية كوجه من أوجه التطور التنظيمي؟ وماهي طرق علاجها؟

سعت هذه الدراسة للوصول إلى معرفة حجم الاهتمام بالثقافة الاتصالية للمؤسسة من قبل الموظفين الإداريين في استخدام وتفعيل الإدارة الالكترونية في تقديم الخدمات، تم الاعتماد على المنهج المسحي الاجتماعي الشامل على الموظفين في مجال الإدارة الالكترونية بلغ عددهم 30 موظف ومن الأدوات التي اعتمد عليها الباحث هما أداتي الملاحظة والمقابلة لجمع البيانات من المبحوثين، أما بالنسبة لتوصيات الدراسة توصل الباحث إلى هذه النتائج التي تتمثل في أن مؤسسة البلدية باعتبارها مؤسسة عمومية خدمتية تقوم بالاهتمام بالعملية الاتصالية من كافة جوانبها إلى حد كبير خاصة إذا أرادت القيام بعملية تطوير عند محاولتها إدخال أسلوب الإدارة الالكترونية في تقديم الخدمات للموظفين، والاهتمام بالثقافة الاتصالية التي هي من أحد عوامل نجاح المؤسسة تنظيميا يتطلب أيضا الاهتمام بمحور تلك العملية الاتصالية الذين هم الأفراد حتى يشعروا بمكانتهم داخل المؤسسة، وهذا ما تحاول فعله البلدية عن طريق اشتراك الأفراد الموظفين في عملية اتخاذ القرار بالإضافة إلى تشجيعهم وتحفيزهم.

❖ الدراسة الثانية:

دراسة معمري أمينة تحت عنوان (دور الاتصال الداخلي في تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسة الجامعية)، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، بجامعة أم البواقي، سنة 2015، حيث تناولت الباحثة في هذه الدراسة الدور الذي يلعبه الاتصال الداخلي في تشكيل صورة ذهنية طيبة للجامعة، ويدور التساؤل الرئيسي لإشكالية هذه الدراسة حول معرفة الدور الذي يؤديه الاتصال الداخلي في تشكيل الصورة الذهنية للجامعة واعتمدت على عدة تساؤلات فرعية وتتمثل في:

ماهي أشكال ووسائل الاتصال الداخلي في الجامعة؟

ما أهمية الاتصال الداخلي في الجامعة ؟

ما العلاقة بين الاتصال الداخلي والصورة الذهنية للجامعة؟

ماهي العوائق التي تحد من فعالية الاتصال الداخلي في تشكيل صورة حسنة عن الجامعة؟

وطرحت الطالبة خمسة فرضيات تحت تساؤل رئيسي وتفرعت إلى خمس فرضيات وقد استعانت بأداتي الملاحظة والاستبيان موجه للعمال، وفي الأخير تبين للباحثة أن جامعة أم البواقي تهتم بصورتها الذهنية ولكن ليس بذلك القدر العالي من الاهتمام.

❖ الدراسة الثالثة:

دراسة الظاهري حاج : بعنوان (الثقافة الاتصالية في المؤسسة العمومية)، عبارة عن مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر تخصص اتصال وعلاقات عامة، بجامعة عبد الحميد ابن باديس، مستغانم، سنة 2019/2018، تمحورت مشكلة هذه الدراسة حول:

- ما هو واقع الثقافة الاتصالية في المكتبة الرئيسية للمطالعة العمومية مستغانم؟ وتفرع السؤال الرئيسي إلى تساؤلات فرعية تدور حول معرفة:
 - ما الواقع الاتصالي بالمؤسسة ؟
 - ما طبيعة الثقافة الاتصالية وماهي الوسائل المعتمدة عليها في الاتصال ؟
 - ما مدى الاهتمام بالثقافة الاتصالية بالمؤسسة وما درجة ملائمتها لأهدافها ؟
- وسعت أهداف هذه الدراسة إلى:التطرق إلى واقع الثقافة الاتصالية وكيفية إعداد خطط اتصالية لتأدية المهام الموكلة لكل فرد من أفراد المؤسسة، بالنسبة للمنهج المتبع لهذه الدراسة استعان الباحث بالمنهج الوصفي والعينة العشوائية الطبقية واستعمل لجمع البيانات المقابلة، أما النتائج التي توصل إليها الباحث هي أن الاهتمام بالثقافة الاتصالية ضئيل وكذلك انعدام التخطيط الاستراتيجي لعناصر الثقافة الاتصالية بالإضافة إلى عدم وجود اهتمام كبير من طرف مسؤولي هذه المؤسسة العمومية.

التعقيب على الدراسات:

تعقيب على الدراسة الاولى:

تشابهت دراستنا مع هذه الدراسة في أدوات جمع البيانات حيث اعتمدنا على أداة الاستبيان للحصول على المعلومات والبيانات، وتختلف في المنهج إذ اعتمدنا في دراستنا نحن على المنهج الوصفي التحليلي أما في هذه الدراسة قد اعتمدت على المنهج المسحي الاجتماعي، وتلتقي الدراستين في محاولة التعرف على ملامح الثقافة الاتصالية لدى الإداريين والطلبة.

استفدنا من هذه الدراسة في إثراء الإطار المنهجي والنظري، وما يميز الدراسة الحالية عن الدراسة السابقة كونها تدرس دور الثقافة الاتصالية في رسم الصورة الذهنية للمؤسسة الجامعية.

تعقيب على الدراسة الثانية:

تلتقي دراستنا مع هذه الدراسة في أدوات جمع البيانات حيث اعتمدنا كلنا على أداتين في الاستبيان والملاحظة ولنا هدف واحد نسعى للتعرف على الدور الذي يلعبه الاتصال الداخلي في تشكيل الصورة الذهنية للجامعة وتختلف الدراسة الحالية مع الدراسة السابقة في المنهج حيث اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي في دراستنا أما في هذه الدراسة اعتمدت على المنهج المسحي وفي الأخير تبين للباحثة أن جامعة أم البواقي لا تهتم بصورتها الذهنية وما يميز دراستنا عن هذه الدراسة أن في جامعتنا خاصة كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية تهتم بصورتها الذهنية بقدر عالي.

تعقيب على الدراسة الثالثة:

تختلف الدراستين في اختيارنا للعينة إذ اعتمدنا في دراستنا على العينة القصدية أما هذه الدراسة اعتمدت على العينة الطبقية توصلت هذه الدراسة إلى أن الاهتمام الثقافة الاتصالية ضئيل جدا في جامعة مستغانم أما بالنسبة لجامعتنا وبالأخص كليتنا كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية تضع الثقافة الاتصالية من بين اهتماماتها تحرص عليها بقدر عالي، استفدنا كثيرا من هذه الدراسة حيث ساعدتنا في إثراء الجانب المنهجي والنظري.

13- صعوبات الدراسة :

تمثلت صعوبات الدراسة في نقص المعلومات وقلة المراجع والمصادر حول الثقافة الاتصالية ولا تتوفر دراسات سابقة من قبل الباحثين وإضافة إلى ذلك الضغوطات والتوتر الذي تعرضنا له خاصة في الفترة الأخيرة ولكن هذه الصعوبات التي تعرضنا إليها لا تقلل من أهمية هذا الموضوع ولم تمنعنا من انجاز دراستنا في الوقت المناسب.

14- نوع الدراسة:

يمكن تصنيف دراستنا من ضمن الدراسات الكمية حيث اعتمدنا على نوع هذه الدراسة لجمع وتحليل البيانات التي حصلنا عليها من خلال دراستنا باستخدامنا للأساليب الحسابية والإحصائية للوصول إلى نتائج دقيقة، ساعدنا هذا النوع من الدراسة في الحصول على المعلومات والبيانات اللازمة فيما يخص دور الثقافة الاتصالية في رسم الصورة الذهنية للمؤسسة الجامعية في جامعة أكلي محند أولحاج البويرة باستخدام أداة من أدوات البحث العلمي والمتمثلة في استمارة



الفصل الاول: ماهية الثقافة
الاتصالية

تمهيد

تعد الثقافة الاتصالية إحدى أهم المرتكزات الأساسية التي تهتم بها جل المؤسسات مهما كانت طبيعة عملها أو نشاطها، فقد أصبح نجاحها مرهون ببناء ثقافة إتصالية فعالة تستند على علاقات الموظفين داخل المؤسسة وخارجها، فالفهم الجيد لها يساعد بشكل كبير في تعزيز الفهم والتفاهم والثقة والتعاون في أداء المهام بين الموظفين.

فالثقافة الاتصالية الفعالة تتطلب خلق مناخ تواصلي ملائم في إطار الهيكل التنظيمي والتمكين من النشاط في فضاءات مفتوحة إضافة إلى إنشاء فضاءات أخرى للالتقاء وتبادل الآراء والأفكار، على هذا أضحي من الضروري تنظيم اللقاءات والندوات التي يشارك فيها الأفراد من أجل تعزيز الثقافة الاتصالية داخل المؤسسة، وبناءا مما تم طرحه تم تقسيم هذا الفصل إلى المباحث التالية :

المبحث الأول: الثقافة الاتصالية.

المبحث الثاني: أسس وأبعاد الثقافة الاتصالية وأهم مميزاتها.

المبحث الثالث: خطوات ووسائل الثقافة الاتصالية والمتغيرات المساهمة في تشكيلها.

المبحث الأول: الثقافة الاتصالية.

تعد الثقافة الاتصالية جزءاً أساسياً في الحياة الاجتماعية والثقافية لأي مجتمع حيث أنها تؤثر على العلاقات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والثقافية، وهي تختلف من مجتمع لآخر فهي تؤثر بشكل كبير على عملية التواصل والتفاهم بين الأفراد وفي هذا المبحث نتطرق إلى التعرف عن مفهوم الثقافة الاتصالية بشكل عام وأهم مكوناتها وأنواعها.

المطلب الأول: تعريف الثقافة الاتصالية

يحتوي مصطلح الثقافة الاتصالية على عدة تعاريف تختلف قليلاً في تركيزها ومدى التأكيد على بعض الجوانب الأساسية ومن بين هذه التعاريف:

يعرفها تايلور بأنها "عبارة عن مجموعة من الافتراضات والقيم الأساسية التي تطورها جماعة معينة من أجل التكيف مع المؤثرات الخارجية والداخلية والتي يتم الاتفاق عليها وعلى ضرورة تعليمها للعاملين الجدد في التنظيم".¹

كما تعرف أيضاً بأنها "مجموعة من القيم والأخلاق والسلوكيات التي تعتمد عليها المنظمة في التعامل مع الأطراف المختلفة وفي أدبيات إدارة الأعمال ونظرية المنظمة توجد مجموعة من التعاريف التي تعطي لهذا المفهوم في سياق التركيز على البعض من مفرداتها الظاهرة أو الخفية ومع ذلك فإنه يمكن رؤية الثقافة بكونها تمثل مجموعة القيم والمعتقدات والافتراضات والرموز والطقوس والمعايير السلوكية والاتصالات والتقاليد والأعراف السائدة في منظمة ما".²

¹-عاكف لطفي خصاونة، إدارة الإبداع والابتكار في منظمات الأعمال، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص88

²-طاهر محمد منصور الغالب، وائل محمد صبحي ادريس، الإدارة الإستراتيجية منظور منهجي متكامل، ط1، دار وائل للنشر، عمان، 2007، ص 295.

يعرفها تايلور : والذي قال بأنها ذلك الكل المعقد الذي يشمل المعرفة والعقيدة والفنون والأخلاق والقانون والعادات وأية قدرات يكتسبها الإنسان كعضو في المجتمع.¹

وعرفت أيضا بأنها منظومة المعاني والرموز والمعتقدات والطقوس والممارسات التي تتطور وتستقر مع مرور الزمن، وتصبح سمة خاصة للتنظيم بحيث تخلق منهاجا عاما بين أعضاء التنظيم، حول خصائص التنظيم والسلوك المتوقع من الأعضاء فيه.²

وقد عرفها خبراء علم الإدارة فكانت التعريفات على النحو التالي:

- مجموعة من الافتراضات والاعتقادات والقيم والقواعد والمعايير التي يشترك بها أفراد المؤسسة وهي بمثابة البيئة الإنسانية التي يؤدي الموظف عمله فيها.

- مجموعة من القيم والمعتقدات والمفاهيم وطرق التفكير المشتركة بين أفراد المؤسسة والتي قد تكون غير مكتوبة يتم الشعور بها ويشارك كل فرد في تكوينها ويتم تعليمها للأفراد الجدد في المؤسسة.

- تفاعل مع الثقافات الفرعية بالمؤسسة من جانب وثقافة البلد في سياق قطاع المؤسسة من جانب آخر والثقافة الاتصالية هي مجموعة من القيم التنظيمية المميزة للمؤسسة كقيم المشاركة، الاتصال، احترام الوقت والالتزام والمؤثرة في سلوكيات وممارسات الفاعلين والتي من شأنها الحفاظ على أنماط العلاقات الإيجابية كالتماسك والرضا إضافة إلى تعديل بعض السلوكيات السلبية التي تزعزع استقرار المؤسسة وتعرقل تحقيق الأهداف.³

¹ - محمود سلمان العميان، السلوك التنظيمي في منظمات الأعمال، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2002، ص 309.

² - محمد قاسم القريوتي، نظرية المنظمة والتنظيم، ط3، دار وائل للنشر، عمان، 2008، ص373.

³ - حسن حريم، مبادئ الإدارة الحديثة، ط1، دار الحامد للطباعة، عمان، الأردن، 2006، ص95.

من خلال التعاريف التي تطرقنا لها يمكننا القول أن الثقافة الاتصالية هي القيم والمعتقدات والسلوكيات والممارسات الاتصالية القائمة في المؤسسة التي تؤثر على الاتصال بين مختلف الأفراد داخل المؤسسة وبين المؤسسة ومجتمع الأعمال بشكل عام.

المطلب الثاني: مكونات الثقافة الاتصالية

تتضمن الثقافة الاتصالية مجموعة عديدة من العناصر التي تؤثر في سلوكيات الأفراد، والتي تنعكس على ممارستها للإدارة وأسلوبها في تحقيق أهدافها واستراتيجياتها، ويمكن حصر مكوناتها في العناصر التالية:

القيم التنظيمية: القيم عبارة عن إتفاقات مشتركة بين أعضاء المؤسسة الاجتماعية الواحدة حول ما هو مرغوب وما هو غير مرغوب، غير جيد، أو غير مهم. والقيم التنظيمية تمثل القيم في مكان أو بيئة العمل، بحيث تعمل هذه القيم على توجيه سلوك العاملين ضمن الظروف التنظيمية المختلفة، ومن هذه القيم توجيه جهود المؤسسة نحو الأفضل، الاهتمام بالأداء والاحترام للآخرين، الالتزام بالقوانين وهكذا...
المعتقدات التنظيمية: هي عبارة عن تصورات مشتركة راسخة في أذهان العاملين في المؤسسة، وتدور حول طبيعة العمل والحياة الاجتماعية في بيئة العمل وطبيعة انجاز الأعمال والمهام الوظيفية، ومن المعتقدات أهمية مشاركة العاملين في عملية صنع القرارات، كيفية إدارة العمل وأثر ذلك في تحقيق الأهداف التنظيمية.

الأعراف التنظيمية: عبارة عن معايير يلتزم بها العاملون في المؤسسة على اعتبار أنها مفيدة للمنظمة، وغالبا ما تكون هذه الأعراف غير مكتوبة واجبة الإتباع، ومثال ذلك عدم تعيين الأب والإبن في نفس المؤسسة، وخاصة المنظمات التجارية كالبنوك.

التوقعات التنظيمية: وهي عبارة عن مجموعة من الأشياء المتوقعة التي يحددها أو يتوقعها الفرد من المؤسسة وكذلك تتوقعها المؤسسة من الفرد، خلال فترة عمل الفرد في المؤسسة مثال لذلك التوقعات

المتبادلة بين الرئيس والمرؤوس، وبين الزملاء فيما بينهم، والمتماثلة بالتقدير والاحترام وتوفير بيئة تنظيمية تدعم احتياجات الفرد الاقتصادية والنفسية والاجتماعية.¹

الموروث الثقافي للمنظمة: وهي تلك الأحداث التي مرت بها المؤسسة منها ما هو إيجابي والتي تحاول المنظمة التركيز عليه ونشره باعتباره عنصر محفز للأفراد ومنها ما هو سلبي تحاول المنظمة التغاضي عنه.² وهذه المكونات أو المظاهر يمكن التعاطي معها على النحو التالي:

***المكونات أو المظاهر الرمزية المادية:** وتعرف على أنها الأشياء المادية المحيطة بالأفراد والتي تشكل مصدرا للتحفيز المحسوس أثناء ممارستهم للفاعليات ذات الطابع الثقافي.

***المكونات أو المظاهر الرمزية السلوكية:** ارتبطت هذه المكونات بإسهام Beger(triceand) عندما درس الثقافة التنظيمية من خلال دراسة الطقوس Rite والشعائر Ceremonies التي تمارس في مناسبات خاصة وعلى النحو الذي يعزز من توفر قيم معينة أو علاقات معينة داخل المنظمة.³

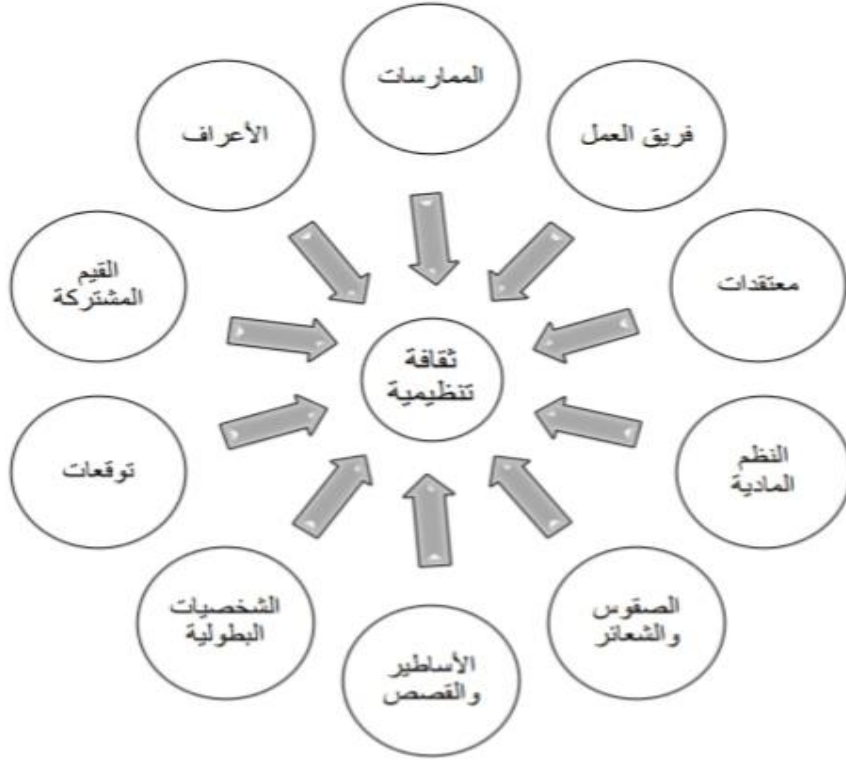
و يمكن توضيح مكونات الثقافة التنظيمية في الشكل التالي :

¹ - محمد الفتاح محمود بشير المغربي، السلوك التنظيمي، ط1، دار الجنان للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2016، ص 144.

² بلال خلف السكارنة، التطوير التنظيمي والإداري، دار المسيرة للطباعة والنشر، الأردن، 2013، ص 373.

³ إحسان دهب جلا، إدارة السلوك التنظيمي في عصر التغير، دار صفاء للطباعة والنشر والتوزيع، 2011، ص 615.

الشكل رقم 01: يوضح مكونات الثقافة الاتصالية



المصدر، محمد فلاق، العلاقة بين الثقافة التنظيمية وتطبيق إدارة الجودة الشاملة في الشركة العمومية الجزائرية

للبرترول، مذكرة ماجستير، كلية الدراسات العليا، الجامعة الأردنية، 2010م، ص 1

المطلب الثالث: أنواع الثقافة الاتصالية

للثقافة الاتصالية أنواع عديدة تختلف تبعا للوظيفة الأساسية لكل ثقافة وعليه يمكن تصنيفها إلى الأنواع التالية :

1- حسب كوينومكارثي:

تصنف هذه الثقافة وفق نوع الشخصية التي تنتمي اليها وطريقة تعاملها بالمعلومات وتحديد خصائص التنظيم في الثقافات التي تتسم بالمهنية واستخدام المعلومات في تحقيق أهداف المؤسسة عبر الثقافة التطويرية لتطوير المؤسسة والثقافة الاجتماعية لبناء اجتماعي وإتباع الهرمية لنشوء نظام بيروقراطي، لذا فإن ثقافة المؤسسة تنقسم إلى:¹

- **ثقافة مهنية:** تتسم الثقافة المهنية بتفاعل الفرد مع المعلومات التي تتضمن توضيح الهدف، وأحكاما منطقية، وتحديد الاتجاه، وعلى أنها وسائل تهدف إلى تطوير الأداء، الكفاءة، الإنتاجية، الربحية أو تأثيرات أخرى.

- **ثقافة تطويرية:** تتسم خصائص هذه الثقافة بالتعامل بالمعلومات البديهية من إبداع وابتكار، مما يتطلب استخدام المعلومات لغرض الدعم الخارجي والحصول على الموارد لغرض النمو، كما في الجامعات ومراكز التطوير.

- **ثقافة اجتماعية:** تتسم هذه الثقافة بالتعامل الجماعي مع المعلومات، وتتمثل في المناقشة، والمشاركة والإجماع لتحقيق التماسك الذي يتمثل في المناخ الاجتماعي والروح المعنوية، والعمل بروح الفريق.

¹ سامي فياض العزاوي، ثقافة منظمات الأعمال - المفاهيم والأسس والتطبيقات، معهد الإدارة العامة، الرياض، 2009، ص102.

- ثقافة هرمية: تتسم الثقافة الهرمية بالتعامل الرسمي مع المعلومات من توثيق، حسابات، تقييم ووسائل الاستمرار والبقاء وتتمثل بالاستقرار والرقابة والتنسيق.

2- أنواع ثقافة المؤسسة حسب أمل مصطفى عصفور: قسمتها إلى:¹

- الثقافة الإيجابية (القوية): وهي التي تعكس الاتفاق بين قيم العاملين وقيم المؤسسة، وهذا الاتفاق يجعل المؤسسة تسلك بموظفيها سلوكا إيجابيا في ما يمكن أن يشكل ثقافة إيجابية قادرة على التطوير والتغيير الإيجابي وتشكل في نفس الوقت نقطة قوة وميزة تنافسية للمؤسسة.

- الثقافة السلبية (الضعيفة): وهي التي تعكس وجود فروق بين قيم العاملين وقيم المؤسسة مع وجود معوقات كبيرة قد تمنع أي تطور تنظيمي، مما يمكن اعتباره من نقاط الضعف التي يجب على المؤسسة مواجهتها.

2- أنواع ثقافة المؤسسة حسب ولاش: (Wallach) قسمها إلى ثلاثة (03) أقسام وهي:²

- ثقافة بيروقراطية: وهي تتسم بالسلطة والمسؤولية، ويكون العمل على درجة عالية من التنظيم والتنسيق والترتيب، إضافة إلى أن تدفق المعلومات والصلاحيات وأنظمة الرقابة تتسم بالهرمية.

- ثقافة إبداعية: تتميز بها المؤسسات التي يتسم العمل فيها بالإنجاز والمخاطرة، وفي حالة زيادة الضغوط المستمرة تؤدي إلى إرهاق العاملين، ويكون هذا النوع من المؤسسات مجازفة لكونها خلاقة ومتحدية.

¹- أمل مصطفى عصفور، ثقافة منظمات الأعمال المفاهيم والأسس و التطبيقات، معهد الإدارة العامة، الرياض، 2009، ص 102.

²- اكرم عبد الحميد الصرايرة، العلاقة بين الثقافة التنظيمية والإبداع الإداري في شركتي البوتاس والفوسفات المساهمتين العامتين الأردني - دراسة مسحية، مؤتمة للبحوث والدراسات، المجلد 18، العدد 4، الأردن 2008، ص 197.

- ثقافة داعمة: حيث تتسم بالتماسك كالعامل بروح الفريق وذات توجهات نحو العلاقات والتعاون والحرية الفردية والمبادئ الإنسانية والعمل الجماعي.

المبحث الثاني: أسس وأبعاد الثقافة الاتصالية وأهم مميزاتها:

تعد الثقافة الاتصالية أحد أهم عوامل نجاح المؤسسة من أجل الوصول إلى أهدافها وتحقيق رؤيتها فإنها تعد جزءاً لا يتجزأ من الممارسات التنظيمية الناجحة وهي مهمة جداً لإطلاق مفهوم الاتصال الفعال داخل المؤسسة، وفي هذا المبحث نتعرف على أهم أسس الثقافة الاتصالية، أبعادها، مميزاتها:

المطلب الأول: أسس الثقافة الاتصالية:

تتضمن الثقافة الاتصالية العديد من الأسس والممارسات التي تعزز فعالية الاتصال داخل المؤسسة ويمكن تقسيمها إلى عدة أسس أهمها:

إن فضاءات التنشئة الاجتماعية ومسألة الثقافة الاتصالية سؤال يطرح نفسه وذلك سعياً إلى تحديد اتجاهات المعالجة وهي ذات أبعاد متنوعة ومتداخلة تتمحور كما أسلفنا حول مفهوم تملك تكنولوجيا الاتصال والذي لا يقتصر مضمونه على ملكية الأجهزة وانتشارها اجتماعياً، إنما يتجاوز الاقتناء الأدوات ليتمدد إلى ما هو أساسي أي إلى فلسفة وسياسة التوظيف الواعي والمنتج للتحويل النوعي على المستويين الثقافي والتربوي والسلوكي، أي إسهام فضاءات التنشئة الاجتماعية الأسرية والمدرسة في خلق الظروف النفسية والفكرية لمواكبة التحولات التكنولوجية، أي إسهام دور المدرسة بصفة خاصة في تأهيل الناشئة

لاكتساب رأس مال معرفي وسلوكي كفيل يتمكن الأطفال والأحداث من خلاله التعامل الواعي مع كثافة الصور الوافدة والمحلية.¹

الرسائل التي تبثها وسائل الإعلام المختلفة تحتوي على أهداف وكذلك تتضمن القيم وهذا الذي يعرف عنه بالتنشئة الاجتماعية فيعمل على تلقين جيل المستقبل مجموعة من المعارف لتشكيل الهوية الثقافية، فالعرض المستمر للرسائل الإعلامية المشحونة بالقيم، إذا ما عرضت بقوالب جذابة فإن ذلك يسمح لها بالتسلسل إلى اللاشعور لتشكل اتجاهها معنا دون وعي كامل من المتلقي فليس هنالك أخبار محايدة ولا ترفيه برئ لكل يحمل في طياته وبين سطوره كثير من القيم الخفية التي يراد ترويجها، وكلما قوبل بالرفض يلجا المسؤولون إلى هذا الأسلوب المغلق لغرس اثر هذه القيم على المتلقي على المدى البعيد من خلال:²

اللغة: إن حديثنا عن دور اللغة هنا يتمثل في تحقيق التعارف والتفاهم العالمي وإرساء قيم السلام ودعم مبادئ التسامح بين الشعوب والثقافات وتستند إليه مجموعة من المنطلقات، منها ما يخص النظرة إلى اللغة ودورها في تكوين الثقافات والعادات والتقاليد والتراث وغير ذلك من الأمور.

العادات والتقاليد: العادات الشعبية ظاهرة تاريخية ومعاصرة في آن واحد وهي حقيقة من حقائق الوجود الاجتماعي التي تتعرض لتغير وتجدد دائما تبعا لتجدد الحياة الاجتماعية واستمرارها ويقول "ريتشرخايس" في موضوع العادات : هناك بعض صور التعبير البسيطة أو وسائل العرض التي تتكرر دائما كعناصر

¹ عبد القادر بن الشيخ، التربية على وسائل الإعلام والاتصال الثقافة الاتصالية، مجلة اتحاد إذاعات الدول العربية، 2005، ص23

² مثال هلال المزاهرة، نظريات الاتصال، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص65.

عادة احتفالية ابتداء من أقدم الطقوس أو تقديس الموتى، حتى احدث عادات الأعياد التي تعرفها، فالممارسات السحرية الريفية القديمة والاحتفالات المالية في المدن والمواكب الدينية والاجتماعات تستخدم الأشكال نفسها وعناصر العادات نفسها، أما الفارق الوحيد فهو المستوى الثقافي الذي تظهر فيه العادة والمناسبة التي تستخدم فيه¹.

القيم: تعتبر القيم عنصراً رئيساً في تشكيل ثقافة المجتمع فالقيم هي المثاليات العليا للأفراد والمجتمع كما أن القيم تقوم بدور كبير في إدراك الأفراد للأمور حولهم وتصورهم للعالم المحيط بهم فهي تعبر عن البيئة أحسن تعبير، ونجد مرتكزات أساسية تقوم عملية التفاعل الاجتماعي إذ أنها تعد القاعدة الأساسية التي يركز عليها أي مجتمع، ولذلك نجد أنه مع كل تغيير في التركيب للمجتمع لا بد أن تتغير القيم لتواكب التركيب الجديد للمجتمع.²

المطلب الثاني: أبعاد الثقافة الاتصالية:

قام "هوفستيد" بتحديد أربعة أبعاد رئيسية للثقافة التنظيمية تتمثل في ما يلي:

- **الفردية مقابل الجماعية:** إن الفرق بين الفردية والجماعية يعتمد على المدى الذي يعرف بها الأفراد ثقافة معينة أنفسهم بشكل أساسي سواء كالأفراد وذلك في مقابل أعضاء المجموعات، ففي بعض المجتمعات ينظر إليه بطريقة فردية وفي مجتمعات أخرى يتم تقييمه بطريقة جماعية.

¹ - رشدي أحمد طعمة وآخرون، اللغة العربية والتفاهم العالمي، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، 2009، ص37.

² - محمد الفاتح حمدي، أزمة القيم ومشكلات الشباب في زمن البث الفضائي العربي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2017، ص58.

- **مسافة السلطة:** فالعمال في هذه الحالة مستعدون ليتخطوا رغم أن الرؤساء لديهم السلطة إلا أنهم لا يحضون بهيبة من طرف مرؤوسيههم، أي كيفية توزيع السلطة بين أفرادها بشكل غير متكافئ.
- **تفادي عدم التأكد:** ويشير هذا البعد إلى مدى شعور الأفراد بعدم التأكد والارتياح للمواقف الغامضة أو المخاطر.
- **بعد الذكورية مقابل الأنثوية:** تمثل درجة تقبل المشاركة المتكافئة أي المساواة في الوظائف الاجتماعية بين الرجال والنساء في المنظمة والقيم المرتبط بالعمل¹.
- إضافة إلى هذا فالثقافة الاتصالية تتكون من مجموعة أبعاد أخرى يمكن أن نوجزها في مايلي:
- **مرونة التنظيم:** ويقصد بذلك قدرة التنظيم على الاستجابة والتكيف والتأقلم مع الظروف الداخلية والخارجية، أي قدرة المنظمة على الاستجابة للتغير والاضطرابات المفاجئة.
- **طبيعة العمل:** أن الأعمال الروتينية والمتكررة تؤدي إلى السأم والملل وقلة الإبداع بينما الأعمال الحيوية تغير التحدي الذي يواجهه الفرد وتدفعه إلى التفكير والخلق والابتكار.
- **أهمية الإنجاز:** تؤكد المنظمات على الإنجاز والإنتاجية كأسس للمكافأة المادية والمعنوية
- **أهمية التنمية الإدارية والتدريب:** يعكس التطوير الإداري للرؤساء والمشرفين وتدريب المرؤوسين اهتمام المنظمة بتطوير وتأهيل وتنمية العنصر البشري فيها كما يكون لها أكبر الأثر في تحقيق الأهداف التنظيمية.

¹- أحمد محمد عكاشة: اثار الثقافة التنظيمية على مستوى الاداء الوظيفي، رسالة ماجستير، إدارة أعمال، الجامعة الاسلامي، غزة فلسطين، 2008، ص 24.

- أنماط السلطة: السلطة أنواع منها المركزية واللامركزية، وتعني المركزية تركيز السلطة بيد الرؤساء

بينما اللامركزية تعني تشتت السلطة.¹

والشكل الموالي يوضح أبعاد الثقافة الاتصالية :

الشكل رقم 02: أبعاد الثقافة الاتصالية



المصدر، فادي سيد العربي طه العباسي، ترسيخ الثقافة التنظيمية الداعمة للعمل التعاوني المتبادل بين المدارس العالمية

في الرياض بالمملكة العربية السعودية في ضوء بعض الاتجاهات العالمية، مجلة كلية التربية، جامعة بور سعيد، العدد

19، 2016، ص128

¹محمود سلمان العميان، مرجع سابق، ص306

المطلب الثالث: مميزات الثقافة الاتصالية

تتميز الثقافة الاتصالية بعدة خصائص و محددات أبرزها :

- التأكيد على القيم الحالية للمنظمة عن طريق المناقشات والاتصالات.
- وقد أكد محمد بشير حمودي عن القيم الحالية للمنظمة للعمل بها، وكشف عن الاستفادة من القيم الحالية للمنظمة عن طريق المناقشات والاتصالات وكما رأى أيضا ضمان سري ان قيم المنظمة أي العمل بها، وكشف عن الاستفادة من القيم الأصلية التي حددتها المنظمة لنفسها أي مجموعة الأهداف القيمية الخاصة بالمؤسسة في مراجعة أداء الأفراد والجماعات في تشجيعهم على تدعيم وتعزيز هذه القيم.
- أيضا التأكيد على أن إجراءات الاستقراء تشمل القيم الأصلية للمنظمة وعلى أن العاملين يستطيعون تحقيقها وتمثلها في سلوكهم كما أشار في الأخير محمد بشير محمود الى تشجيع التدريب على الاستقراء بتوفير البرامج التدريبية الإضافية والتي تعتبر جزءا من البرامج الدائم للتدريب في المنظمة.¹
- الانتظام في السلوك والالتزام به: نتيجة التفاعل بين أفراد المؤسسة فإنهم يستخدمون لغة ومصطلحات وعبارات وطقوسا مشتركة تتعلق بالسلوك من حيث الاحترام والتصرف.
- المعايير: هناك معايير سلوكية فيما يتعلق بحجم العمل الموكل به القيم المتحكمة يوجد قيم أساسية تتبناها المنظمة ويجب على كل فرد فيها الالتزام بها.
- الفلسفة: لكل منظمة سياساتها الخاصة في معاملة العاملين والعملاء.

¹ محمود بشير محمود، وظيفة العلاقات العامة في تشكيل الثقافة الاتصالية للمنظمة، مجلة العلوم الانسانية، جامعة أم البواقي، المجلد 8، العدد 2، 2021، ص 291.

- **القواعد:** عبارة على أوامر تصدر عن المنظمة وتختلف في شدتها من منظمة إلى آخر والفرد يعمل في المنظمة وفق القواعد المرسومة له.

- **المناخ التنظيمي:** عبارة عن مجموعة الخصائص التي تميز بها البيئة الداخلية للمؤسسة التي تؤثر على قيم الأفراد ومواقفهم واتجاهاتهم وإدراكاتهم وتشمل مجموعة الخصائص تتمثل في الهيكل التنظيمي، النمط القيادي، السياسات والإجراءات والقوانين وأنماط الاتصال الخو جميع الخصائص التي ذكرت أعلاه تعكس ثقافة المنظمة ومن خلالها تتميز الثقافات من منظمة لأخرى.¹

- **الثقافة التنظيمية نظام متكامل:** وذلك من خلال خلق الانسجام بين العناصر المختلفة للثقافة داخل المنظمة بحيث أي تغيير على أحد عناصر الثقافة ينعكس أثره على باقي لعناصر الأخرى.

- **الثقافة التنظيمية لنظام متغير ومتطور:** عادة ما تكون ثقافة المنظمة قابلة للتغيير والتطوير تماشياً مع المتغيرات البيئية والخارجية من أجل تحقيق أهداف المنظمة.

- **الثقافة التنظيمية نظام مرن:** تتكيف الثقافة التنظيمية على المتغيرات التي تحدث داخل أو خارج المنظمة وهذا لتحقيق أهداف المنظمة.²

¹-محمود سلمان العمي، مرجع سابق، ص 315.

²- بلال خلف السكارنة، مرجع سابق، ص 372.

المبحث الثالث: خطوات ووسائل الثقافة الاتصالية والمتغيرات المساهمة في تشكيلها

الثقافة الاتصالية من أهم الأساسيات التي يجب على المؤسسات العناية بها وتطويرها بشكل دائم، وذلك حتى يتسنى لهم تعزيز التواصل والتفاعل مع عملائها ومنتجاتهم وفي هذا المبحث نتطرق إلى التعرف على خطوات الثقافة الاتصالية وأهم وسائلها والمتغيرات المساهمة في تشكيلها.

المطلب الأول: خطوات الثقافة الاتصالية.

تعد الثقافة الاتصالية احد العوامل المهمة في تحسين جودة الاتصالات بين الأفراد والمؤسسات و هي تشير إلى السلوكيات والممارسات والقيم الاجتماعية التي يستخدمها الأفراد في تبادل الرسائل لتأخذ الخطوات التالية :¹

- ضرورة الحرص والجدية في اختيار العاملين الجدد بما يمكن من الحصول على أفراد قادرين على قبول ثقافة المنظمة والتكيف معها.

- تجريد العاملين الجدد من الثقافة والخبرات والقيم والتجارب السابقة بغية تمكينهم من تبني الثقافة السائدة، وكذا قواعد السلوك الحاصلة بالمنظمة.

- التدريب الدوري للعاملين.

- استخدام نظم المكافأة والتحفيز بعناية بهدف تدعيم الأداء الجيد والذي يحقق أهداف المنظمة.

- إرشاد العاملين دوريا للتأكيد من انتشار وإعتناق الأفراد لثقافة المنظمة.

¹-محمد بشير محمودي، مرجع سابق، ص 292.

- تعريض العاملين للعديد من المواقف والتي يمكن من خلالها تعزيز ثقافة المنظمة لديها.
- تكليف العاملين للقيام ببعض الأعمال من خلال التقليد والمحاكاة كتدريب العاملين على تبني الثقافة السائدة في المنظمة.

المطلب الثاني: وسائل الثقافة الاتصالية

- تعتبر الثقافة الاتصالية من العوامل الأساسية لنجاح أي عملية اتصالية في المؤسسة سواء كانت داخلية أو خارجية، و لتحسين هذه الثقافة يمكن استخدام وسائل مختلفة أهمها:¹
- مشاركة العاملين: تعتبر النظم التي توفر فرص مشاركة للعاملين أو وسيلة حساسة لتطوير ثقافة المنظمة فهي تشجع على الانغماس في العمل وينمي الإحساس بالمسؤولية، وكذلك رفعاً لروح المعنوية وتحفزهم على أداء أعمالهم.
- الرقابة الذاتية: يعتبر ظهور أعمال واضحة ومرتبطة من داخل الإدارة في سبيل دعم القيم الثقافية الوسيلة الثانية لتطوير الثقافة فمثل العاملون يريدون معرفة ما هو مهم وإحدى الوسائل لذلك هي الرقابة.
- المعلومات عن الآخرين: إن المعلومات المتبادلة بين الأفراد العاملين في المؤسسة والوسائل الثانية المتوافقة معاً لعاملين تعتبر عنصراً هاماً في تكوين وتطوير ثقافة المنظمة.
- نظم العوائد والمكافآت الشاملة: ولا يقصد بالمال وإنما يشمل الاحترام، والقبول والتقدير للفرد يشعر بالولاء والانتماء للمنظمة التي يعمل بها ورفع الروح المعنوية كما أنه يركز على الجوانب الذاتية وعوامل الشعور بالولاء والانتماء للمنظمة.

¹-محمود بشير محمودي، مرجع سابق، ص 293.

المطلب الثالث: العوامل المساهمة في تشكيل الثقافة الاتصالية

تعد الثقافة الاتصالية من أهم المتغيرات التي تؤثر على عملية التواصل بين الأفراد والمجتمعات المختلفة فهي تعكس العادات والتقاليد والقيم التي تساعد الأفراد على التواصل فيما بينهم ولتحديد المتغيرات المساهمة في تشكيل الثقافة الاتصالية يمكن الإشارة إليها في ما يلي ¹:

- **المورد البشري:** يقصد بالمورد البشري هم مجموعة من الأفراد والجماعات التي تنتمي الى المنظمة من رؤساء ومرؤوسين، يتم توظيفهم لأداء كافة نشاطاتها تحت مظلة ثقافتها التنظيمية، ويختلف هؤلاء الأفراد فيما بينهم من حيث تكوينهم، خبرتهم، سلوكهم، اتجاهاتهم وطموحهم، كما يختلفون في وظائفهم ومستوياتهم الإدارية وفي مساهمهم الوظيفي، وقد أشارت أيضا بلمير سارة وسعدي وحيدة أنهم تحكمهم مجموعة من ضوابط القانون الداخلي للتنظيم أو مجموع القيم والأعراف الخاص بالمؤسسة والذي يستمد من ثقافة المؤسسين.

- **اللغة:** أداة الاتصال الإستراتيجية بين الأفراد العاملين ووسيلة تفاهمهم الرئيسية الوظيفية، والمعنى الوجد أن لغة يكون في أعلى حالاته لدى التعبير عن المشاعر المتعلقة بالسعادة والفرح أو الحزن والغضب للأشياء، وتتراوح مستوى التعبير عن تلك الأحاسيس من التصفير والغناء دلالة على الفرح والسعادة وفي معظم الحالات يكون استعمال اللغة نوعا من التنفيس عما في داخل الإنسان. فاستعمال اللغة يعبر بشكل صريح على نوع الاتصال السائد بالمؤسسة فاعتماد هذه الأخيرة على اللغة المنطوقة أو اللغة المكتوبة يحدد نوع الثقافة الاتصالية الموجودة بالمؤسسة، باعتبار اللغة جزء من الثقافة والثقافة تحدد هوية الأفراد، والهدف الرئيسي للغة هو توصيل المعنى فالناس يتحدثون لكي يعبروا عن معنى

¹ - بلمير سارة، سعدي وحيدة، دور الثقافة الاتصالية في تعزيز الرضا الوظيفي، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، المجلد 6، العدد 3، 2021، ص 27.

أفكارهم، ويستمعون لكي يكتشفوا معنى ما يقوله الآخرون فمخاطبة مجموعة من العاملين بلغة معينة معناه التفاعل مع ثقافتهم الاتصالية.

واللغة هنا لا يقصد بها المنطوقة فقط لفهم ثقافة الأفراد، وإنما أكدت بلمير سارة وسعدي وحيدة أنها تتعدى ذلك إلى اللغة غير المنطوقة من أجل فهم أعمق للأفراد والتي تبرز تراث وثقافة الأفراد دون الحاجة إلى التعبير بالمنطوق من الكلام.

- **الهيكل التنظيمي:** يعتبر الهيكل التنظيمي حسب محمود سلمان العمليان هو الآلية الرسمية التي يتمكن خلالها إدارة المنظمة عبر تحديد خطوات السلطة والاتصال بين الرؤساء والمؤوسين وكذلك عرفه قاموس أكسفورد بأنه: العلاقات التبادلية للأجزاء أو العناصر المكونة للوحدة ككل والتي تعين خصائصها وطبيعتها المنفردة، حيث يسمح الهيكل التنظيمي بتحديد نوع الثقافة الاتصالية السائدة في التنظيم من خلال تصنيفها الى تنظيم ميكانيكي أو تنظيم عضوي والذي يحدد مدى محل المركزية المتاح.

- **نمط القيادة:** القيادة هي النشاط الذي يمارسه شخص ما يحتل موقعا وظيفيا على هرم رأسي عادة ما يكون رسميا يتيح له الموارد اللازمة ليقود.

وهي القدرة على التأثير في الأفراد لتحقيق المطلوب منهم من خلال عملية الإقناع وبالتالي تكون القيادة هنا هي محصلة التفاعل بين القائد والأتباع وخصائص المهمة وتهدف إلى حث الأفراد على تحقيق الأهداف المنوطة بالجماعة. هذا الحث والذي يتمعن طريق استخدام العديد من الأنماط الاتصالية المختلفة والتي تختلف باختلاف النمط القيادي المتبني داخل التنظيم، حيث أشارت الباحثتان أن نمط القيادة السائد في المؤسسة من أهم العوامل المؤثرة في تشكيل الثقافة الاتصالية بالمنظمة.

- **تكنولوجيا المعلومات والاتصال:** استخدام أفراد المؤسسة لتكنولوجيات المعلومات والاتصال من خلال تأهيل العقليات أصبح من المسائل الرئيسية، لتوظيف فكرة إدخال وتبني تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسة، يخلق ميزة تنافسية متمثلة في ثقافة اتصالية معاصرة لجميع أفراد التنظيم من خلال تدريب العاملين على استخدام قنوات وشبكات اتصالية حديثة والذي يولد شعور لدى العاملين بالتميز والقدرة على مواكبة التطور ومنافسة المؤسسات العالمية.

- **نشاط المؤسسة:** يعرف نشاط المؤسسة بأنه "مجموعة المهارات التي يتقنها أعضاء المنظمة كالتكنولوجيا. إن طبيعة نشاط العمل من حيث الرقابة أو التنوع من شأنه خلق ثقافة اتصالية محددة في المؤسسة.

- **الطقوس الجماعية والاحتفالات:** تعرف الطقوس الجماعية بأنها: "التعبير المتكرر للأساطير بواسطة أنشطة منظمة ومبرمجة" وذلك بهدف ثقافة اتصالية قادرة وقوية على نقل وتأمين مجموعة من القيم إلى العاملين إضافة إلى تقوية الشعور بالانتماء للمؤسسة، أما الاحتفالات فهي نشاطات مبرمجة خصوصا من أجل مكافأة العاملين أو تشجيعهم فهي نشاطات مبرمجة خصوصا من أجل مكافأة العاملين أو تشجيعهم حيث تقام في مناسبات معينة، تستطيع الإدارة من خلالها تعزيز ثقافتها الاتصالية وخلق رابطة بين أعضاء المؤسسة.

- **الرموز:** ترى الباحثان أن الرموز عبارة عن إشارات مميزة مثل الشعارات واللوجو والألوان المعتمدة التي تمثل الصورة الرمزية الممثلة للمنظمة، كما أضافتا أيضا إلى نمط اللباس والتي تمثل الهوية البصرية للمؤسسة، كذلك تصميم المؤسسة يعكس ثقافتها الاتصالية .

خلاصة الفصل

من خلال ما تطرقنا له في هذا الفصل يتضح لنا جليا مدى أهمية الثقافة الاتصالية ، حيث تعد المادة الخام التي تتميز بها جل المؤسسات مهما كانت طبيعة نشاطها فهي تعتبر مفهوما يشمل جميع جوانب حياة المؤسسة ويغطي كل عناصرها المادية والمعنوية ، وباعتبار أن عناصر المؤسسة هم أفراد في المجتمع فهي تعد همزة وصل تربط بينهم وبين المؤسسة فنجاح هذه الأخيرة يرتكز أساسا على أبعادها الثقافية الاتصالية في الحكم على الموظفين.



تمهيد

لا يمكن لشخص أن يعيش دون بناء تصورات عن الواقع والأحداث والأشخاص ليتعامل مع هذه التصورات التي يطلق عليها مصطلح صورة ذهنية التي كان العقل البشري يستعين بها لفهم ومعرفة ما حوله في العالم. تعتبر الصورة الذهنية عنصرا مهما بالنسبة للمجتمع و المؤسسات فهي الهدف الأساسي الذي تسعى المؤسسة لتحقيقه عن طريق اكتساب صورة ايجابية عنها من طرف جماهيرها سواء الداخلية أو الخارجية فقد أصبح تكوين الصورة الذهنية الطيبة احد أهم أسباب نجاح المؤسسات باختلاف أنواعها... لكن بناء الصورة الذهنية لم يعد مجال اهتمام العلاقات العامة فقط، ولكنه أصبح مجال اهتمام علم الإدارة، حيث أصبح المديرون والقادة والمسؤولون يحتاجون بشكل متزايد إلى تطوير قدراتهم ومهاراتهم في التعامل مع الجمهور، والمساهمة في بناء صورة إيجابية لأنفسهم، وللمنظمات والمؤسسات التي يعملون في إدارتها.

المبحث الأول: مفهوم الصورة الذهنية

المطلب الأول: تعريف الصورة الذهنية:

ظهر مصطلح الصورة الذهنية إلى الوجود سنة 1908 على يد العالم جراهام دلاس والذي أشار في كتابه الطبيعية البشرية والسياسية إلا أن الناخبين في حاجة إلى تكوين شيء مبسط ودائم منظم عند الثقة في مرشح ما، ولم يستخدمها المصطلح في المنظمات الاقتصادية إلا مع بداية النصف الثاني من القرن العشرين¹.

يعد أرسطو أول من وضع الركائز الأساسية التي تطور من هذا المصطلح وكثير من النظريات اللاحقة حول مفهوم الصورة، عندما جعل من الصورة صلة الوصل بين الخيال والإدراك، وقدم مفهوم الصورة مقابلًا للماهية والمبدأ، فأصبحت الصورة عند أرسطو هي ما يتحدد في الشيء وهي مقابل المادة، فليس هناك صورة إلا في الذهن².

وتستخدم الأدبيات العربية مصطلحات مثل الصورة الذهنية والصورة المنطبعة كمقابل للمصطلح الانجليزي (image) وقد نتج عن عدم وجود مصطلح عربي واحد كمقابل ل (image) تعدد الاجتهادات في الترجمة العربية لمصطلح الصورة الذهنية، لذا يفضل استخدام مصطلح الصورة الذهنية لورودها بهذا الشكل عند أوائل من كتب في هذا الموضوع من العرب.

ويؤسس الإنسان صورته الذهنية عن الأشياء أو الأشخاص عن طريق التجارب المباشرة أو غير المباشرة وترتبط هذه التجارب بعواطف الأفراد واتجاهاتهم ونتيجة خبرات الفرد واطلاعه تكون هناك صورة ذهنية مختزنة تتضمن معارف ومعلومات بانتظار صور وافدة جديدة والتي يمكن أن تؤثر في الصور المختزنة، ولذلك فإن نوعية المعلومات المختزنة لدينا عن الآخرين هي التي تقرر صورهم في عقولنا فإذا كانت هذه المعلومات ايجابية كانت الصورة ايجابية والعكس صحيح، وهذا لا يعني عدم وجود بعض الصور الغامضة أو غير الواضحة المعالم بسبب تناقض في المعلومات التي تلقاها الفرد، فالتناسق في

¹ محمد منير حجاب، الاتصال الفعال للعلاقات العامة، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة 2007، ص167.

² حامد مجيد الشطري، الإعلان التلفزيوني ودوره في تكوين الصورة الذهنية، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع،

عمان 2013، ص114.

محتويات الصورة من حيث نوعية المعلومات و التجارب الشخصية المباشرة تؤدي إلى تكوين صورة قوية متماسكة.

حيث يعرفها علي عجوة بأنها الصورة الفعلية التي تتكون في أذهان الناس عن المنشآت والمؤسسات المختلفة وقد تتكون هذه الصورة من التجربة المباشرة أو غير المباشرة، وقد تكون عقلانية أو غير رشيدة، وقد تعتمد على الأدلة والوثائق أو الإشاعات والأقوال غير الموثقة، ولكنها في النهاية تمثل واقعا صادقا بالنسبة لمن يحملونها في رؤوسهم¹.

كما يعرفها قاموس لبريستول في طبعته الثانية بأنها تشير إلى التقديم العقلي للأشياء لا يمكن تقديمها للحواس بشكل مباشر، أو هي إحياء أو محاكاة لتجربة حسية ارتبطت بعواطف معينة، وهي أيضا استرجاع بشكل مباشر، أو تخيل لما أدركته حواس الرؤية أو السمع أو الشم أو التذوق لذلك فإن الصورة الذهنية هي الناتج النهائي للانطباعات الذاتية للأفراد أو الجماعات إزاء منظمة ما و تتكون هذه الانطباعات من خلال التجارب المباشرة وغير المباشرة وترتبط هذه التجارب بعواطف الأفراد و اتجاهاتهم وعقائدهم².

ويعرفها حجاب بأنها الانطباع الذي يكونه الفرد عن الأشياء المحيطة به متأثرا بالمعلومات المخترنة عنها، وفهمه لها، وذلك فإن الصورة الذهنية هي نتاج تفاعل عناصر المعرفة والإدراك، وهذه الصورة الذهنية للأشياء والموضوعات المحيطة تؤثر مرة أخرى في إدراكها لها، وبالتالي في تقييمها تقويما صحيحا³.

وتعرف راجية قنديل الصورة الذهنية بأنها تمثيل منظم لموضوع ما في النظام المعرفي للفرد والصورة الذهنية هي بنية تراكمية من السمات التي تميل نحو التجانس، فهي تمثل نموذجا مبسطا لبيئة الفرد، وتنشأ من تلقي الفرد رسائل عن طريق وسائل الاتصال المباشر وغير المباشر، وتتميز بأنها تشكل واقعا صادقا لأصحابها ينظرون من خلاله ويتصرفون على أساسه⁴.

¹ علي عجوة، العلاقات العامة والصورة الذهنية، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 1983، ص12.

² احمد السيد الكردي، الفلسفة والسياسة في منظمات الاعمال، 2010.

³ محمد حجاب، العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007، ص168.

⁴ يحي عبد الرحمان، الصورة الذهنية لدوائر العلاقات العامة لدى العاملين في الجامعات الأردنية، رسالة ماجستير في الاعلام، جامعة اليرموك، الأردن، 2013، ص44.

المطلب الثاني: خصائص الصورة الذهنية:

يوجد العديد من السمات والخصائص التي تتميز بها الصورة الذهنية من بينها ما يلي :

- تتسم الصورة الذهنية بان لها إطارا زمنيا سابقا، بمعنى أن الصورة الذهنية قديمة التكوين.
- تتسم الصورة الذهنية بان لها إطارا ذاتيا حسيا، بمعنى أن الصورة الذهنية ناتج من مقدرة الإنسان الحسية .
- تباين الصورة الذهنية بمعنى الصورة الذهنية تختلف من فرد لآخر ومن جماعة إلى أخرى و من مجتمع إلى آخر أنها تتقارب في أذهان الأفراد مكونة صورة ذهنية متماثلة لجماعة أو مجتمع ما، وهذا التباين يرجع إلى القدرات الحسية المتباينة بين الأفراد.
- الصورة الذهنية ديناميكية بمعنى أنها متغيرة وغير ثابتة سواء أكان التغير بطيئا أو سريعا وهذا التغير ناتج عن تفاعلها مع مثير جديد.
- الصورة الذهنية مكونة للصور بمعنى أنها تكون أو تنشئ صورا ذهنية جديدة دون الحاجة إلى اللجوء إلى القدرات الحسية، بناء على ما تملكه من صور ذهنية سابقا تكونت بعلم مثير حسي.¹

المطلب الثالث: مكونات الصورة الذهنية:

نتطرق إلى أهم العناصر المشكلة لصورة المؤسسة الواجب توفرها لتكوينها والتي تتمثل فيما يلي:

صورة العلامة التجارية:

تعرف العلامة على أنها اسم أو مصطلح أو رمز أو تصميم أو خليط من هذه الأشياء والتي تحدد سلع وخدمات المنتج وكذلك تفرق بينهما وبين منتجات المنافسين واسم العلامة هو احد مكوناتها التي يمكن نطقها من طرف المستهلك أو الموزع أو غيرها وقد يكون حروفا أو كلمة أو أرقاما، وتتمثل درجة النجاح المتوقع من الاتصال في تكوين صورة ايجابية عن المؤسسة بتأثير الثقة في علامتها التجارية لكن يجب علينا الفصل بين ثلاثة مصطلحات رئيسية في صورة العلامة التجارية وهي: اسم العلامة في حد ذاتها، صورة العلامة وهوية العلامة.²

¹ باقر موسى، الصورة الذهنية في العلاقات العامة، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص57.

² اسماعيل السيد، التسويق، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر، 1999، ص284.

صورة منتجات أو خدمات المنظمة:

تعتبر صورة منتجات المنظمة من العناصر المكونة للصورة الكلية لها، فمنتجات أي منظمة أو خدماتها ومدى جودتها وتمييزها ومدى قدرتها على مسايرة التغيير في اتجاهات العملاء ومسايرة التطور العلمي في إنتاجها وطريقة تقديم خدمات ما بعد البيع تؤثر على تقييم الجماهير لأعمال المنظمة ومدى كفاءة إدارتها وتساهم في تكوين صورة طيبة لها لدى الجماهير.¹

هوية العلامة:

و تقسم العلامة إلى ست أوجه رئيسية :

- 1- الجانب المادي، شكل المنتج، خصائصه المادية وكيفية استخدامه، التغليف، التعبئة .. الخ.
 - 2- الشخصية: تتمثل في فكرة الجمهور عن سمعة العلامة التجارية و مصنعها و فترة حياتها
 - 3- جو العلاقة بين العلامة والجمهور المستهدف : هل هي معرفة؟ هل يحبها الجمهور؟
 - 4- المحيط الثقافي الذي تحمله العلامة والذي تنشط فيه: ما مدى ملائمتها لثقافة وعادات وتقاليد الجمهور والسوق المستهدف.
 - 5- انعكاساتها على المستهلك: أي الصورة التي يأخذها الجمهور عن المشتري.
 - 6- الانطباع الداخلي: الصورة التي يحملها المشتري عن نفسه بالنسبة للعلامة، بماذا يفكر المستهلك بعد اقتنائه للعلامة؟
- إذا الاتصال يرتكز على إحدى هذه الأوجه أو على المجموعة، بغرض تحسين العلامة وصورتها وبيعها بطريقة أحسن لجمهور المؤسسة.

صورة إدارة المؤسسة لدى الجماهير:

ولذلك فإن فلسفة الإدارة في قيادة العمل في أي مؤسسة وفي قيامها بالاتصالات الناجحة في إدارة علاقتها مع الجهات المختلفة تعتبر من العناصر الهامة المكونة لصورتها لدى الجماهير حيث تشكل العناصر الحاكمة للثقافة التنظيمية التي توجه أداء وعمل إدارات المؤسسة المتعددة من ناحية، وتحكم

¹ نفس المرجع، ص 284.

تعاملاتها مع الجماهير الخارجية من ناحية أخرى، وهي الإطار الذي يحدد كل اتصالات المؤسسة ووسائلها إلى الجماهير، وتشكل صورتها الذهنية نحوها.

برامج المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة:

وهي تجسد الأعمال الفعلية للمؤسسة وسياساتها الرسمية اتجاه المجتمع ككل وجماهير المؤسسة في كل ما يصدر عليها من قرارات وأفعال، أي أنها تهتم بالأعمال الحقيقية للمؤسسة ماذا تفعل؟ لذا تعتبر البرامج والأنشطة المتنوعة التي تقوم بها المؤسسة في برامجها المسؤولية الاجتماعية عاملاً مؤثراً على عاطفة الجماهير نحوها وكسب الثقة و التأييد من طرفهم، لذا تعتبر البرامج المجتمعية والبيئية المختلفة جزءاً من مكونات الصورة الذهنية لأنها تجسد السلوك الأخلاقي للمؤسسة الأخلاقي للمؤسسة اتجاه المجتمع والجماهير الداخلية والخارجية.

صورة المؤسسة كمكان للعمل:

تؤثر انطباعات الجماهير عن المؤسسة كمكان للعمل على صورتها الذهنية من حيث توفير بيئة صحية جيدة للعاملين وخدمات اجتماعية وحوافز وأجور متميزة، كما يؤثر المظهر الخارجي لها من حيث مباني وأثاث ونظافة ونظام في العمل على إدراك الجماهير لها كمكان متميز للعمل.

أداء موظفي المؤسسة:

تتمثل في قدرة موظفي المؤسسة على تمثيلها بشكل مشرف لدى الجماهير من خلال التعامل الطيب معهم وسرعة أداء المهام الخاصة بهم مما يعطي انطباعاتاً إيجابية نحوها.

8-1- كفاءة الاتصالات المؤسسية:

تؤثر كفاءة الاتصالات التي تقوم بها المؤسسة مع الجماهير الداخلية والخارجية، وما تنقله المؤسسة في رسائلها للجمهور، في تكامل اتصالات المؤسسة وتوضيح هويتها، وفلسفتها للجماهير.

من هنا يتضح أن الصورة الكلية للمؤسسة هي محصلة من امتزاج وتفاعل عدة مكونات، بحيث يتوقف على المؤسسة اعتماد جملة من الاتصالات الفعالة التي من شأنها نقل الصورة الجزئية لكل مكون من المكونات.

المبحث الثاني: أنواع الصورة الذهنية والعوامل المؤثرة في بنائها:

المطلب الأول: أنواع الصورة الذهنية:

صنف الباحثون الصور الذهنية إلى خمس أصناف وعلى رأس هؤلاء العلماء و الباحثون (جيفك ينز) على النحو التالي:

- 1- الصورة المرآة: وهي الصورة التي ترى المؤسسة نفسها من خلالها.
- 2- الصورة الحالية: وهي الصورة التي يرى بها الآخرون المؤسسة.
- 3- الصورة المثلى: وهي صورة يمكن أن تتحقق إذا أخذنا في الاعتبار منافسة المؤسسات الأخرى وجهودها في التأثير على الجماهير ولذلك يمكن أن تمس بالصورة الذهنية.
- 4- الصورة المتعددة: وتحدث عندما يتعرض الأفراد الممثلين المختلفين للمؤسسة يعطي كل منهم انطبعا مختلفا، عنها ومن الطبيعي الا يستمر هذا التعدد طويلا فإما أن يتحول إلى صورة ايجابية أو سلبية أو تجمع بين الجانبين صورة موحدة تخللها العناصر الايجابية والسلبية تبعا لشدة كل منهما على هؤلاء الأفراد فالانطباعات السلبية تخلق صورة سيئة والانطباعات الايجابية تخلق صورة حسنة و الانطباعات المحايدة تخلق صورة متعددة.¹
- 5- الصورة المرغوبة: وهي التي تود المؤسسة أن تكون لنفسها في أذهان المشاهير.²

¹-باقر موسى، مرجع سابق، ص60

²- عاطف علي عبيد، الاتصال و الرأي العام، دار الفكر العربي، مصر، 1993، ص130.

المطلب الثاني: العوامل المؤثرة في تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسة:

1- رؤية ورسالة المؤسسة:

لكل مؤسسة رسالة أو رؤية تعكس القيم التي يتعين أن تكون لديها رؤية تتمتع بالوضوح و المصادقية ولذلك أن الرؤية تحمل في طياتها معلومات التي يعتمد عليها الناس في تشكيلهم للصورة الذهنية لها أهمية على مستوى أداء المؤسسات وتحقق انطبعا ايجابيا قادرة على إقناع الجمهور ولذلك ينبغي أن تكون مقبولة ومرضية لجميع الأطراف داخليا وخارجيا¹ وان تحمل بين طياتها هدفا واضحا وان تصاغ بأسلوب جيد. فعلى سبيل المثال تختزل شركة والت ديزني **walt Disney** رؤيتها بعبارة بالغة الإيجاز واضحة ومقولة وهي "إسعاد الناس" وتستمد الرؤية بيان قيمتها من شيئين هما: طريقة معالجة البيان و الإرشادات العامة التي يقدمها البيان كما يجب أن تتصف البيانات بالإيجاز والوضوح، التجديد، الاستقرار التحدي وان تكون ذات توجه مستقبلي وان تحمل روح الإبداع ، والرؤية تحمل هدف المؤسسة في خلق انطباعات ايجابية عن المؤسسة وتحسين صورتها.¹

2- ثقافة المؤسسة:

هي كل ماله صلة بالقيم والمعتقدات الداخلية للمؤسسة وتلعب ثقافتها دورا رئيسيا في ترجمة القيم التي يتضمنها بيان الرؤية إلى سلوك ايجابي عند الموظفين والزبائن. كما أنها تؤثر في طريقة تنفيذ كثير من الجوانب الإستراتيجية للمؤسسات. وهي قوة تطويرية بطيئة المفعول في عملية تشكيل الصورة و بناء السمعة على هذه الأهمية فانه ينبغي للمؤسسة رسم خارطة ثقافية وتحديد الطريقة² التي تربط هذه الثقافة بالسياسة الرسمية للمؤسسة وهذا العمل يحتاج الى توفير مجموعة من القيم والمعتقدات و السلوكيات فيمكن استخدام بيان الرؤية الخاص بالمؤسسة وغيرها من وسائل الاتصال الداخلي لإيصال هذه الثقافة الى الجميع لذلك فانه ينبغي مراعاة عدد من العوامل التي تؤثر في ثقافة المؤسسة.

أ. التوافق بين الثقافة العامة للمؤسسة وبين ما تنظر إليه الجماهير .

¹-صالح الشيخ، تكوين الصورة الذهنية للشركات ودور العلاقات العامة فيها، بحث مقدم لنيل الدبلوم في العلاقات

العامة، سوريا، 2009، ص10.

²- نفس المرجع، ص11.

ب. التوافق بين الثقافة وما يتطلب ظروف السوق وهذا يحتاج الى دراسات من نوع القياس للثقافة في السوق.

ت. التوافق بين الطبيعة الأنثروبولوجية لثقافة المؤسسة و هيكلتها.¹

3- هوية المؤسسة:

الهوية: هي الأداة الأهم في المؤسسة والتعبير المرئي للصورة التي ترغب فيها وهناك أربعة عناصر أساسية لهوية المؤسسة وهي : اسمها وشعارها الرمزي وشكل الحرف الطباعي ومخطط الألوان، إضافة إلى عناصر أخرى مثل البناء الذي تقطنه المؤسسة وديكورات مكاتبها والعلامات الخاصة بها والزي الموحد لموظفيها و السيارات التي تقتنيها و غيرها ، كلها تلعب دورا هاما في مساعدة الجمهور على التعرف على المؤسسة، وإعطاء صورة بصرية عن نوعية الجودة فيها، فكلما كان التصميم و الديكور أنيقا يعطي انطباعا عن جودة المؤسسة ومن المهام التي تؤديها هوية المؤسسة نجد أنها :²

✓ تخلق وعيا معرفيا بالمؤسسة.

✓ تتبها الجمهور للتعرف عليها.

✓ تعيد إحياء صورة عن المؤسسة مخترنة في أذهان الناس

وهناك عاملان أساسيان للهوية هما : البروز و الحيوية فالبروز أن تكون الهوية ملفتة للنظر وعامل الحيوية يعني قدرة الهوية على جذب الانتباه و الاحتفاظ به. تتضمن الهوية عدة عناصر رئيسية تساعد في ربط المؤسسة بأذهان الجماهير وهي :

➤ **أسماء المؤسسات:** إن الاسم يصف المؤسسة ماذا تفعل، وثانيا أنه عموما هو أول نقطة تواصل بين المؤسسة والجماهير.

➤ **الشعار Logo: والرمز :** للشعار أهمية عند المؤسسة فهو يحمل رسالة تشير إلى الثبات و الديمومة في تقديم المنتجات والخدمات والشعار الجيد نقطة تواصل بصري متميزة.

¹ علي عوجة، مرجع سابق، ص96.

² صالح الشيخ، مرجع سابق، ص11.

- **الألوان:** اللون هو آخر عنصر في هوية المؤسسة ويترك اختياره لمزاج المصمم أو المدراء في المؤسسة بالرغم من انه العنصر الأخير إلا انه مكمل لباقي العناصر، يدخل في إظهار الهوية لذلك لابد من إطلاق اللونين الأساسيين للمؤسسة حتى تنطبق في مخيلة الناس.¹
- **تشكيل الحرف الطباعي:** إن الأشكال المعتمدة في كتابة الحروف قد تنقل معاني دقيقة في المؤسسة قيل أن الحروف الرفيعة والطويلة والتي تنتهي في أعلاها وأسفلها بزوايا صغيرة أكثر أناقة.
- **تواصل المؤسسة مع الجماهير:** تقوم المؤسسة بالتواصل مع بواسطة استخدام جميع النشاطات الهادفة لإيصال المعلومة إما عن نفسها أو منتج بهدف التسويق المنتج وزيادة المبيعات أو لبناء الصورة عن طريق الترويج لاسم المؤسسة وبناء جسر الثقة بين المؤسسة وجماهيرها.² التي تعتمد عليها للتواصل مع جماهيرها البريد و مواقع الانترنت وغيرها من أشكال التواصل. كلها لها أهمية في صناعة الصور المرغوبة.
- **المسؤولية الاجتماعية:** لم تعد المؤسسات تعتمد على المراكز المالية لبناء هوية المؤسسة، بل ظهرت مفاهيم جديدة تساعد على خلق بيئة عمل قادرة على التعامل مع التطورات المتسارعة في الجوانب الاقتصادية والتكنولوجية والإدارية عبر أنحاء العالم ومن ابرزها مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، فقد أدركت أنها غير معزولة عن المجتمع وتنبهت إلى ضرورة توسيع نشاطها لتشمل ما هو أكثر من النشاطات الإنتاجية مثل هموم المجتمع والبيئة والى ضرورة الأخذ بعين الاعتبار النمو الاقتصادي والتقدم الاجتماعي وحماية البيئة.
- وتسعى المؤسسة المسؤولة اجتماعيا لتحسين الصورة الذهنية عند الجمهور وبالتالي كسب ثقته وخلق سلوك ايجابي تجاهه ومنتجاتها وزيادة المبيعات وكسب رضا العمال وزيادة الانتاجية والنوعية من خلال خلق فرص عمل جديدة اقامة مشاريع خيرية واجتماعية ذات طابع تنموي.³

¹ نفس المرجع، ص13.

² نفس المرجع، ص14.

³ نفس المرجع، ص16.

المطلب الثالث: كيفية تشكيل الصورة الذهنية لدى الجمهور الداخلي والخارجي.

للمؤسسة قبل البدء في تشكيل الصورة الذهنية لدى جمهورها لأبد من قيام بعدة بحوث لتحديد طبقات الجماهير التي ترغب أن تشكل لديها الصورة الذهنية ومن ثم تحديد البقات الأكثر أهمية بالنسبة لها كالتالي:¹

1- تشكيل الصورة الذهنية لدى الجمهور الداخلي: (الموظفين)

لبناء وتطوير الصورة التي ترغبها المؤسسة لنفسها فهي بمثابة إستراتيجية طويلة بالنسبة لها فالشركات التي تستند على هذا الأساس يسهل بناء صورتها الذهنية ولكن قبل البدء بتكوين الصورة لأبد من التعرف على الأشياء التي يفكر بها الجمهور تجاه المؤسسة وهذا بحاجة إلى دراسات وبحوث بناء الإستراتيجية المتبعة وتشكيل الصورة لدى الجمهور بحاجة إلى تكامل السياسات الرسمية المتبعة فيها.²

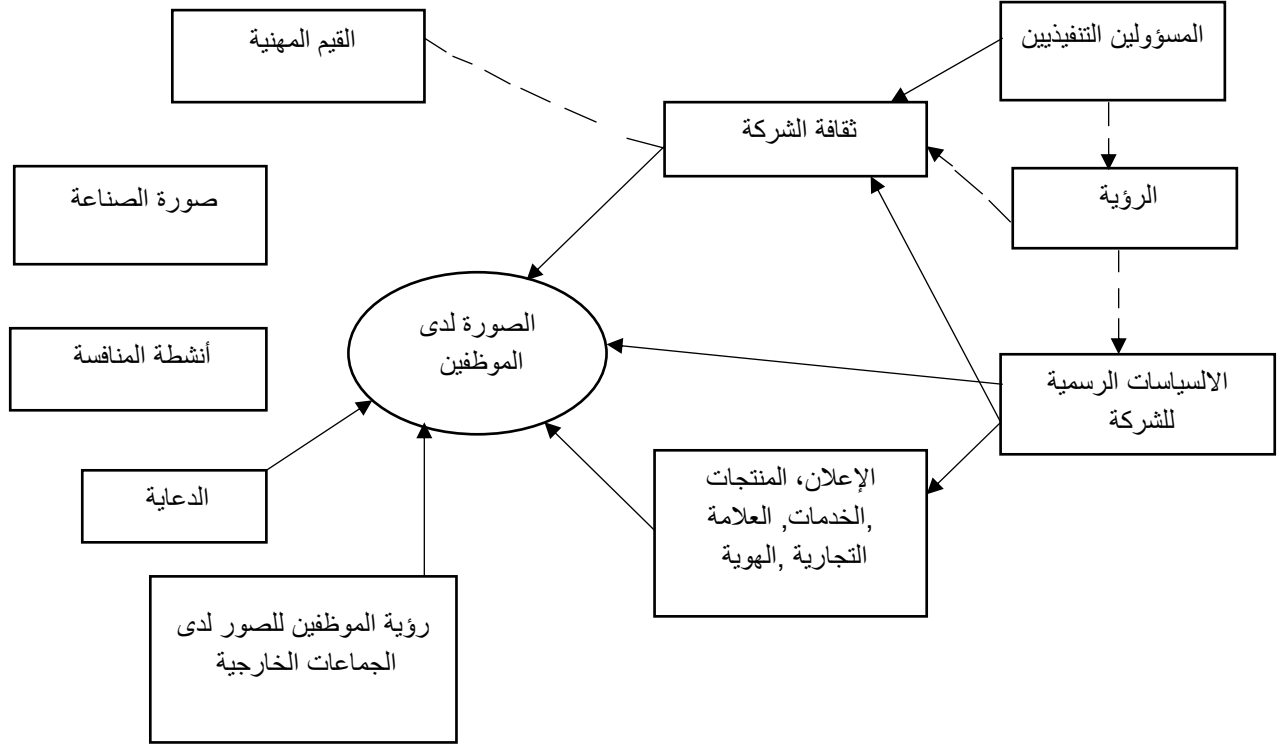
تجتمع فيها كل من كبير المسؤولين التنفيذيين إلى إدارة العلاقات العامة إلى إدارة الموارد البشرية التي تقوم كلها بوضع بنود الصورة المرغوبة وطرق تنفيذها، عندما تتحد هذه الدوائر على ثقافة واحدة مشتركة في التعامل مع الموظفين لاشك أنها ستجد نتيجة تلك الصورة الطيبة المرغوبة وثمة عدة عوامل ترسم انطباع الموظفين على الشركة نوضحها في الشكل التالي:³

¹ أحمد الدسوقي، ورقة عمل حول موضوع الصورة الذهنية لرجل الشرطة لدى الراي العام المصري مقدمة الى احدى دورات برنامج الامم المتحدة الإنمائي، مشروع دعم القدرات في مجال حقوق الانسان، ص 11.

² نفس المرجع، ص 13.

³ علي عجوة، مرجع سابق، ص 10.

الشكل رقم 03: العوامل المؤثرة في تشكيل الصورة لدى الموظفين.



المصدر: احمد الدسوقي ورقة عمل موضوع الصورة الذهنية لرجل الشرطة لدى الراي العام المصري، مقدمة الى احدى دورات برنامج الامم المتحدة الانتمائي مشروع مقدم لدعم القدرات في مجال حقوق الانسان، ص13.

يتضح من خلال الشكل أن تشكيل الصورة لدى الجمهور الداخلي بحاجة إلى نشاطات متعددة إخلال قد يؤدي إلى التشويش في جزء من الصورة ولذلك لابد للمسؤولين التنفيذيين الأخذ بعين الاعتبار كافة العوامل الواردة في الشكل الأول نظرا لأهمية جميع العوامل مع بعضها. ومن هو الذي يؤدي إلى الصورة المطلوبة¹.

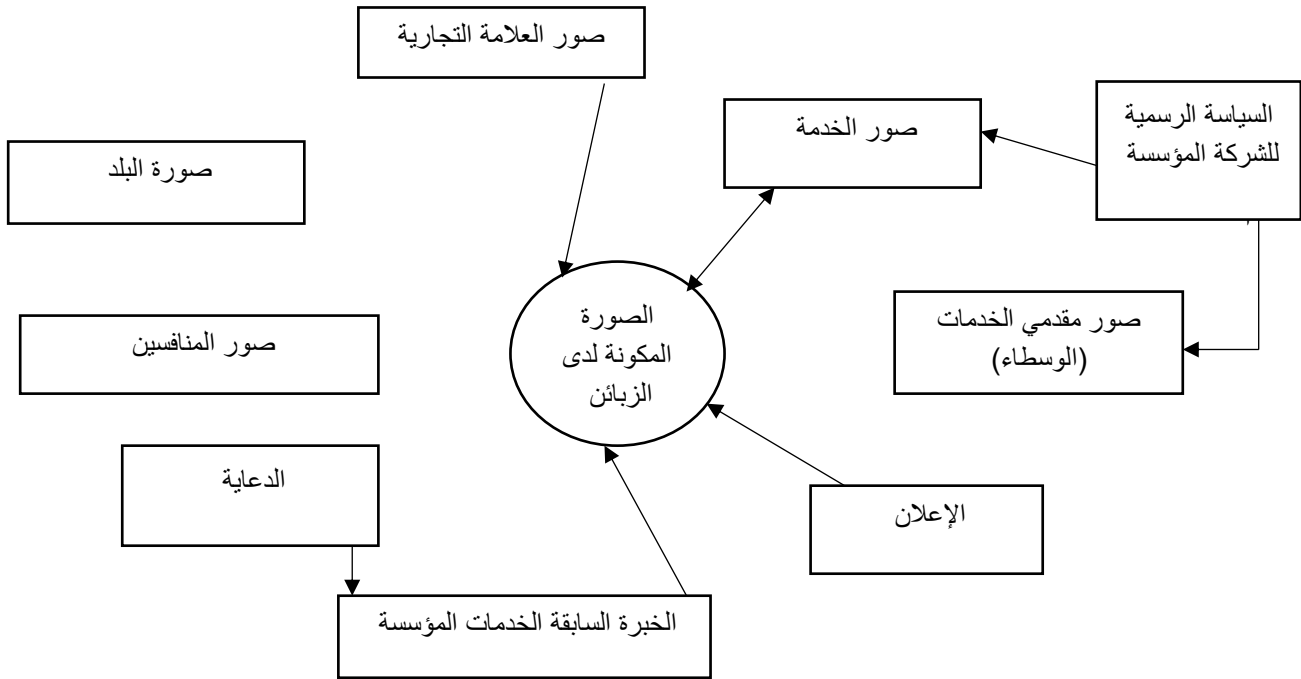
1- تشكيل الصورة الذهنية لدى الجمهور الخارجي :

بعد تهيئ المؤسسة بيئتها الداخلية لإظهار صورتها الحقيقية للزبائن وغيرهم من الجمهور الخارجي، تكون قد عملت وفق مبدأ "أبدا من الداخل إلى الخارج" وبالتالي تكون المؤسسة مهيأة لتقديم ذاتها إلى

¹أحمد الدسوقي، مرجع سابق، ص16.

الجمهور الخارجي كشركة أصلية وفريدة ويمكن الاعتماد عليها ولكن يجب الأخذ بعين الاعتبار عددا من العوامل التي نلخصها في الشكل الثاني.¹

الشكل (4): العوامل المؤثرة في تشكيل الصورة لدى الزبائن.



المصدر: نفس المرجع ص16

يمكننا القول أن جودة خدمات المؤسسة لدى جمهورها الخارجي ينتج عنها كسب رضا الزبائن

تشكل انطبعا ايجابيا عنها، لان الجمهور يتأثر بكل القيم الواردة في الشكل الثاني .

المبحث الثالث: مراحل وأبعاد تشكيل الصورة الذهنية وأهميتها

■ مراحل تشكيل الصورة الذهنية:

تتكون الصورة الذهنية للمؤسسة من خلال ثلاث مراحل أساسية هي:

¹ نفس المرجع، ص17.

1-2 المرحلة الأولى:

هي مرحلة تشكيل شخصية المؤسسة وهي تقدم فرصة للإدارة لتنمية فلسفة المؤسسة والتي تدمج قيمها الأساسية للمؤسسة والتي تشكل بدورها ثقافة المؤسسة، والجزء الأساسي الثاني من عملية إدارة الصورة الذهنية للمؤسسة ويتضمن تلك الأنشطة المصممة للتأثير في الإدارة الإستراتيجية للمؤسسة طالما أن رسالة المؤسسة واضحة فإن الإدارة تضع الأهداف النهائية للعمل.¹

2-2 المرحلة الثانية:

هي مرحلة هوية المؤسسة، وهي تحديد الأهداف الاتصالية للمؤسسة التي تتحدد بناء على الأهداف الكلية للمؤسسة، و هنا تبرز فلسفة الاتصالات مثلما تنشأ القضايا والموضوعات التي يجب على المؤسسة ان تهتم بالحديث حولها أي ماذا تقول؟ ما كمية المعلومات التي يجب نقلها؟ أي كيف يتم التعامل معها؟ من خلال بعض الوظائف مثل: بحوث الصور، المسح البيئي، مراقبة القضايا الاجتماعية والسياسية، والعلاقات مع وسائل الاعلام، ويجب أيضا تقديم تقرير سنوي حول النشاط الإعلاني للمؤسسة.²

3-2 المرحلة الثالثة: هي مرحلة صورة المؤسسة وتغيير المؤسسة، نقطة الالتقاء والتداخل بين الجماهير المتعددة وبين المؤسسة، حيث تتشكل خبرات جماهير المؤسسة بواسطة مخرجات النظم الادارية المتعددة.

■ أبعاد الصورة الذهنية:

هناك إجماع بين معظم الباحثين على أن الصورة الذهنية تشتمل على ثلاث أبعاد أساسية تتمثل فيما يلي:

البعد المعرفي:

ويقصد به المعلومات التي تتعلق بموضوع أو قضية أو شيء ما التي تبنى عليها الصورة الذهنية التي يكونها الفرد عن الآخرين و عن الموضوعات والقضايا المختلفة التي نحصل عليها من الآخرين تؤثر

¹ صالح عبد المحي، العلاقات العامة والاعلام في الخدمة الاجتماعية، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 2000، ص29.

² عوجة وفريد، مرجع سابق، ص133.

في دقة الصورة الذهنية التي نكونها عنهم، والأخطاء المتكونة لدى الافراد حول الأشياء هي أخطاء ناتجة أساسا عن تلك المعلومات والمعارف الخاطئة التي حصل عليها الإنسان.¹

البعد الوجداني:

يعني الميل بالإيجاب او السلب تجاه موضوع او قضية او شخص او شعب او دولة في اطار الصور الذهنية التي يكونها الأفراد، ويتشكل الجانب الوجداني مع الجانب المعرفي، ومع مرور الوقت تتلاشى المعلومات و المعارف التي كونها الافراد وتبقى الجوانب الوجدانية التي تمثل اتجاهات الافراد نحو الأشخاص والقضايا والموضوعات المختلفة ويتدرج البعد الوجداني بين الإيجابية والسلبية، ويؤثر على ذلك مجموعة من العوامل أهمها حدود توافر مصادر المعرفة.²

البعد السلوكي:

يمكن سلوك الفرد طبيعة الصورة الذهنية المشكلة لديه حيث ترجع أهمية الصورة الذهنية على انها تمكن من التنبؤ بسلوك الافراد، فسلوكيات الافراد يفترض منطقيا انها تعكس اتجاهاتهم في الحياة .

فإن للصورة الذهنية ابعاد تساهم في تشكيلها، حيث تمثل المعلومات المادة الخام التي تبنى عليها الصورة وامتزاج هذه المعلومات مع ميول الافراد ورغباتهم هو الذي يعكس سلوك الافراد الذي بدوره يحدد لنا نوع الصورة الذهنية.³

¹علي محمد الخطيب، اثر الخداع التسويقي في بناء الصورة الذهنية للمستهلكين في سوق الخدمات الأردني، رسالة ماجستير، كلية الاعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2011، ص31.

²كموش مراد، الصورة الذهنية لرجل الامن لدى الشباب الجزائري أطروحة دكتوراه، كلية الاعلام والعلوم السياسية، جامعة الجزائر 3، 2013، ص44.

³نفس المرجع، ص44.

■ أهمية الصورة الذهنية :

• ان أهمية الصورة الذهنية للمؤسسات تشكل عاملاً مهماً في تسويق اهدف المؤسسة في أداء رسالتها، وان اهم العوامل المؤثرة في نجاحها تعتمد على التسويق والتمويل الجيد لتتمكن من جذب الجماهير المستهدفة وكسب ثقة افراد المجتمع وتسويق منتجاتها او خدماتها او نشاطاتها وبرامجها خاصة في ظل تنافس المؤسسات في جذب الجماهير المستهدفة ودعمهم، ولا يمكن لاي مؤسسة ان تتنازل عن صورتها الذهنية لدى الجمهور، فإن اهملت المؤسسة ذلك فان الجمهور سيبنى انطباعاته اتجاه المؤسسة على ما يتم تغذيته من مصادر تجنيها الصورة الذهنية من معلومات. فان ابرز الفوائد التي تسعى اليها المؤسسة ما يلي :

- زيادة ثقة الجماهير المختلفة.
 - جذب مصادر التمويل لدعم المؤسسات وزيادة تمويل برامجها وأنشطتها.
 - استقطاب المهارات البشرية للتطوع في أنشطة المؤسسة.
 - توليد الشعور بالثقة والانتماء للمؤسسة في نفوس أعضاء المؤسسين والعاملين.
 - زيادة اهتمام قادة الرأي العام ووسائل الاعلام بالمؤسسة ودورها في خدمة المجتمع.
- ان طبيعة الصورة الذهنية في المؤسسة او الأشخاص تتوقف على قوة الصورة او ضعفها
- ولذلك فإن عملية تغيير الصورة تكون في بعض الحالات مؤلمة وقد تحدث صدعا في العلاقات العامة.¹
- فالصورة التي تنشأ عند الأفراد للمرة الأولى يصعب تغييرها او تبديلها لذلك تؤثر بشكل كبير في حالة ما إذا أردنا إحداث تغيير على هذه الصورة.²

¹ بسام عبد الرحمان الجرايدة، إدارة العلاقات العامة، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2013، ص321

² مفس المرجع، ص322.

خلاصة:

تناولنا في هذا الفصل مدخل لمفهوم الصورة الذهنية، لاسيما أن مفهومها قد عرف اهتمامات من طرف الباحثين والممارسين. حيث تطرقنا إلى تعريف الصورة الذهنية للمؤسسة والتي أجمعت كلها على أنها الانطباعات الذهنية التي تتكون لدى عامة الجماهير، وأبرزنا فيه خصائص و مكونات الصورة الذهنية ثم تطرقنا إلى أنواعها والعوامل المؤثرة في بنائها، و أبرزنا كذلك مراحل تشكيل الصورة الذهنية وأبعادها المتمثلة في البعد المعرفي، الوجداني والسلوكي أهميتها.



الإطار التطبيقي للدراسة

تمهيد :

بعدما تطرقنا في الإطار النظري إلى الدراسة النظرية للثقافة الاتصالية في الفصل الأول، والصورة الذهنية في الفصل الثاني، نتناول في هذا الفصل في المبحث الأول إلى التعرف أولاً على جامعة أكلى محند أولحاج عامة وكلية العلوم الاجتماعية والانسانية خاصة، أما المبحث الثاني نتطرق فيه إلى التحليل الإحصائي للبيانات الكمية والكيفية وتحليلها ومناقشتها وتحقيق هدف الدراسة الذي نسعى للوصول إليه والوصول إلى نتائج عامة لهذه الدراسة.

المبحث الأول : تعريف كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية جامعة أكلي محند أولحاج

المطلب الأول : التعريف بجامعة أكلي محند أولحاج بالبويرة :

جامعة البويرة المسماة جامعة أكلي محند ولحاج ،جامعة جزائرية تقع في ولاية البويرة، تأسست سنة 2005، باعتبارها مركزا جامعيًا تابعة لجامعة بومرداس، ثم رسمت جامعة سنة 2012.

أنشأت جامعة أكلي محند ولحاج البويرة بموجب المرسوم التنفيذي رقم 12-241 المؤرخ في 14 رجب عام 1433 الموافق ل 04 يونيو سنة 2012 المتضمن إنشاء جامعة البويرة، وهي مؤسسة عمومية ذات طابع علمي وثقافي ومهني تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي.

و تتضمن الجامعة ستة كليات و معهدين من بين هذه الكليات كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية التي أنشئت بموجب المرسوم التنفيذي تحت رقم 12-241 المؤرخ في 14 رجب عام 1433 الموافق ل 4 يونيو سنة 2012، نجد في الكلية أقسام من بينها قسم علم الاجتماع و علم النفس و علوم التربية و قسم الفلسفة اللذان يندرجان ضمن العلوم الاجتماعية ، و قسم الاتصال و التاريخ ضمن العلوم الإنسانية ، و قسم الشريعة ضمن العلوم الإسلامية . يبلغ عدد الأساتذة في كلية الاجتماعية و الإنسانية 143 أما الموظفين 68 و طلبة ماستر 02 عددهم 596 و ماستر 01 يبلغ عددهم 601.

المطلب الثاني :التعريف بالكلية و مهامها

• التعريف بالكلية

أنشأت كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية بموجب المرسوم التنفيذي تحت رقم 12-241 المؤرخ في 14 رجب عام 1433 الموافق ل 4 يونيو 2012 ، و المتضمن إنشاء جامعة أكلي محند أولحاج، تضم الكلية حاليا 6 أقسام.

• مهام كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية:

تتمثل مهام الكلية في :

متابعة عمليات التسجيل وإعادة تسجيل طلبة التدرج.

السهر على السير الحسن للتعليم.

السهر على السير الحسن للامتحانات واختبارات مراقبة المعارف.

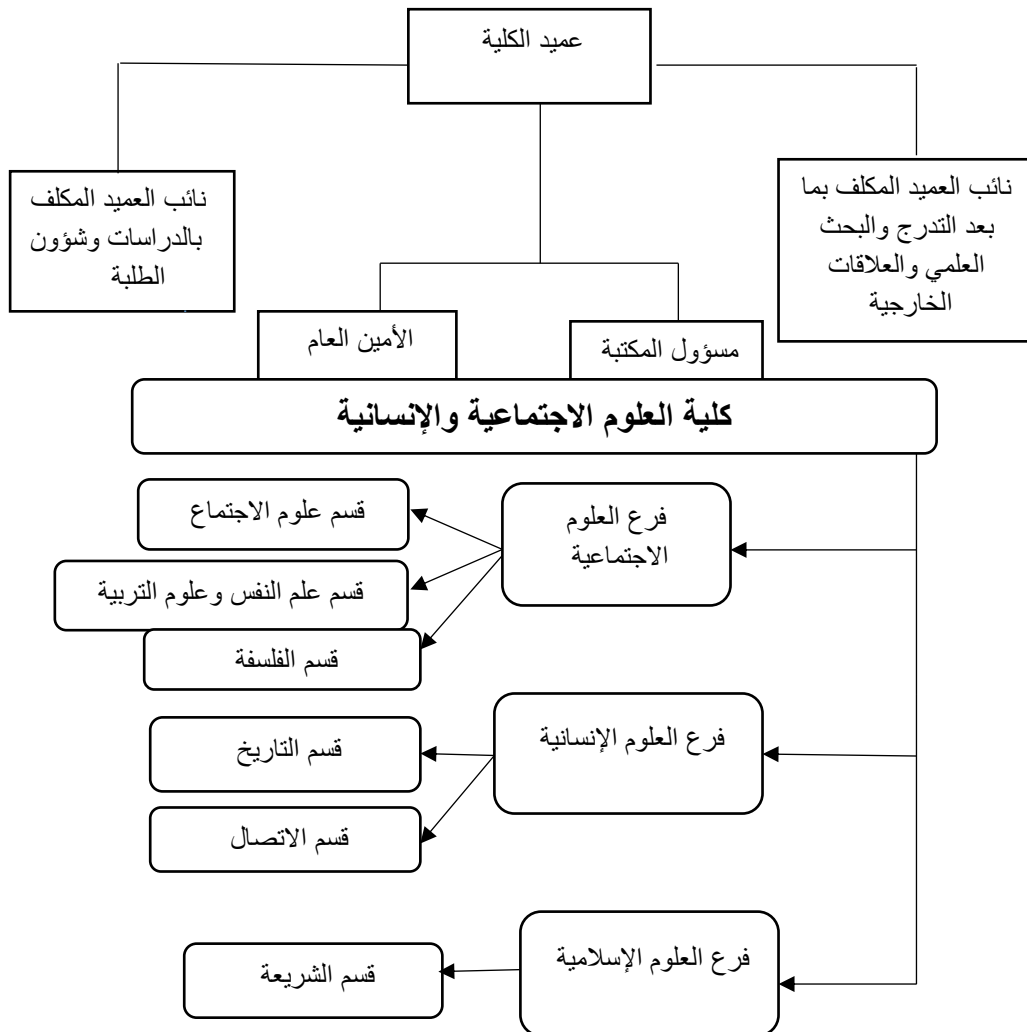
الإشراف على جميع و تصنيف وحفظ البيانات والمعلومات اللازمة لسير العمل في الادارة والعمل على تحديثها وتطوير نظم حفظها واسترجاعها.

الاهتمام بالبيانات الأساسية الخاصة بكل طالب.

التواصل مع الطلاب من خلال رسائل البريد الالكتروني واللوحات.

المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي للكلية

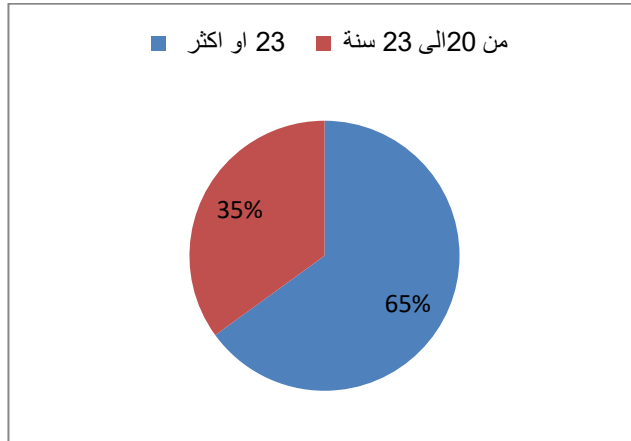
الشكل رقم 5: الهيكل التنظيمي لكلية العلوم الاجتماعية و الانسانية



المبحث الثاني : التحليل الكمي والكيفي لمتغيرات الدراسة

المطلب الاول : خصائص عينة الدراسة

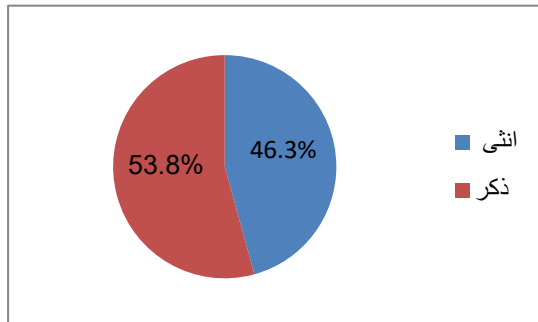
الجدول رقم 01: يبين توزيع وحدات العينة حسب متغير السن



العمر	التكرار	النسبة (%)
من 20 الى 23 سنة	28	35
23 او اكثر	52	65
المجموع	80	100

تشير معطيات الجدول أعلاه أن أغلبية الطلبة المبحوثين المقدرة نسبتهم 65% ينتمون للفئة العمرية من 23 فما فوق ،فيحين تقدر نسبة المنتمون للفئة العمرية (من 20 الى 23 سنة) قد رتب 35% .

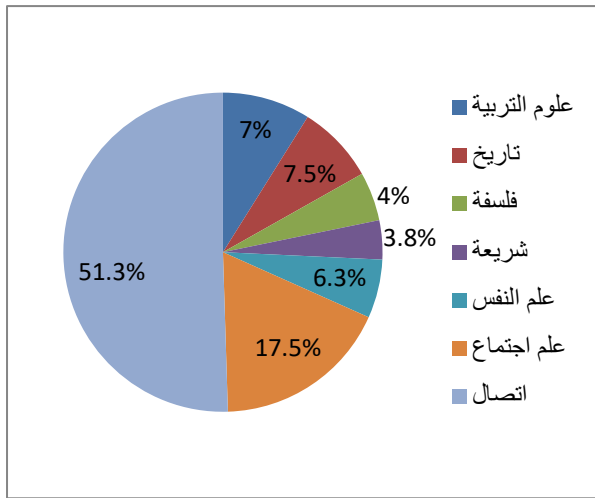
الجدول رقم 02: يبين توزيع العينة حسب متغير الجنس



الجنس	التكرار	النسبة (%)
ذكر	43	53.8
انثى	37	46.3
المجموع	80	100

من خلال معطيات الجدول أعلاه نلاحظ أن النسبة العالية من عينة الدراسة هم ذكور ب 54% و في مقابل نجد ان نسبة الاناث منخفضة مقارنة بنسبة الذكور حيث قد رتب 46 % ،حيث يشكل الذكور أكثر من الإناث في عينة الدراسة أما الحقيقة أن الإناث أكثر من الذكور في الكلية

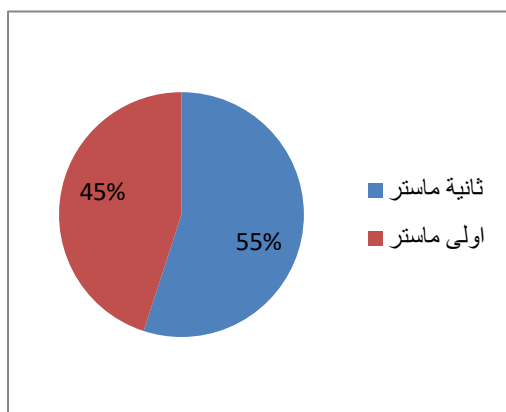
الجدول رقم 03: جدول يوضح توزيع العينة حسب متغير تخصص



التخصص	التكرار	النسبة (%)
اتصال	41	51.3
علم اجتماع	14	17.5
علم النفس	5	6.3
شريعة	3	3.8
فلسفة	4	5
تاريخ	6	7.5
علوم التربية	7	8.8
المجموع	80	100

يوضح الجدول أعلاه توزيع عينة الدراسة حسب متغير التخصص المدروس، حيث نلاحظ أن أغلبية الطلبة كان تخصصهم اتصال والتي قدرت نسبتهم ب 51,3%، ثم تلتها تخصص علم الاجتماع والتي قدرت نسبتهم ب 17,5%، بعدها أجاب ما نسبتهم 8,8% أنهم يدرسون تخصص علوم تربية، بينما أجاب البعض الآخر بأنهم يدرسون تخصص تاريخ و التي قدرت نسبتهم ب 7,5% في حين أن 6,3% كانت إجاباتهم بأنهم يدرسون علم النفس و التي بلغت نسبتهم 3,8%، بينما أجاب 5% بتخصص فلسفة، في حين كانت إجابة البقية بأن تخصصهم هو شريعة و التي بلغت نسبتهم 6,8%

الجدول رقم 04: يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي



المستوى	التكرار	النسبة %
اولى ماستر	36	45
ثانية ماستر	44	55
المجموع	80	100

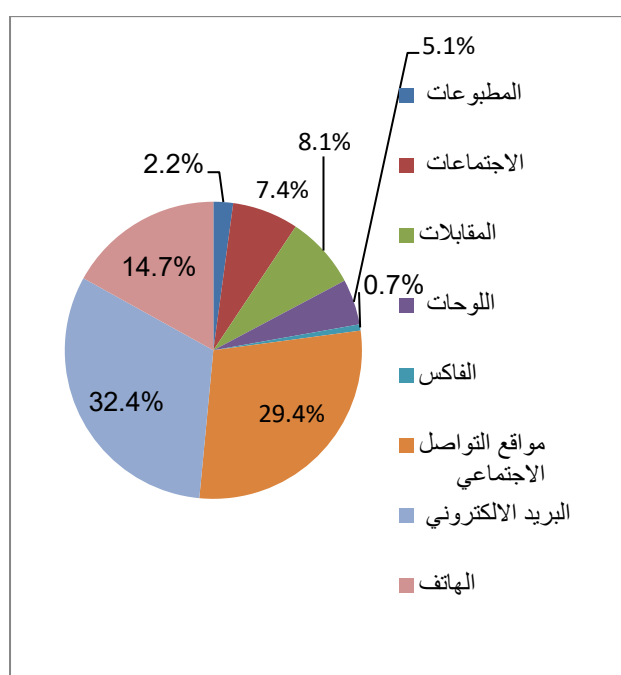
يبين الجدول أعلاه تقسيم عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي حيث أن أغلبية المبحوثين أجابو بأن

مستواهم التعليمي هو سنة ثانية ماستر بنسبة 55%، بينما أجاب البقية و التي كانت نسبتهم 45% بأن مستواهم الدراسي هو سنة أولى ماستر

المطلب الثاني: التحليل الكمي لبيانات الدراسة

المحور الأول: مكانة الثقافة الإتصالية في جامعة البويرة.

جدول رقم 05: يوضح الأساليب و الوسائل المستعملة للتواصل مع الطلبة في كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية

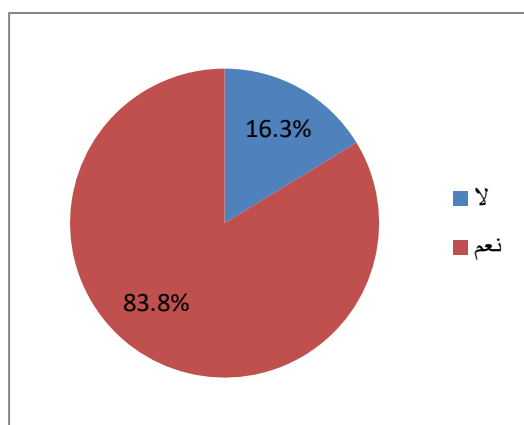


النسبة %	التكرار	
14,7	20	الهاتف
32,4	44	البريد الإلكتروني
29,4	40	مواقع التواصل الاجتماعي
0,7	1	الفاكس
5,1	7	اللوحات
8,1	11	المقابلات
7,4	10	الاجتماعات
2,2	3	المطبوعات
100	136	المجموع

أظهرت بيانات الجدول أهم الأساليب و الوسائل المستعملة للتواصل مع الطلبة في كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية، حيث أجاب أغلبهم بأن الكلية تستخدم البريد الإلكتروني من أجل التواصل مع الطلبة، بينما أجاب ما تقدر نسبتهم ب 29,4% بأنها تتواصل معهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي، بينما أجاب ما نسبته 14,7% بأنها تستخدم الهاتف في تواصل مع الطلبة، تليها المقابلات و التي قدرت نسبتها ب 8,1%، في حين أجاب 7,4% بأنها تستخدم المطبوعات في التواصل معهم، وأجاب 5,1% بأنها تستخدم المطبوعات من أجل التواصل معهم، في حين أجاب البقية و التي قدرت نسبتهم ب 0,7% بأن الكلية تستخدم الفاكس للتواصل مع الطلبة

بناءً على النتائج المتوصل إليها نستخلص أن البريد الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي تعتبران وسيلتين هامتين لتواصل كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية مع طلابها، فاستخدام البريد الإلكتروني هو الأسلوب الأنسب لتواصل كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية معطلًا بها فهو يساعد على إرسال رسائل فورية وذات مضمون كامل، مما يتيح تبادل المعلومات والاستفسارات بسهولة وسرعة بالإضافة إلى ذلك، يساعد على إرسال التنبيهات الهامة والتحديثات للطلاب بشكل جماعي، مثلاً لإعلان بشأن تواريخا لإمتحانات أو تحديثات المقررات، أما بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي، فهي تعتبر أداة أيضا فعالة للتواصل مع الطلاب بشكل غير رسمي وتعزيز الانتماء الجماعي للكلية يمكن استخدامها لمشاركة الأخبار والفعاليات القادمة، وكذلك توفير مكان للنقاش وتبادل الأفكار بين الطلاب و الأساتذة ومع ذلك، تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي أداة أكثر غير رسمية وتستغرق وقتاً لإدارتها و متابعة التعليقات والاستفسارات.

جدول رقم 06: يوضح إذ كان إستخدام هذه الوسائل من طرف الموظفين الإداريين له دور في رسم صورة إيجابية عن الكلية لدى الطلبة



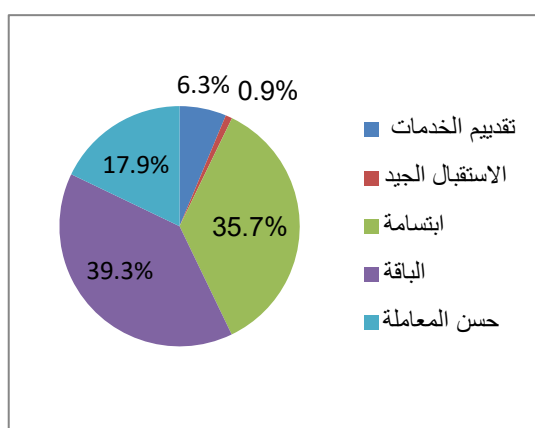
النسبة %	التكرار	
83,8	67	نعم
16,3	13	لا
100	80	المجموع

يكشف لنا الجدول إجابات المبحوثين حول إذ كان إستخدام الأساليب و الوسائل المستخدمة من طرف الموظفين و الإداريين في كلية علوم الإجتماعية و الإنسانية له دور في رسم صورة إيجابية عن الكلية لدى طلابها، حيث توصلنا أن أغلب إجابات المبحوثين كانت بنعم و التي قدرت نسبتهم ب 86,8%، بينما نفى البقية ذلك و أجابوا بلا و التي قدرت نسبتهم ب 16,3%.

ومنه نستنتج أن وسائل المستخدمة من قبل الكلية تلعب دوراً فعالاً في رسم صورة ذهنية جيدة للكلية لدى طلابها إذاً، يعني ذلك أن الطلاب يتأثرون بشكل مباشر بالطريقة التي تتواصل بها الكلية معهم وكيفية توفير المعلومات اللازمة لهم ويمكن أن يؤثر نوعية الاتصال وتواصل الكلية مع طلابها بشكل إيجابي

على وجهة نظر الطلاب حول الكلية ويساعد في بناء الثقة وتعزيز الولاء لديهم بالتالي فإن استخدام وسائل الإتصال الفعالة يساعد على تحسين صورة الكلية وزيادة التفاعل بين الطلاب و الكلية.

جدول رقم 07: مظاهر الثقافة الاتصالية لدى الموظفين الإداريين في تعاملهم مع الطلبة



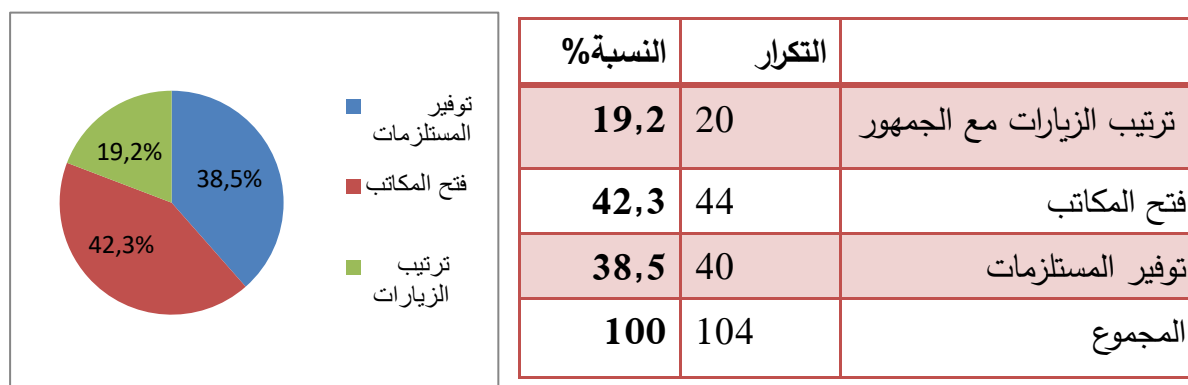
النسبة %	التكرار	
17,9	20	حسن المعاملة
39,3	44	الباقه
35,7	40	إبتسامه
0,9	1	الاستقبال الجيد
6,3	7	تقديم الخدمات
100	112	المجموع

من خلال الجدول أعلاه الذي يبين مظاهر الثقافة الإتصالية لدى الموظفين الإداريين في تعاملهم مع الطلبة أن أغلب المبحوثين التي قدرت نسبتهم ب 39,9% أجابوا بأنها تتعامل معهم بلباقة، تأتي في المرتبة الثانية والتي قدرت نسبتهم ب 35,7% كانت إجابتهم بأنهم يتعاملون معهم بإبتسامه، بينما تلتها في المرتبة الرابعة حسن المعاملة و التي قدرت نسبتها ب 17,9%، في حين أن التي كانت نسبتهم ب 6,3% أجابوا بأنها تتعامل معهم بتقديم الخدمات، أما البقية و التي قدرت نسبتهم ب 0,9% كانت إجابتهم بأنها تتعامل معهم بالإستقبال الجيد

بناء على إجابات المبحوثين والنتائج المتحصل عليها نستنتج أن مظاهر الثقافة الاتصالية لدى الموظفين الإداريين في كلية العلوم الاجتماعية و الانسانية في تعاملهم مع الطلبة تتجلى بشكل كبير في استخدام اللباقة والابتسامه عند التحدث مع الطلاب، ويعد استخدام اللباقة والابتسامه أدوا تمهية للتواصل الفعال، إذ يمكن أن تنعكس إيجابياً على الشخصية والمشاعر للطلاب، وتجعلهم يشعرون بالراحة والثقة في التواصل مع الموظفين الإداريين .وبالتالي، يمكن أن تؤدي إلى إقامة علاقات إيجابية ومرضية

بين الموظفين الإداريين والطلاب، وتحسين جودة خدمة العملاء في الكلية ورفع مستوى الرضا لدى الطلاب.

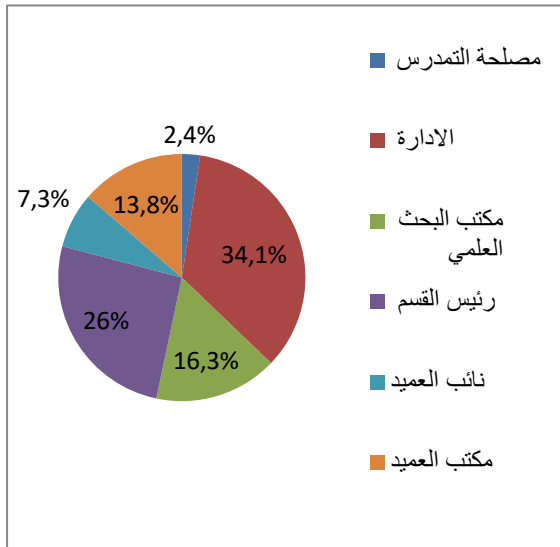
الجدول رقم 08: الأنشطة التي يمارسها الموظفون الإداريين لرسم صورة ذهنية عن الكلية



من خلال معطيات الجدول الذي يبين الأنشطة التي يمارسها الموظفون الإداريون لرسم صورة ذهنية عن الكلية، نرى أن أغلبية إجابات المبحوثين و التي بلغت نسبتهم 42,3% أجابو بأنها تفتح المكاتب، في حين أجاب 38,5% بأنها توفر المستلزمات، بينما كانت أجاب البقية في أنها تعمل على ترتيب الزيارات مع الجمهور و التي قدرت نسبتهم ب 19,2%

نستنتج أن من أهم الأنشطة التي يعمل على ممارستها الموظفون الإداريون لرسم صورة ذهنية حسنة عن كلية العلوم الاجتماعية والانسانية هي فتح المكاتب حيث تساعد في التواصل مع الطلاب والاستماع لآرائهم ومشاكلهم ومحاولة حلها بأسرع وقت ممكن إضافة لتقديم خدمات ممتازة وذلك عن طريق توفير الاستجابة السريعة للاستفسارات والطلبات وإنجاز الأعمال بسرعة وكفاءة. ويجب أن يتم تحسين وتطوير جودة الخدمات التي تقدمها الكلية لتلبية احتياجات الطلاب والمتعلمين بشكل أفضل. وبالتالي ستعكس هذه الجهود في صورة ذهنية إيجابية للكلية وسيزيد ذلك في تحسين تصور الطلاب والعاملين وأفراد المجتمع حول الكلية.

الجدول 09: أهم المكاتب التي يرتادها الطلبة في الكلية



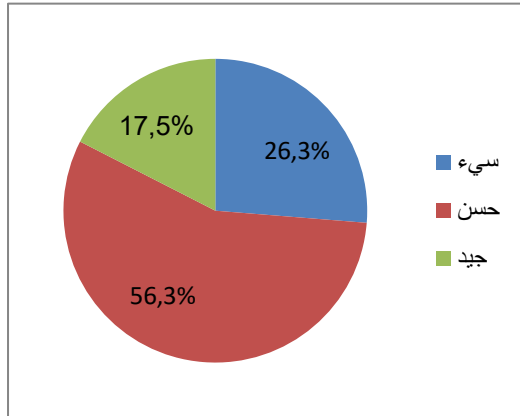
النسبة %	التكرار	
13,8	17	مكتب العميد
7,3	9	نائب العميد
26,0	32	رئيس القسم
16,3	20	مكتب البحث العلمي
34,1	42	الادارة
2,4	3	مصلحة التمدرس
100	123	المجموع

وفقا للجدول أعلاه يبين أنهم المكاتب التي يرتادها الطلبة في

الكلية، نلاحظ أن الاغلبية و التي بلغت نسبتهم 34,1% يرتادون مكاتب الادارة، تلتها رئيس القسم و التي بلغت نسبتهم 26% في حين الذين يرتادون مكتب البحث العلمي قد بلغت نسبتهم 16,3%، ثم جاء بعدها مكتب العميد و التي قدرت نسبته ب 13,8%، بينما قدرت نسبة الذين يتوجهون إلى نائب العميد ب 7,3%، في حين أجاب البقية بأنهم يتوجهون إلى مصلحة التمدرس بنسبة 2,4%

وعليه إن الطلبة في الكلية يتوجهون بشكل كبير إلى الادارة حيث تمكنهم من تقديم الشكاوى أو المقترحات التي تساعد على تطوير الخدمات المقدمة في الكلية، إضافة إلى الحصول على الدعم الأكاديمي اللازم، مثل الإرشادات الأكاديمية أو المساعدة في حل مشكلات دراسية إضافة إلى أنها تمكن الطلبة من الحصول على المعلومات والإرشادات الضرورية، وإجابات لأسئلتهم حول النظام الأكاديمي والإداري في الكلية.

الجدول 10: تقييم عينة الدراسة للإستقبال الذي تحظى به أثناء زيارة مكاتب الإدارة



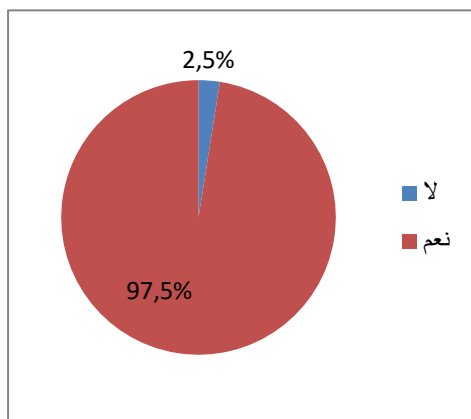
النسبة %	التكرار	
17,5	14	جيد
56,3	45	حسن
26,3	21	سيء
100	80	المجموع

يمثل الجدول أعلاه تقييم عينة الدراسة للإستقبال الذي يحظى به أثناء زيارة مكاتب الإدارة حيث أن الأغلبية والتي قدرت نسبتهم بـ 56,3% أجابوا أن الاستقبال يكون حسن، تلتها نسبة 26,3% من الذين أجابوا بأن الاستقبال يكون سيء، في حين أن البقية والتي قدرت نسبتهم 17,5% أجابوا بأن الإستقبال يكون جيداً.

ومنه نستخلص أن الطلبة يحضون بإستقبال حسن أثناء زيارتهم مكاتب إدارة الكلية وذلك نظراً لإيجابية تجربة الطلبة في التعامل مع موظفي إدارة الكلية، وربما يكون السبب في ذلك هو الاحترافية والتواصل والاهتمام بالطلبة والاحترام الذي يتمتع بها لموظفون في إدارة الكلية، إضافة إلى توفير المعلومات و الإجابة على إستفسارات و تلبية حاجات الطلبة بشكل جيد.

المحور الثاني: دور الأساتذة في رسم صورة ذهنية إيجابية لدى الطلبة

الجدول رقم 11: يوضح إذ كان للحضور الدائم للأساتذة دور في رسم صورة حسنة لدى الطلبة

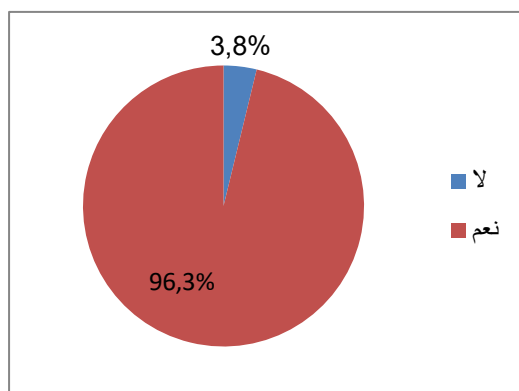


النسبة	التكرار	
97,5	78	نعم
2,5	2	لا
100	80	المجموع

يوضح الجدول اذ كان للحضور الدائم للأساتذة دور في رسم صورة حسنة لدى الطلبة فقد كانت إجابة الأغلبية و التي بلغت نسبتهم 97,5% بنعم، في حين أجاب البقية بلا و التي قدرت نسبتهم 2.5%

وعليه نستنتج أن الحضور الدائم للأساتذة له دور فعال في رسم صورة حسنة لدى الطلبة فعندما يكون هناك وجود مستمر للأساتذة في الكلية، يتيح ذلك للطلبة فرصة للتواصل مع أساتذتهم والاستفادة منهم في أي وقت .وبالتالي، يمكن أن يؤدي ذلك إلى تعزيز صورة إيجابية لدى الطلبة بشأن الكلية، وبالتالي يمكن أن تؤثر إيجابياً على إنطباع الطلبة فيما يتعلق بالتعليم في الكلية. لذلك، فإن حضور الأساتذة يمثل عاملاً هاماً لرسم صورة إيجابية للكلية لدى الطلبة.

الجدول 12: يوضح اذ كان لأسلوب التدريس دور في رسم صورة عن الاساتذة لدى الطلبة

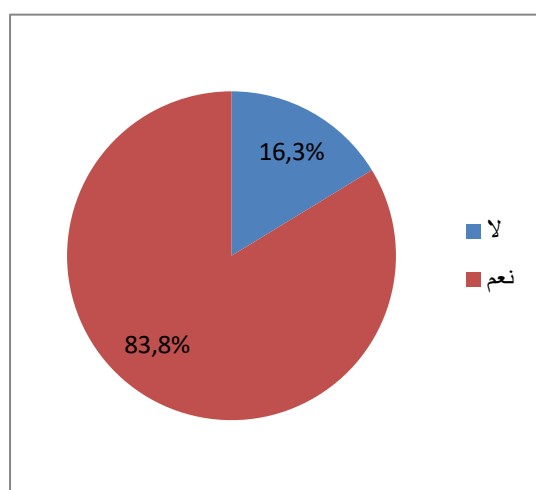


النسبة %	التكرار	
96.3	77	نعم
3.8	3	لا
100	80	المجموع

من خلال معطيات الجدول أعلاه والذي يوضح إذ كان لأسلوب التدريس دور في رسم صورة عن الأساتذة لدى الطلبة، فقد أجاب النسبة الكبيرة منهم والتي قدرت ب 96,3% بنعم، في حين أجاب البقية و التي بلغت نسبتهم 3,8% ب لا

في ضوء ذلك توصلنا إلى أن لأسلوب التدريس دور في رسم صورة جيدة عن الأستاذ لدى الطلبة فإذا كان الأسلوب الذي يتبعها لأساتذة في التدريس يثير اهتمام و تفاعل الطلبة، فإن ذلك يؤدي إلى إظهار جانب إيجابي للأساتذة وبالتالي ترسيخ صورة جيدة له مفيد هنا لطلبة، علاوة على ذلك، فإن الأساتذة الذين يتبعون أسالي بتدريس مبتكرة ويدعم و طرق التعلم النشطة، يمكن أن يكونوا عاملاً هاماً في إثراء تجربة الطلبة، وبالتالي تكون لهم صورة إيجابية في نظر الطلبة .ومن هذا المنطلق، فإن الأسلوب التدريس يلل أساتذة يشكل عاملاً مهماً في رسم صورة جيدة عن الأساتذة لدى الطلبة.

الجدول رقم 13 : يوضح إذ كان التقليل من إستخدام التكنولوجيا الحديثة للتواصل مع الطلبة من طرف الموظفين الإداريين له تأثير سلبي على ثقافة الكلية



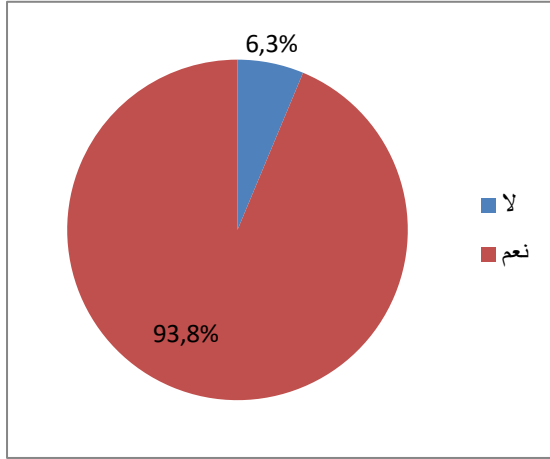
النسبة %	التكرار	
83.8	67	نعم
16.3	13	لا
100	80	المجموع

يكشف لنا الجدول إذ كان لتقليل من إستخدام التكنولوجيا الحديثة للتواصل مع الطلبة من طرف الموظفين الإداريين له تأثير سلبي على ثقافة الكلية، نلاحظ أن 83,8% من الطلبة كانت إجاباتهم بنعم، في حين أجاب البقية و التي قدرت نسبتهم 16,3% بلا

بناء على ذلك توصلنا إلى أن استخدام التكنولوجيا الحديثة في التواصل مع الطلبة والموظفين يعتبر عاملاً مهماً في بناء صورة إيجابية عن الجامعة. وتقليل استخدام التكنولوجيا الحديثة، خاصة من طرف الموظفين الإداريين، يمكن أن يؤثر سلباً على تجربة الطلبة في الجامعة، وقد يؤدي إلى تدهور ثقافة الكلية بشكل عام .

فعندما يكون التواصل بين الطلبة والموظفين في الجامعة جيداً، فإن ذلك يساعد على بناء بيئة جامعية إيجابية، ويساعد أيضاً على تحسين تجربة الطلبة ومسيرتهم الأكاديمية. ولذلك، فإن استخدام التكنولوجيا الحديثة في تواصل الموظفين الإداريين مع الطلبة يعتبر عاملاً مهماً في جعل الطلبة يشعرون بالانتماء إلى الجامعة وتحسين صورتها في نظرهم.

الجدول رقم 14: يوضح إذ كانت المساعدة المقدمة من طرف الأساتذة لها دور في رسم صورة ذهنية عن الأساتذة لدى الطلبة

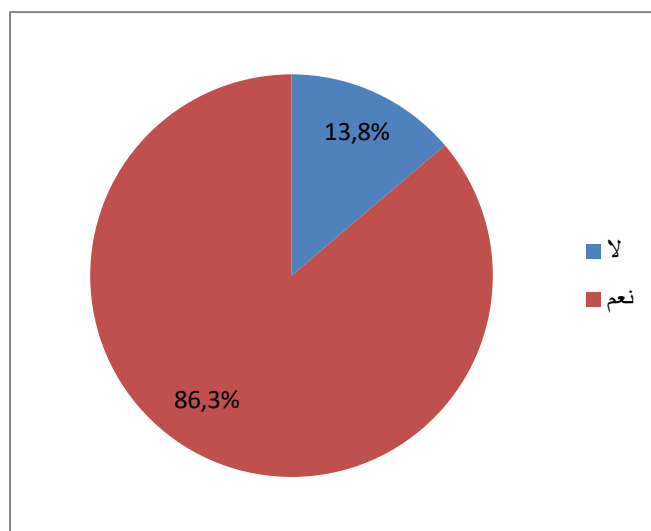


النسبة %	التكرار	
93.8	75	نعم
6.3	5	لا
100	80	المجموع

من خلال بيانات الجدول الذي يبين إذ كانت المساعدة المقدمة من طرف الأساتذة لها دور في رسم صورة ذهنية عن الاساتذة لدى الطلبة نرى أن 93,8% أجابوا بنعم في حين أن 6,3% أجابوا بلا

تكشف لنا النتائج المتحصل عليها أن عمل الأساتذة المتميز ومستوى الدعم الذي يقدمونه للطلبة يشكل انجزاً أساسياً منصوراً في نظر الطلبة. عندما يشعر الطلبة بأن الأساتذة يهتمون بهم ويدعمونهم في مجالتهما لأكاديمية، فإن ذلك يؤثر في الإيجابية التي يشعرون بها تجاه الجامعة بشك لعام. لذا، يمكن القول إن الدعم الذي يقدمه الأساتذة للطلبة يلعب دوراً حاسماً في بناء الصورة الذهنية للطلبة عن الأساتذة والجامعة، ويعد أحد العوامل المهمة في الحفاظ على سمعة الكلية وجذب المزيد من الطلبة.

الجدول 15: إذ كان للأساتذة دور في خلق روح الجماعة بين الطلبة

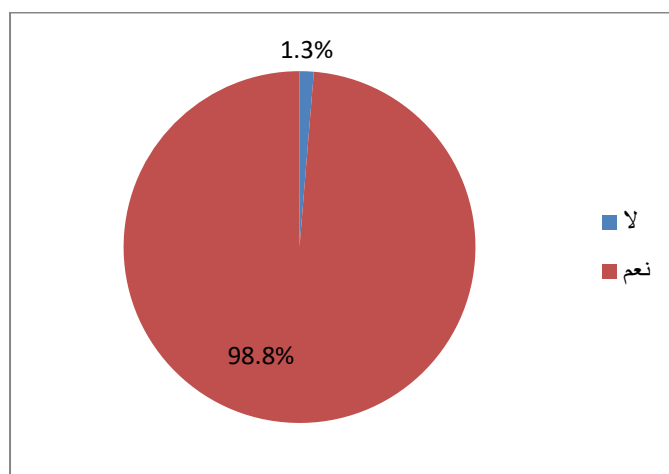


النسبة	التكرار	
86.3	69	نعم
13.8	11	لا
100	80	المجموع

من خلال الجدول أعلاه الذي يبين لنا إذ كان للأساتذة دور في خلق روح الجماعة بين الطلبة نلاحظ أن 96,3% من عينة الدراسة أبنعم في حين أجاب البقية ب لا و التي قدرت نسبتهم ب 13,8%

نتائج الدراسة التي أجريها اتوضح أن للأساتذة دور رئيسي في خلق روح الجماعة بين الطلبة في الجامعة فعندما يشعر الطلبة بالتقارب و التواصل الجيد مع الأساتذة، فإنهم يشعرون بانتماء أكبر للجامعة وللمجتمع الأكاديمي بشكل عام ونظرًا لأن الأساتذة هم أعضاء هامون في المجتمع الأكاديمي، فإن هم يعملون على إرساء جو الصداقة و التعاون بين الطلبة من خلال اهتمامهم بالطلاب وتحفيزهم على العمل الجماعي و التواصل مع بعضهم البعض بالإضافة إلى ذلك، فإن إدارة الأساتذة لشؤون الفوج الخاص بهم وتوفير الفرص للتواصل الأكثر مع الطلبة والعمل معهم في بيئة جيدة يشجع على خلق روح الجماعة في الأفرج، وكل ما زادت هذه الروح بين الطلبة، كل ما كان لها تأثير واضح في تحسين تجربة الطلاب الأكاديمية بشكل عام، حيث يتمتع الطلبة بالمزيد من الدعم و الإشراف و التوجيه الذي يمكن أن يساعدهم على تحقيق أهدافهم الأكاديمية بشكل أفضل وأكثر فعالية.

الجدول رقم 16: يوضح إذ كان التنمر اللفظي و الجسدي الذي يتعرض إليه الطلبة من طرف بعض الأساتذة دور في رسم صورة ذهنية سلبية عن الأساتذة



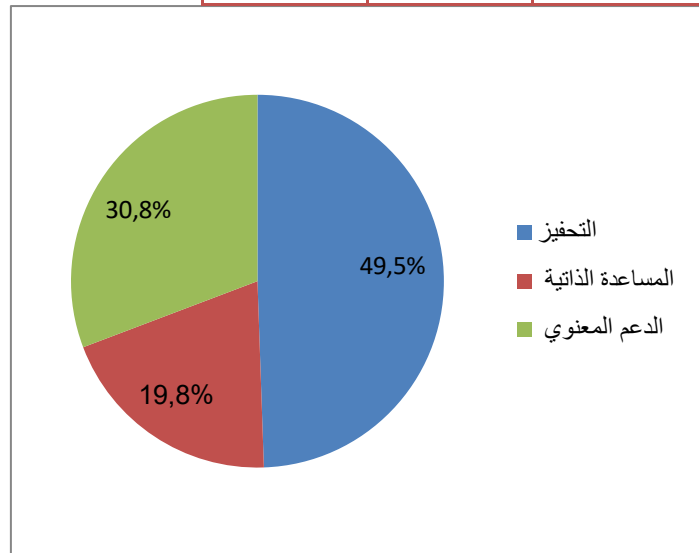
النسبة %	التكرار	
98.8	79	نعم
1.3	1	لا
100	80	المجموع

يكشف الجدول أعلاه إذ كان للتنمر اللفظي والجسدي الذي يتعرض له الطلبة من طرف بعض الأساتذة دور في رسم صورة سلبية عنهم لدى الطلبة، نلاحظ أن أغلبية إجابات المبحوثين كانت بنعم و التي بلغت نسبتهم ب 98,8% بينما أجاب البقية و التي بلغت نسبتهم 1,3% بلا

نستخلص أن التنمر اللفظي و الجسدي الذي يتعرض لها لطلبة من طرف بعض الأساتذة دور في رسم صورة ذهنية سلبية عن الأساتذة وهذه الصورة السلبية يمكن أن تؤثر على روح الجماعة بين الطلاب و تقلل من الشعور بالانتماء للمجتمع الأكاديمي. فعندما يشعر الطلاب بالتنمر اللفظي و الجسدي من الأساتذة، فإنهم قد يفقدون الثقة في الأساتذة بالكلية بشكل عام، مما يمكن أن يوجههم إلى اتخاذ قرارات سلبية مثل الانسحاب من الكلية أو البحث عن بيئة أكاديمية أخرى، وبالتالي، فإن التنمر يمكن أن يتسبب في خلق جو من العداء بين الأساتذة والطلاب، وهذا يعمق الهوة بينهما و يتسبب في فقد ان الصلة بينهما بشكل دائم. و علاوة على ذلك، فإن التنمر يتسبب في تشويه صورة الأساتذة التعليمية في عقول الطلاب و يقلل من تأثيره المعنوي والتربوي على الطلاب.

الجدول رقم 17: يوضح أهم الصفات التي رسمت لدى عينة الدراسة صورة ذهنية إيجابية عن الأساتذة

النسبة %	التكرار	
30.8	28	الدعم المعنوي
19.8	18	المساعدة الذاتية
49.5	45	التحفيز
100	91	المجموع



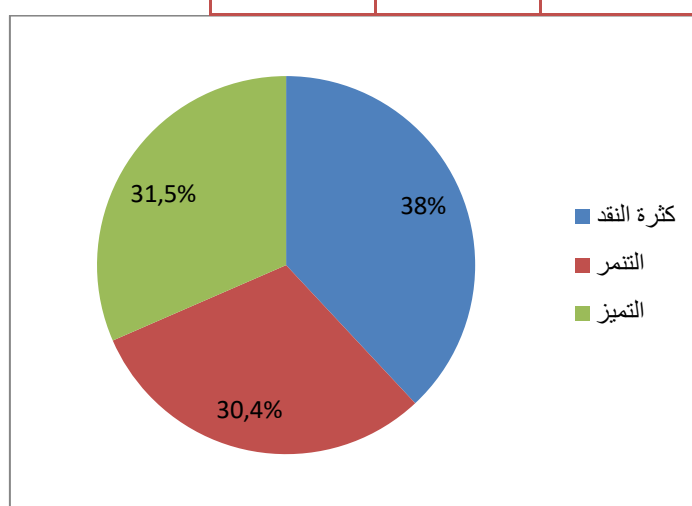
يظهر الجدول أهم الصفات التي رسمت لدى الطلبة صورة ذهنية إيجابية عن الاساتذة، نلاحظ أن الأغلبية و التي بلغت نسبتهم 49,5 % أجابوا أن التحفيز هو الذي ساعد في تشكيل صورة إيجابية في حين أن البعض أجابوا بأن الدعم المعنوي هو من ساعدهم في تشكيل صورة جيدة عن الأساتذة و التي قدرت نسبتهم ب 30,8%، بينما كانت إجابة البقية بأن من ساعدهم في تشكيل صورة حول الاساتذة هو المساعدة الذاتية بنسبة 19,8%

بناء على ما تقدم نرى أن التحفيز من بين الصفات التي رسمت لدى الطلبة صورة ذهنية إيجابية عن الأساتذة حيث يعد عنصرا مهما في تحقيق روح الجماعة الإيجابية بين الأساتذة والطلاب في بيئة التعليم،

و من خلال إظهار التحفيز و الإيجابية في التواصل مع الطلاب، يمكن للأساتذة أن يبنوا صورة ذهنية إيجابية عنهم في عقول الطلاب، وعندما يشعر الطلاب بالتحفيز من الأساتذة، فإن هم يتفاعلون بشكل إيجابي و يحسون بالتشجيع لتحقيق النجاح الأكاديمي. ولذلك يجب على الأساتذة العمل على تأكيد الإيجابية و التحفيز في كل الأوقات، و التفاعل مع الطلاب بإيجابية و استجابة لمختلف إحتياجاتهما أكاديمية و بهذه الطريقة، يتمكن الأساتذة من بناء صورة ذهنية إيجابية عنهم في عقول الطلاب، وفي المقابل تتعزز التحفيز و الجهود الأكاديمية لدى الطلاب لتحقيق النجاح و التفوق، مما يؤدي إلى تحسين الأداء الأكاديمي و الإسهام في بناء جو من العمل الجماعي الإيجابي في بيئة التعليم.

الجدول 18: يوضح الصفات السلبية التي رسمت لدى عينة الدراسة صورة ذهنية عن بعض الأساتذة

النسبة %	التكرار	
31,5	29	التمييز
30,4	28	التنمر
38	35	كثرة النقد
100	92	المجموع

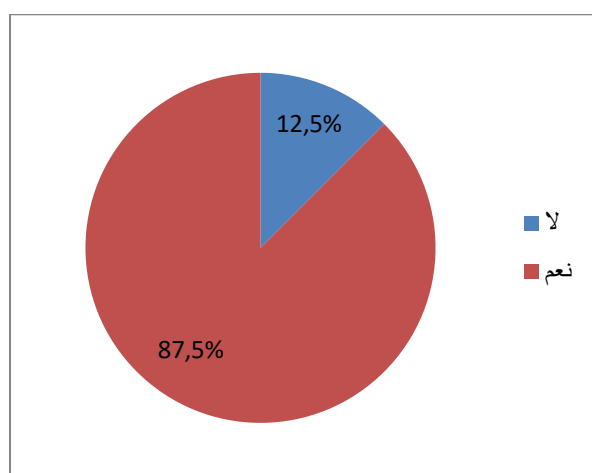


يمثل الجدول اعلاه الصفات السلبية التي رسمت عند الطلبة صورة ذهنية عن بعض الأساتذة، حيث نرى أن الأغلبية أجابو ب كثرة النقد و التي بلغت نسبتهم 38%، بينما أجاب 31,5% منهم بأن الصفة السلبية

التي رسمت لديهم صورة عن بعض الاساتذة هي التمييز، أما البقية فقد أحابو بأنه التتمر و التي بلغت نسبتهم ب 30,4% .

وعليه فان كثرة النقد هي من أهم الصفات التي ساعدت على تشكيل صورة سلبية لدى الطلاب عن بعض الاساتذة حيث أن النقد المتزايد للأساتذة يؤثر على رأي الطلاب تجاههم بشكل سلبي، حيث يصبحون أقل ترحيباً للتواصل معهم وقد يؤثر ذلك على درجات الطلاب و أدائهم العام . بجانب ذلك، قد يؤدي النقد المستمر إلى خلق صورة سلبية لدى الطلبة حول الأساتذة، حتى يصبحوا يحسون بالإحباط و الإمعان في الأخطاء، وبالتالي يتأثرون في مستواهم التدريسي . وهذا يؤثر سلباً على تحقيق أهداف التعليم وتطوير المهارات لدى الطلاب و الأساتذة على حد سواء . لذلك، يجب أن يتم التركيز على تقديم النقد البناء و المفيد بدلاً من النقد السلبي، حتى يتم تحسين الأداء التعليمي والتفاعل بين الطلاب و الأساتذة.

الجدول رقم 19: يوضح إذ كان للإساءة اللفظية من طرف بعض الأساتذة دور في رسم صورة ذهنية عن تواجد عنف لفظي إتجاه الطلبة من طرف بعض الأساتذة

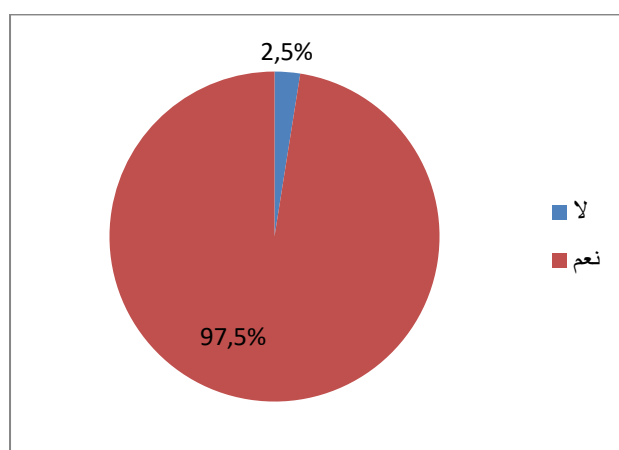


النسبة %	التكرار	
87.5	70	نعم
12.5	10	لا
100	80	المجموع

تبين لنا معطيات الجدول إذ كان للإساءة اللفظية من طرف بعض الاساتذة دور في رسم صورة ذهنية عن تواجد العنف اللفظي إتجاه الطلبة من طرف بعض الأساتذة، أجاب الأغلبية بنعم والتي قدرت نسبتهم ب 87,5%، بينما أجاب البقية و التي بلغت نسبتهم ب 12,5% ب لا

إن للإساءة اللفظية من طرف بعض الاساتذة دور كبير في رسم صورة ذهنية عن تواجد عنف لفظي اتجاه الطلبة من طرف بعض الاساتذة حيث إن الأساتذة يعدون مثلاً يحتذى به في سلوك الطلاب، وإذا حدث تصرف سلبي من احد هم نحو الطلاب، فإن هذا يؤثر عليهم بشكل كبير و يصبحون معرضين للعنف اللفظي من قبل زملائهم أو بعضهم البعض، وعليه فإن صورة هذا العنف اللفظي التي تم رسمها بواسطة بعض الأساتذة قد تعمقت في ذهن الطلاب و اضعفت ثقتهم بالنفس والاعتقاد بأنهم لا يستحقون الاحترام و التقدير. لذلك، من المهم على الأساتذة الحرص على استخدام اللغة بحذر و تجنب الألفاظ النابية و التي يمكن أن تؤذي شعور الطلاب و تجعلهم يشعرون بعدم الراحة و الانعزالية في بيئة مدرسية لا يمكنهم التعلم فيها بشكل جيد.

الجدول 20: يوضح إذ كان لظاهرة التكبر المنتشرة لدى بعض الأساتذة أن تؤثر سلبا على صورتهم لدى الطلبة



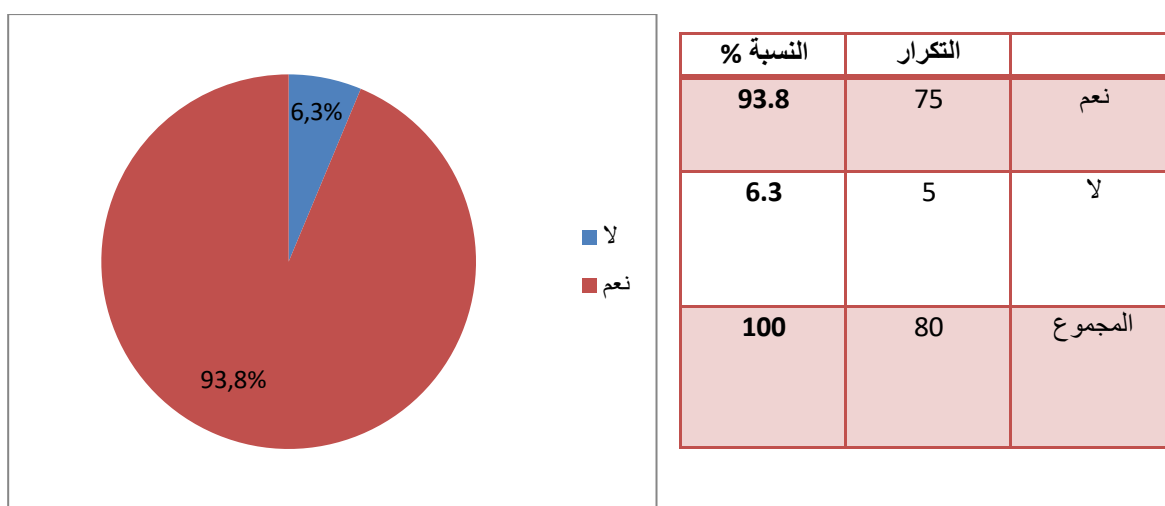
النسبة %	التكرار	
97.5	78	نعم
2.5	2	لا
100	80	المجموع

يوضح لنا الجدول أعلاه إذ كانت لظاهرة التكبر المنتشرة عند بعض الأساتذة أثر سلبي على صورتهم لدى الطلبة، فقد أجاب الأغلبية بنعم و قدرت نسبتهم ب 97,5%، بينما أجاب البقية بلا والتي بلغت نسبتهم ب 2,5%

وعليه إن لظاهرة التكبر التي أصبحت منتشرة في الوسط الجامعي لدى بعض الأساتذة أثر سلبي في تكوين صورتهم لدى الطلبة، وتظهر جليا في تذبذب العلاقة بين الأستاذ و الطالب، وعلى الأداء الأكاديمي للطلاب، وفي نهاية المطاف يؤثر ذلك على مستقبلهما لمهني و الأكاديمي. لذا، ينبغي على الأساتذة التحلي بالتواضع والاحترام تجاه طلابهم، وعدم التفاخر بمعارفهم وخبراتهم لأكاديمية، وتحفيز الطلاب على الابداع والتفوق بدلا من اظهار السطوة و لتكبر. و ينبغي أيضا على الطلاب التحلي بالاحترام

والتقدير تجاه الأساتذة وعدم الرضوخ لأي سلوك تكبري قد يعتمدها لأساتذة، والتركيز على تحقيق أهدافهم الأكاديمية بشكل مستقل و منتج.

الجدول رقم 21: يوضح اذ كان للتحفيز الإيجابي دور في رسم صورة ذهنية حسنة عن الأساتذة لدى الطلبة

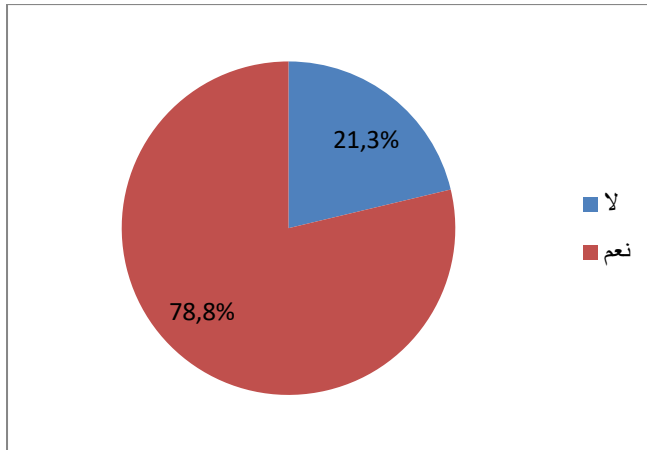


تكشف نتائج الجدول اعلاه الذي يبين لنا اذ كان للتحفيز الاجابي دور في رسم صورة ذهنية عن الاساتذة لدى الطلبة فقد اجاب الاغلبية و التي قدرت نسبتهم ب 93,8% بنعم بينما اجاب البقية بلا و التي بلغت نسبتهم 6,3%

وعليه إن للتحفيز الإيجابي دور كبير في رسم صورة ذهنية حسنة لدى الطلبة حول الأساتذة فعندما يقوم الأساتذة بإظهار اهتمامهم وتشجيعهم للطلبة، يشعر الأخيرة بأنهم قادرون على التعلم بشكل أفضل و أن الأستاذ يشاركهم اهتمامهم بتحسين مستواهم الأكاديمي، كما يؤثر التحفيز الإيجابي على رفع مستوى الثقة لدى الطلاب وزيادة الروابط العاطفية بينهم وبين الأساتذة، وهذا يساعد على خلق بيئة تعليمية إيجابية و تحفيزية يتطلبها العملية التعليمية، من هذا المنطلق، فإن التحفيز الإيجابي يساعد في تحسين صورة الأساتذة لدى الطلبة، و بالتالي يؤثر على سمعتهم و نجاحهم في مجال التدريس، و ذلك يعزز بدوره صورة الكلية ويزيد من الولاء والانتماء الذي يشعرون به لها .في النهاية، فإن التحفيز الإيجابي للطلاب سيؤثر على الرسم العام عن الكلية و عن المدرسين فيها، و يعد الأساس لبناء جماعة تعليمية ناجحة.

المحور الثالث: تأثير جماعة الرفاق من الطلبة في رسم صورة ذهنية حول المكتسبات العلمية و المعرفية المحققة بكلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية

الجدول 22: يوضح إذ كان لجماعة الرفاق تأثير في رسم صورة ذهنية عند الطلبة

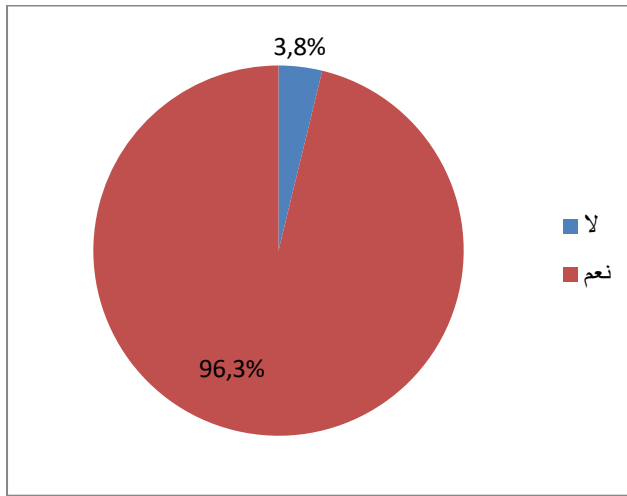


النسبة %	التكرار	
78.8	63	نعم
21.3	17	لا
100	80	المجموع

يظهر الجدول أعلاه إذ كان لجماعة الرفاق تأثير سلبي في رسم صورة ذهنية عند الطلبة فقد أجاب الأغلبية و التي بلغت نسبتهم 78,8% بنعم، بينما أجاب البقية والتي بلغت نسبتهم 21,3% بلا

وعليه فإن لجماعة الرفاق تأثير في رسم صورة ذهنية لدى الطلبة وهذا يعني أن أفراد المجموعات التي ينتمون إليها يمكن أن يتبادلوا الأفكار و الآراء والمعلومات بشكل منتظم، مما يساعد في تشكيل و تكوين نمط ذهني مشترك لدى هؤلاء الطلاب. وهذا النمط الذهني المشترك يؤثر على الطريقة التي ينظرون بها للعالم و يشكلون بها اتجاهاتهم و معتقداتهم و حتى سلوكهم و أفعالهم. و بالتالي، فإن لجماعة الرفاق دور كبير في تشكيل و تحديد هوية و ثقافة هذه الطلاب في المدرسة و خارجها.

الجدول رقم 23 : يوضح إذ كان لجماعة الرفاق دور في تحطيم الطموحات الدراسية لدى بعض الطلبة

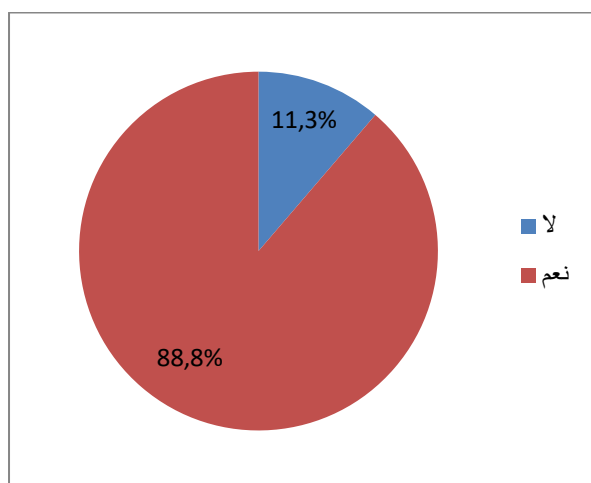


النسبة %	التكرار	
96.3	77	نعم
3.8	3	لا
100	80	المجموع

يظهر الجدول إذ كان لجماعة الرفاق دور في تحطيم الطموحات الدراسية لدى بعض الطلبة، فإن 96,3% من عينة الدراسة أجابوا بنعم، في حين أن البقية أجابوا ب لا و قدرت نسبتهم ب 3,8%

و عليه نستنتج أن لجماعة الرفاق دور كبير في تحطيم الطموحات الدراسية لدى بعض الطلبة حيث يمكن أن يكون لهم دور كبير في تحطيم هذه الطموحات و تقليل حماس الطلاب للدراسة و تحقيق النجاح. فعندما يتعرض الطالب للتنمر أو الضغوط النفسية من قبل جماعة الرفاق، يمكن أن يفقد الثقة في نفسه و يشعر بالإحباط و التشاؤم، مما يؤثر سلباً على تحصيله الدراسي. و بالتالي، فإن جماعة الرفاق يمكن أن تكون عاملاً رئيسياً في تحطيم الطموحات الدراسية لدى بعض الطلاب و تقليل إنجازاتهم الأكاديمية.

الجدول 24: يوضح إذ كانت تؤثر مصاحبة الرفاق غير الطموحين في تغيير نظرة عينة الدراسة حول الجامعة

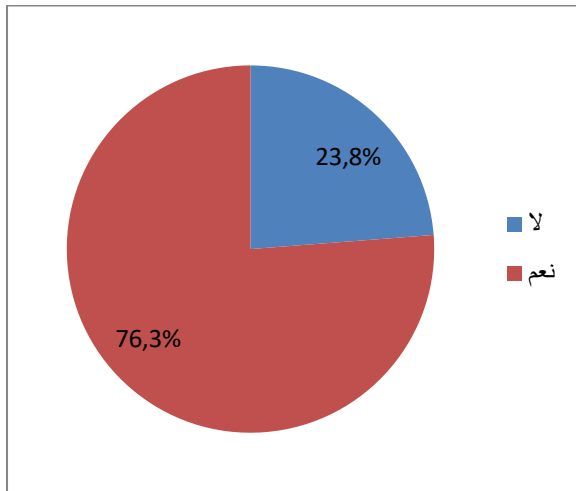


النسبة %	التكرار	
88.8	71	نعم
11.3	9	لا
100	80	المجموع

يوضح لنا الجدول أعلاه إذ كانت تؤثر مصاحبة الرفاق غير طموحين، نلاحظ أن 88,8% أجابوا بنعم، بينما أجاب البقية و التي قدرت نسبتهم ب 11,3% بلا

و بالتالي فإن مصاحبة الرفاق غير الطموحين تؤثر في تغيير نظرة الطلبة حول الجامعة مصاحبة الرفاق الغير طموحين يمكن أن تكون سلبية على نظرة الطالب حول الجامعة و تؤثر بشكل كبير على تحفيزه للتعلم و النجاح في دراسته. فعندما يكون الطالب محاطاً برفاق لا يسعون جاهدين لتحقيق أهدافهم الشخصية و الأكاديمية، فإنه سيشتعر بالراحة في هذه البيئة و قد يصبح مستقلاً عن المجتمع الأكاديمي الذي يحيطه. و من ثم لن يحرص على تحقيق نجاحات أكاديمية عالية كذلك سيكون أقل عرضة للتحدث و التأثير إيجاباً على زملائه و أصدقائه داخل الجامعة، مما يعني أنه يمكن أن يؤثر بطريقة سلبية على التوجه العامل لطلاب نحو الدراسة و تحقيق النجاحات الأكاديمية. لذلك، فمن المهم أن تسعى الجامعات لتشجيع الطلاب على الاستمرار في مصاحبة الرفاق الأكثر طموحاً و المثابرة في تحقيق أهدافهما لأكاديمية، حتى يتمكن الطلاب من النمو في بيئة إيجابية و تحفيزية.

الجدول 25: يوضح إذ كان لرفاق عينة الدراسة في الجامعة دور في تغير نظرتهم حول التخصصات الجامعية

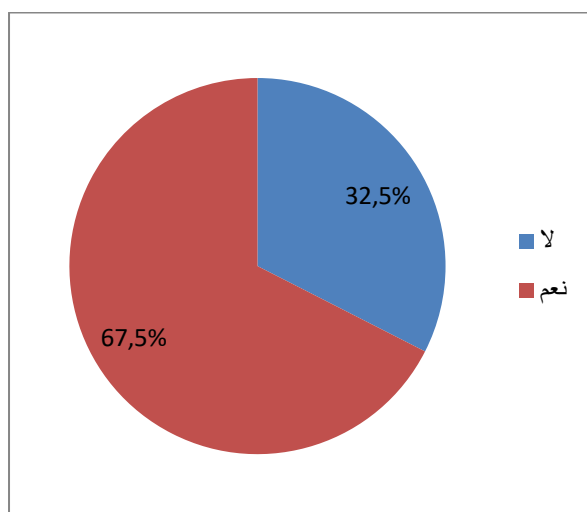


النسبة %	التكرار	
76.3	61	نعم
23.8	19	لا
100	80	المجموع

من خلال الجدول الذي يبين لنا إذ كان للرفاق دور في تغيير نظرتهم حول التخصصات الجامعية نلاحظ أن 76,3% كانت إجاباتهم بنعم، بينما أجاب 23,8% بلا

إذا نرى أن للرفاق دور في تغيير نظرة الطلبة حول التخصصات الجامعية قد يتخذ الطلاب بعض التخصصات بغض النظر عن اهتماماتهم الحقيقية بسبب الضغوط المجتمعية أو الظروف المالية و من خلال تعزيز الوعي بأهمية اتباع شغفهم و ميلهم الحقيقي، يمكن للرفاق أن يساهموا في تغيير هذا لنظرة و تشجيع الطلاب على اختيار تخصص يناسبهم بشكل أفضل. علاوة على ذلك، فإن الرفاق الذين يدرسون في التخصصات المختلفة يمكن أن يوفر نصائح عملية للطلاب، مثل الإستراتيجيات الأكثر فعالية لإدارة الوقت أو النصائح حول كيفية التعامل مع صعوبات تخصصهم الجديد. بشكل عام، يمكن للرفاق أن يصبحوا نواة حقيقية للدعم و الإرشاد الذي يحتاجها لطلاب في مرحلة الجامعة.

الجدول 26: يوضح تأثير جماعة الرفاق في إضعاف عزيمة عينة الدراسة عن العمل الجادة نحو مواصلة الدراسات العليا

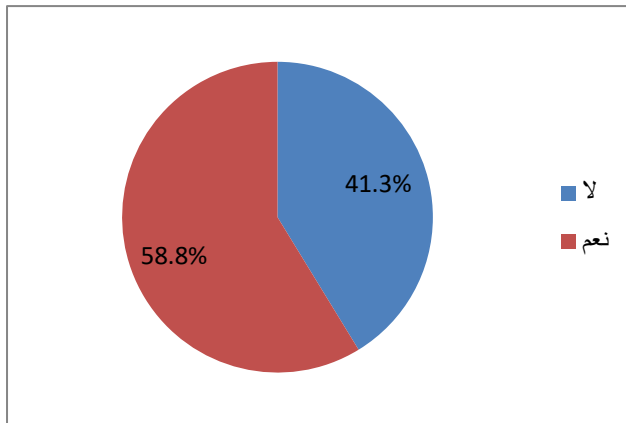


النسبة %	التكرار	
67.5	54	نعم
32.5	26	لا
100	80	المجموع

توضح النتائج في الجدول أعلاه تؤثر جماعة الرفاق في إضعاف عزيمة الطلبة عن العمل الجاد نحو مواصلة الدراسات العليا نلاحظ أن الأغلبية كانت إجاباتهم بنعم والتي قدرت نسبتهم ب 67,5%، بينما أجاب البقية والتي بلغت نسبتهم 32,5% ب لا

و عليه نستنتج أن لرفاق تأثير كبير في إضعاف عزيمة الطلبة عن العمل الجاد نحو مواصلة الدراسات العليا يمكن اعتبار الرفاق يلعبون دوراً رئيسياً في تشكيل سلوك الطلبة وقناعاتهم و أهدافهما لمستقبلية . إذا كانت الرفاق يتوقفون عن الدراسة أو يتجنبون الجهد اللازم للنجاح في الدراسة، فإن ذلك يمكن أن يؤثر بشكل سلبي على الطلبة الذين هم قريبون منهم أو يتبعونهم، حيث يعتبرون سلوكا لرفاق نموذجاً يجب اتباعه . و بهذا الشكل، يمكن أن ينعكس ذلك سلبا على الطلبة الذين يرغبون في العمل الجاد نحو تحقيق أهدافهما لمستقبلية، حيث يمكن أن يضعف إصرارهم في السعي نحو مواصلة الدراسات العليا بسبب سلوك الرفاق ، علاوة على ذلك، فإن التأثير السلبي للرفاق على الطلبة يمكن أن يزيد إذا كان للرفاق تأثير قوي على الطالب، أو إذا كان الطالب ينتمي إلى مجموعة تعتبر الرفاق فيها مؤثرين كبار . و بالتالي، إذا كانت للرفاق نفوذ كبير على الطلبة، فإنه يجب مراعاة هذا العامل عند تصميم الاستراتيجيات و الحملات الت يستهدف اعتماد سلوك أفضل للطلبة.

الجدول 27 : لجماعة الرفاق دور في تغير نظرتك حول الأساتذة



النسبة %	التكرار	
58.8	47	نعم
41.3	33	لا
100	80	المجموع

من خلال الجدول الذي يوضح إذ كان لجماعة الرفاق دور في تغيير نظرة الطلبة حول الأساتذة، فقد كانت إجابة الأغلبية بنعم و التي قدرت نسبتهم ب 58,8%، بينما أجاب البقية و التي كانت نسبتهم 41,3% لا

وبالتالي نستنتج أن لرفاق دور تغيير نظرة الطلبة حول الاساتذة ، فهم على مقربة من الطلبة و يستطيعون تحديث المعلومات و الإيضاح عن الأساتذة الذين تناولوا معهما لمواد الدراسية بالإضافة إلى توجيهها لطلبة نحو الأساتذة الذي يتمتعون بشغف و أخلاق مهنية عالية .يمكنهم أيضا تحفيز الطلبة على التعلم و التفكير و إيجاد حلول إيجابية للمشاكل التي تواجههم في الحصص.

المطلب الثالث: التحليل الكيفي لبيانات الدراسة

الجدول 28: يوضح دور استخدام الوسائل من طرف الموظفين الإداريين في رسم صورة ايجابية عن الكلية لدى الطلبة وفق متغير التخصص الدراسي

المجموع	هل تعتقد أن استخدام هذه الوسائل من طرف الموظفين الإداريين له دور في رسم صورة ايجابية عن الكلية لدى الطلبة؟			
	لا	نعم		
41	5	36	التكرار	التخصص
100	12.2	87.8	النسبة %	
14	3	11	التكرار	
100	21.4	78.6	النسبة %	
5	1	4	التكرار	
100	20	80	النسبة %	
3	0	3	التكرار	
100	0	100	النسبة %	
4	0	4	التكرار	
100	0	100	النسبة	
6	2	4	التكرار	
100	33.3	66.7	النسبة	
7	2	5	التكرار	
100	26.6	71.4	النسبة	
112	13	67	التكرار	المجموع
100	16.3	83.8	النسبة	

نلاحظ أن 83.8 % من عينة الدراسة أجابت بنعم مقابل 16.3 " أجابت بالنفي ، تنقسم هذه النسب حسب التخصص كمايلي تخصص الفلسفة و الشريعة 100 % أجابوا بنعم ، تليها نسبة 87.5 % لتخصص إتصال ، ثم 80% لتخصص علم النفس و تأتي في المرتبة الأخيرة نسبة 66 % الخاصة بتخصص التاريخ ، بينما الذين أجابوا ب لا فتخصص تاريخ بلغت نسبتهم 33.3 %تليها 26.6%لعلوم التربية ، ثم

21.4% لعلم الإجتماع ، أما 20% لتخصص علم النفس ، في حين تساوت علم النفس و الشريعة بنسبة 0%.

منه يمكن القول أنه لا توجد إختلافات بين إجابات أفراد العينة وفق متغير التخصص حيث أن كل أفراد العينة و في كل التخصصات ترى أن إستخدام الوسائل من طرف الموظفين الإداريين له دور كبير في رسم صورة إيجابية عن كلية لدى الطلبة وهذا يدل على عدم وجود فروق وفق متغير التخصص.

الجدول 29: مظاهر الثقافة الاتصالية لدى الموظفين الإداريين في تعاملهم مع الطلبة

المجموع	فيما تتجلى مظاهر الثقافة الاتصالية لدى الموظفين الإداريين في تعاملهم مع الطلبة؟						
	تقديم الخدمات	استقبال جيد	إبتسامة	اللباقة	حسن المعاملة		
57	3	1	12	26	15	التكرار	ذكر
100	5.3	1.8	21.1	45.6	26.3	النسبة %	الجنس
55	4	0	28	18	5	التكرار	انثى
100	7.3	0	50.9	32.7	9.1	النسبة %	
112	7	1	40	44	20	التكرار	المجموع
100	6.3	0.9	35.7	39.3	17.9	النسبة %	

يمثل هذا الجدول مظاهر الثقافة الاتصالية لدى الموظفين الإداريين في تعاملهم مع الطلبة وفق متغير الجنس في فئة الذكور أن الأغلبية و التي بلغت نسبتهم 45,6% كانت إجابتهم لللباقة، تليها 26,3% أجابوا بحسن المعاملة، في حين أن 21,1% منهم أجابوا بإبتسامة، تليها ما نسبتهم 5,3% أجابوا بتقديم الخدمات في حين أجاب البقية و التي قدرت نسبتهم 1,8% بالإستقبال الجيد، بينما فئة الذكور فقد أجاب الأغلبية بأنها تتعامل معهم بإبتسامة والتي بلغت نسبتهم 50,9%، تليها نسبة 32,7% أجابوا بأنها تتعامل معهم بلباقة، تليها ما نسبتهم 9,1% بحسن المعاملة بينما أجاب البقية و التي بلغت نسبتهم 7,3% بتقديم الخدمات .

من خلال النتائج المتوصل إليها نرى وجود إختلاف في إجابات المبحوثين حول مظاهر الثقافة الإتصالية لدى الإداريين في تعاملهم مع الطلبة وفق متغير الجنس ففي فئة الإناث تبدو لللباقة هي أكثر المظاهر الإتصالية المهمة في تعاملهم مع الطلبة، بينما في فئة الذكور كان للابتسامة دور أكبر. ويمكن تفسير

ذلك بأن النساء يملن بشكل أكبر إلى التركيز على العلاقات الإنسانية و تحافظ على جودة العلاقات التي يتم تكوينها مع الآخرين، بينما يسعى الرجال إلى إظهار الثقة و الجاذبية و اللياقة في التعامل مع الآخرين .وعلاوة على ذلك، يمكن اعتبار الاختلافات في النتائج بين الفئتين أيضًا إشارة إلى أن الطلبة قد يتوقعون سلوكًا مختلفًا من الإناث و الذكور في الإدارة، و بالتالي يجب على الموظفين الإداريين تحديد السياق الذي يتم فيه التعامل مع كل طالب بناء على خصائصه الفردية، هذا يدل على وجود فروق بين مظاهر الثقافة الاتصالية لدى الإداريين في تعاملهم مع الطلبة وفقا هذا المتغير

الجدول 30: يوضح اذ كانت المساعدة المقدمة من طرف الأساتذة لها دور في رسم صورة ذهنية عن الأساتذة لدى الطلبة وفق متغير الجنس

المجموع	هل المساعدة المقدمة من طرف الأساتذة لها دور في رسم صورة ذهنية عن الأساتذة لدى الطلبة؟				
	نعم		لا		
الجنس	ذكر	التكرار	40	3	43
		النسبة %	93	7	100
	انثى	التكرار	35	2	37
		النسبة	94.6%	5.4%	100
المجموع	التكرار		75	5	80
	النسبة		93.8	6.3	100

يبين لنا لجدول إذ كانت المساعدة المقدمة من طرف الأساتذة لها دور في رسم صورة ذهنية عن الأساتذة لدى الطلبة وفق متغير الجنس فبنسبة لفئة الذكور أجاب الأغلبية و التي قدرت نسبتهم 93% بنعم في حين أجاب البقية ب لا و الذين بلغت نسبتهم 7%، أما بالنسبة لفئة الإناث فقد أجابت الأغلبية بنعم و التي قدرت نسبتهم ب 94,6 %، في حين كانت إجابات البقية ب لا و التي قدرت نسبتهم ب 5,4%

بناءا على ما تقدم نرى أنه لا توجد إختلافات بين إجابات الإناث و الذكور بالنسبة لتأثير المساعدة المقدمة من الأساتذة على رسم صورة ذهنية إيجابية عنهم، فإن النتائج تشير إل بأن الأساتذة الذين يقدمون المساعدة و الدعم للطلاب يحتلون مركزاً مهماً في عقول الطلاب و يحظون بتقديرهم و احترامهم، و هذ ايشكل أساساً لعلاقة جيدة و مثمرة بين الأساتذة و الطلاب في الصف الدراسي و خارجه ،هذا يدل

على عدم وجود فروق حول اذ كانت المساعدة المقدمة من طرف الأساتذة له ادور في رسم صورة ذهنية عن الأساتذة لدى الطلبة وفق متغير الجنس.

الجدول رقم 31: اذ كان لتحفيز الايجابي دور في رسم صورة ذهنية حسنة عن الاساتذة لدى الطلبة وفق متغير التخصص

المجموع	هل لتحفيز الايجابي دور في رسم صورة ذهنية حسنة عن الاساتذة لدى الطلبة ؟			
	لا	نعم		
41	3	38	التكرار	التخصص
100	7.3	92.7	النسبة %	
14	1	13	التكرار	
100	7.2	92.9	النسبة %	
5	0	5	التكرار	
100	0	100	النسبة %	
3	0	3	التكرار	
100	0	100	النسبة %	
4	0	4	التكرار	
100	0	100	النسبة %	
6	0	6	التكرار	
100	0	100	النسبة %	
7	1	6	التكرار	
100	14.3	85.7	النسبة %	
80	5	75	التكرار	المجموع
100	6.3	93.8	النسبة %	

أظهرت نتائج الجدول إعتقاد عينة الدراسة إذا كان التحفيز الإيجابي دور في رسم صورة ذهنية حسنة عن الأساتذة لدى الطلبة ، فتخصص إتصال أجاب الأغلبية بنعم حيث قدرت نسبتهم ب92,7%، بينما أجاب البقية ب لا و قدرت نسبتهم ب 7,3%، في حين أجاب تخصص علم اجتماع بنعم بنسبة 92,7% أما البقية والتي بلغت نسبتهم 7,2% أجابوا ب لا، وفيما يخص تخصص علم النفس و كذلك تخصص شريعة و تخصص الفلسفة و تخصص تاريخ فقد تساوت الاجابات بنعم بنسبة 100% بينما تخصص علوم التربية فقد أجاب الأغلبية والتي قدرت نسبتهم 85,7% بنعم، أما البقية و التي قدرت نسبتهم 14,3% أجابوا ب لا

و عليه نستخلص أنه لا توجد إختلافات بين إجابات المبحوثين حيث يرى الأغلبية بأن للتحفيز الإيجابي دور في رسم صورة ذهنية حسنة عن الأساتذة لدى الطلبة هذا ما يدل على عدم وجود فروق وفقا لهذا المتغير

الجدول رقم 32: لجماعة الرفاق تأثير في رسم صورة ذهنية عند الطلبة وفق متغير الجنس

المجموع	هل لجماعة الرفاق تاثير في رسم صورة ذهنية عند الطلبة؟				
	لا	نعم			
43	7	36	التكرار	ذكر	الجنس
100	16.3	83.7	النسبة %		
37	10	27	التكرار	انثى	
100	27	73	النسبة %		
80	17	63	التكرار		المجموع
100	21.3	78.8	النسبة%		

أظهرت نتائج الجدول أعلاه اذا كان لجماعة الرفاق تأثير في رسم صورة ذهنية عند الطلبة وفق متغير الجنس فبنسبة لفئة الذكور نرى أن الأغلبية الذين بلغت نسبتهم 83,7% أجابوا بنعم في حين أن البقية أجابوا ب لا و التي قدرت نسبتهم ب 76,3% ، أما بالنسبة لفئة الإناث نرى أن الأغلبية كانت إجابتهم بنعم التي قدرت نسبتهم ب 73%، بينما البقية اللذين أجابوا بلا فقد بلغت نسبتهم ب 27%

مما سبق نلاحظ عدم وجود إختلافات بين إجابات الذكور و الإناث فلأغلبية ترى أنه يوجد تأثير لرفاق في رسم صورة ذهنية لدى الطلبة، وهذا مؤشر على عدم وجود فروقات فيما يخص علاقة متغير الجنس بتأثير الرفاق في رسم صورة ذهنية عند الطلبة و هذا يشير إلى أن العلاقات الاجتماعية و الصداقات

تشكل جزءاً هاماً من حياة الطلبة بغض النظر عن جنسهم. و بالتالي، يمكن الاعتماد على تلك العلاقات في تنمية مهاراتهم و تعزيز حالة التفاعل و التعاون بينهم في البيئة التعليمية.

الجدول رقم 33: إذا كان لجماعة الرفاق دور في تحطيم الطموحات الدراسية لدى بعض الطلبة وفق متغير التخصص الدراسي

يكشف لنا الجدول أعلاه إذا كان لجماعة الرفاق دور في تحطيم الطموحات الدراسية وفق متغير التخصص،

المجموع	هل لجماعة الرفاق دور في تحطيم الطموحات الدراسية لدى بعض الطلبة ؟			
	لا	نعم		
41	1	40	التكرار	اتصال
100	24	97.6	النسبة %	
14	0	14	التكرار	علم الاجتماع
100	0	100	النسبة %	
5	0	5	التكرار	علم النفس
100	0	100	النسبة %	
3	0	3	التكرار	شريعة
100	0	100	النسبة %	
4	0	4	التكرار	فلسفة
100	0	100	النسبة %	
6	1	5	التكرار	تاريخ
100	16.7	83.3	النسبة %	
7	1	6	التكرار	علوم التربية
100	14.3	85.7	النسبة %	
80	3	77	التكرار	المجموع
100	3.8	96.3	النسبة %	

حيث أن تخصص الإتصال قد أجاب أغلبهم بنعم و قدرت نسبتهم ب 97,6%، بينما أجاب 2,4% منهم ب لا، أما بالنسبة لتخصص علوم الإجتماعية و تخصص علم نفس و تخصص شريعة و تخصص الفلسفة فقد تساوت إجاباتهم بحيث بنعم و التي قدرت نسبتهم ب 100%، أما فيما يخص تخصص تاريخ فقد أجاب أغلبهم بنعم و بلغت نسبتهم ب 83,3%، بينما أجاب 16,7% ب لا، بينما تخصص علوم التربية فقد بلغت نسبة من أجابوا بنعم 85,7%، بينما أجاب 14,3% ب لا

من خلال هذه النتائج نرى انه لا توجد إختلافات بين اجابات كل الفئات و فقا لمتغير التخصص، هذا مؤشر على عدم وجود فروقات بخصوص الدور الكبير الذي يمتلكه الرفاق من اجل تحطيم الطموحات الدراسية، فاعلب افراد العينة في كل التخصصات ترى ان للرفاق دور في تحطيم طموحات الدراسية من خلال التقليل من الاهتمام بالدراسة و التسبب في التشتت و التشويش داخل الصفوف الدراسية .

نتائج الدراسة

نتائج المحور الأول: مكانة الثقافة الاتصالية في جامعة البويرة.

-بينت الدراسة أن كلية العلوم الإجتماعية و الإنسانية تعتمد على البريد الإلكتروني و مواقع التواصل الإجتماعي للتواصل مع الطلبة ، و إستخدام هذه الوسائل له دور إيجابي في رسم صورة إيجابية عن الكلية.

-كما كشفت الدراسة أن اللباقة و الإبتسامة من بين أهم مظاهر الثقافة الإتصالية التي يتعامل بها الإداريون و الموظفين مع الطلبة .

-أوضحت الدراسة أن الموظفين و الإداريون في كلية العلوم الإجتماعية و الإنسانية تقوم بفتح المكاتب و توفير جميع المستلزمات من أجل رسم صورة ذهنية عن الكلية .

-كشفت الدراسة ان الطلبة يحظون باستقبال حسن اثناء زيارتهم لمكاتب الادارة.

نتائج المحور الثاني: دور الأساتذة في رسم صورة ذهنية إيجابية لدى الطلبة

-بينت الدراسة ان للحضور الدائم للأساتذة و الأسلوب المعتمد من طرفهم دور كبير في رسم صورة حسنة لدى الطلبة .

-كشفت الدراسة ان المساعدة المقدمة من طرف الاساتذة لها دور فعال في رسم صورة ذهنية جيدة عن الاساتذة لدى الطلبة .

-أوضحت الدراسة أن التمرر اللفظي و الجسدي الذي يتعرض له الطلبة من طرف بعض الاساتذة دور كبير في رسم الصورة السلبية عن الأساتذة و التي يمكن أن تؤثر على الطلبة و تقلل من شعورهم بالإنتماء للمجتمع الأكاديمي .

-أظهرت الدراسة أن التحفيز المقدم من طرف الأساتذة هو من بين أهم الصفات الإيجابية و كثرة النقد من بين أهم الصفات السلبية ، إضافة إلى أن الإساءة اللفظية التي تكون من طرف بعض الاساتذة و ظاهرة التكبر المنشرة بينهم قد تؤثر في رسم الصورة الذهنية لدى الطلبة إما إيجاباً أو سلباً.

نتائج المحور الثالث: تأثير جماعة الرفاق من الطلبة في رسم صورة ذهنية حول المكتسبات العلمية و المعرفية المحققة بكلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية

- أثبتت الدراسة أن لرفاق تأثير كبير في رسم صورة ذهنية لدى الطلبة ، كما أن لهم دور في تحطيم الطموحات الدراسية و تغيير نظرتهم حول الجامعة أو حول تخصصاتهم .
- كشفت الدراسة أن للرفاق تأثير كبير في إضعاف العزيمة لدى الطلبة عن العمل الجاد و مواصلة الدراسات العليا .
- بينت الدراسة أن للرفاق أيضا دور فعال في تغيير نظرتهم حول الاساتذة .

نتائج التحليل الكيفي لبيانات للدراسة

- _بينت الدراسة عدم وجود فروق حول الدور الفعال لإستخدام الموظفين و الإداريين لوسائل من أجل رسم صورة ذهنية لدى الطلبة وفق متغير التخصص.
- _كشفت الدراسة وجود فروق بين مظاهر الثقافة الإتصالية لدى الإداريين و الموظفين في تعاملهم مع الطلبة وفق متغير الجنس.
- أوضحت الدراسة عدم وجود فروق حول إذ اكانت المساعدة المقدمة من طرف الأساتذة لها دور في رسم صورة ذهنية عن الأساتذة لدى الطلبة وفق متغير الجنس.
- _أثبتت الدراسة عدم وجود فروق حول الدور الفعال للتحفيز الإيجابي في رسم صورة ذهنية حسنة عن الأساتذة لدى الطلبة وفق متغير التخصص.
- _أوضحت الدراسة عدم وجود فروق فيما يخص علاقة متغير الجنس بتأثير الرفاق في رسم صورة ذهنية عند الطلبة.
- _أكدت الدراسة على عدم وجود فروق بخصوص الدور الكبير الذي يمتلكه الرفاق من أجل تحطيم طموحات الدراسية للطلبة .

نتائج فرضيات الدراسة

- الفرضية الاولى " لعلاقة الموظفين الاداريين دور في رسم صورة ذهنية لدى الطلبة في كلية العلوم الاجتماعية والانسانية " من خلال النتائج المتحصل عليها نستخلص أن الفرضية قد تحققت حيث يتعامل الإداريون مع الطلبة بالاستقبال الجيد لهم و الإجابة على تساؤلاتهم و إستقبالهم في أي وقت

الفرضية الثانية "للصورة المكونة لدى الطلبة حول التعامل مع الاساتذة دور في رسم صورة ذهنية " و من خلال النتائج التي توصلنا إليها نرى أن هذه الفرضية قد تحققت حيث أن الصورة المكونة لدى الطلبة قد تكون سواء إيجابية أو سلبية، وهذه الصورة المسبقة قد تؤثر بشكل كبير على تفاعل الطلبة مع الأساتذة و على التحصيل الدراسي النهائي.

الفرضية الثالثة "يؤثر جماعة الرفاق من الطلبة في رسم صورة ذهنية حول المكتسبات العلمية و المعرفية المحققة من كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية" و بناءا على نتائج الدراسة نرى أن هذه الفرضية قد تحققت فمن خلال تبادل الأفكار و المعلومات و التجارب بين أعضاء هذه الجماعة يتم توسيع الأفق العلمي و الثقافي، و زيادة الإدراك الذاتي لمتطلبات النجاح الأكاديمي. و تتميز جماعة الرفاق بقدرتها الكبيرة على التعاون و التعاطي الإيجابي مع بعضها البعض، و تشجيع الاهتمام بأدق تفاصيل المواد التي تدرس في الكلية، وذلك يؤدي إلى تحسين جودة العمل الأكاديمي و التحصيل العلمي لأعضاء الجماعة. و بالتالي، فإن جماعة الرفاق تعد مساحة تعليمية مهمة بما تمثله من تجارب و معارف و معلومات مفيدة في الحياة العلمية و العملية.



الخاتمة :

حاولنا من خلال هذه الدراسة إبراز دور الثقافة الاتصالية في رسم صورة ذهنية للمؤسسة الجامعية، حيث إنطلقنا من مجموعة من التساؤلات سعينا من خلالها إلى الإجابة عليها من خلال الدراسة النظرية والميدانية التي أجريت على عينة من طلبة الماستر في كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية بجامعة أكلي محند أولحاج، تعمقنا في هذه الدراسة بحيث تبقى الثقافة الاتصالية مجرد وسيلة علمية و عملية تعتمد عليها الكلية للتواصل مع الطلبة من أجل رسم صورة جيدة عنها.

هذا قد سهل لنا في الوصول إلى النتائج المذكورة و إثبات صحة الفرضيات وكانت النتيجة الحتمية التي توصلنا إليها، أن لوجود ثقافة إتصالية في أي مؤسسة مهم كان نشاطها أو طبيعة عملها له أهمية و دور كبير، حيث تساعد على توطيد العلاقات بين أفراد الفريق و تعزيزا لتفاهم و التعاون، بالإضافة إلى ذلك تساهم الثقافة الاتصالية في إيجاد بيئة عمل إيجابية ومرنة تعزز الابتكار و تحفز العاملين على تحقيق أهداف المؤسسة. و بفهم جيد لقيم و معتقدات الثقافة الاتصالية، يمكن للمؤسسة أن تتصدى للتحديات الاتصالية و تتطور بشكل مستدام.

التوصيات و الاقتراحات

بناءا على النتائج التي تم التوصل إليها نقترح مجموعة من التوصيات التي يمكن أن تستفيد منها المؤسسة مستقبلا.

ـ القيام بدورات تدريبية حول الاتصال الفعال، و التواصل العام، وذلك لتزويد الطلبة وأعضاء هيئة التدريس بالمهارات و المعرفة اللازمة للتواصل الفعال وبناء ثقافة اتصالية قوية.

ـ إنشاء نظام إلكتروني و منصة تواصل للطلاب و أعضاء هيئة التدريس لتبادل المعلومات و الأفكار و الخبرات الاتصالية. يمكن على هذه النظام أن يتضمن منتديات ومناقشات لتعزيز التواصل والإبداع.

ـ تشجيع العمل الجماعي بينا لطلاب و أعضاء هيئة التدريس من خلال إنشاء فرق عمل و مشاريع مشتركة لتعزيز التواصل و تطوير المهارات الاتصالية.

ـ تنظيم فعاليات و نشاطات ثقافية متنوعة مثلا لمحاضرات و الندوات و المعارض، و ذلك لتعزيز الثقافة الاتصالية و توعية الطلاب و المجتمع المحلي بأهمية الاتصال

ـ إقامة قسم أو تخصيص مجموعة من الأساتذة والموارد للعمل في مجال الثقافة الاتصالية، وذلك لتطوير برامج دراسية خاصة بالتواصل الفعال و التفاعل الثقافي.

_ تعزيز التعاون و الشراكة معالجتها الخارجية المختصة في مجال الاتصال والثقافة، مثلا لشركات والمؤسسات الثقافية، لتبادل خبرات عمل مشتركة و تنظيم فعاليات ثقافية مشتركة.

A decorative border made of black scrollwork and flourishes, framing the central text. It features symmetrical, ornate designs on all four sides, with a central horizontal scroll at the top and bottom, and vertical scrolls on the left and right.

قائمة المصادر والمراجع

أولاً : القواميس

1- ابن منظور، لسان العرب، دار إحياء التراث العربي ومؤسسة التاريخ، 1993.

ثانياً: الكتب

- 1- إحسان دهب جلاب، إدارة السلوك التنظيمي في عصر التغيير، دار صفاء للطباعة والنشر والتوزيع، 2011.
- 2- احمد السيد الكردي، الفلسفة والسياسة في منظمات الاعمال، 2010.
- 3- اسماعيل السيد، التسويق، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر، 1999.
- 4- إسماعيل سعد صيني، قواعد أساسية في البحث العلمي، دار دجلة، عمان الأردن، 2008،
- 5- أمل مصطفى عصفور، ثقافة منظمات الأعمال المفاهيم والأسس والتطبيقات، معهد الإدارة العامة ، الرياض ، 2009.
- 6- باقر موسى، الصورة الذهنية في العلاقات العامة، ط1، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2014
- 7- بسام عبد الرحمان الجريدة، إدارة العلاقات العامة، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2013
- 8- حامد مجيد الشطري، الإعلان التلفزيوني و دوره في تكوين الصورة الذهنية، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع ، عمان ، 2013.
- 9- حسن حريم، مبادئ الإدارة الحديثة، ط1، دار الحامد للطباعة، عمان، الأردن، 2006.
- 10- رحيمة الطيب عيساني، مدخل إلى الإعلام والاتصال المفاهيم الأساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية، ط1، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، الأردن، 2002.
- 11- رشدي أحمد طعمة وآخرون، اللغة العربية والتفاهم العالمي، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، 2009.
- 12- سامي فياض العزاوي، ثقافة منظمات الأعمال - المفاهيم والأسس والتطبيقات، معهد الإدارة العامة، الرياض، 2009.
- 13- شعبان فرج، الإتصالات الإدارية، ط1، أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2009.
- 14- صالح عبد المحي، العلاقات العامة و الاعلام في الخدمة الاجتماعية، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 2000.
- 15- طاهر محمد منصور الغالبي، وائل محمد صبحي ادريس، الإدارة الإستراتيجية منظور منهجي متكامل، ط1، دار وائل للنشر، عمان، 2007 .
- 16- عاطف علي عبيد، الاتصال و الرأي العام، دار الفكر العربي، مصر، 1993.

- 17- عاكف لطفي خصاونة، إدارة الإبداع والابتكار في منظمات الأعمال، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2010.
- 18- علي عجوة، العلاقات العامة و الصورة الذهنية، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 1983
- 19- علي عجوة، العلاقات العامة والصورة الذهنية، عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة، القاهرة، مصر، 2003.
- 20- عمار بجوش محمد الذنبيات، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1995.
- 21- محمد الفاتح حمدي، أزمة القيم ومشكلات الشباب في زمن البث الفضائي العربي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2017.
- 22- محمد الفتح محمود بشير المغربي، السلوك التنظيمي، ط1، دار الجنان للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2016.
- 23- بلال خلف السكارنة، التطوير التنظيمي و الإداري، دار المسيرة للطباعة والنشر، الأردن، 2013 .
- 24- محمد حجاب، العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007.
- 25- محمد قاسم القريوتي، نظرية المنظمة والتنظيم، ط3، دار وائل للنشر، عمان، 2008.
- 26- محمد منير حجاب، الاتصال الفعال للعلاقات العامة، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة 2007.
- 27- محمود سلمان العميان، السلوك التنظيمي في منظمات الأعمال، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان ، 2002.
- 28- منال هلال المزاهرة، نظريات الاتصال، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2012.
- 29- ناصر دادي عدون، إدارة الموارد البشرية والسلوك التنظيمي -دراسة نظرية وتطبيقية -دار المحمدية العامة، الجزائر، 2004.
- 30- موسى باقر، الصورة الذهنية في العلاقات العامة، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2013.

ثالثا : الأطروحات و المذكرات

- 31- أحمد محمد عكاشة، أثار الثقافة التنظيمية على مستوى الأداء الوظيفي، رسالة ماجستير، إدارة أعمال، الجامعة الاسلامي، غزة فلسطين، 2008.
- 32- صالح الشيخ، تكوين الصورة الذهنية للشركات ودور العلاقات العامة فيها، بحث مقدم لنيل الدبلوم في العلاقات العامة، سوريا، 2009.
- 33- علي محمد الخطيب، أثر الخداع التسويقي في بناء الصورة الذهنية للمستهلكين في سوق الخدمات الأردني، رسالة ماجستير، كلية الاعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2011.
- 34- كموش مراد، الصورة الذهنية لرجل الامن لدى الشباب الجزائري أطروحة دكتوراه، كلية الاعلام و العلوم السياسية، جامعة الجزائر 3، 2013.
- 35- محمد فلاق ، العلاقة بين الثقافة التنظيمية و تطبيق ادارة الجودة الشاملة في الشركة العمومية الجزائرية للبترول، مذكرة ماجستير، كلية الدراسات العليا، الجامعة الاردنية، 2010.
- 36- يحي عبد الرحمان، الصورة الذهنية لدوائر العلاقات العامة لدى العاملين في الجامعات الأردنية، رسالة ماجستير في الاعلام، جامعة اليرموك، الأردن، 2013.

رابعا : المجالات والملتقيات

- 37- احمد الدسوقي، ورقة عمل حول موضوع الصورة الذهنية لرجل الشرطة لدى الراي العام المصري مقدمة الى احدى دورات برنامج الامم المتحدة الإنمائي، مشروع دعم القدرات في مجال حقوق الانسان.
- 38- اكرم عبد الحميد الصرايرة ، العلاقة بين الثقافة التنظيمية و الإبداع الإداري في شركتي البوتاس و الفوسفات المساهمتين العامتين الأردني - دراسة مسحية ،مؤتة للبحوث و الدراسات، المجلد 18، العدد 4، الأردن، 2008.
- 39- بلمير سارة، سعيدي وحيدة، دور الثقافة الاتصالية في تعزيز الرضا الوظيفي، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، المجلد 6، العدد 3، 2021.
- 40- عبد القادر بن الشيخ، التربية على وسائل الإعلام والاتصال الثقافية الاتصالية، مجلة اتحاد إذاعات الدول العربية، 2005.
- 41- نصر محمد عارف، الحضارة، الثقافة المدنية -دراسة لسيرة المصطلح دلالة المفهوم- 28 أغسطس 2021 .

- 42- هشام بوساحية، جهاد صحراوي، دور الثقافة الاتصالية في تفعيل الإدارة الالكترونية داخل المؤسسة العمومية الجزائرية- دراسة ميدانية على موظفي الشريعة ولاية تبسة، مجلة الرسالة للدراسات الاعلامية، المجلد 05، العدد 2021، 03
- 43- فادي سيد العربي طه العباسي، ترسيخ الثقافة التنظيمية الداعمة للعمل التعاوني المتبادل بين المدارس العالمية في الرياض بالمملكة العربية السعودية ، في ضوء بعض الاتجاهات العالمية، مجلة كلية التربية، جامعة بور سعيد، العدد 19، 2016.
- 44- محمود بشير محمودي، وظيفة العلاقات العامة في تشكيل الثقافة الاتصالية للمنظمة، مجلة العلوم الانسانية، جامعة أم البواقي، المجلد 8، العدد 2، 2021
- خامسا : المراجع باللغة الأجنبية

-Med Nouiga. la conduit par la qualite dans un contexte socio culturaleEssai de modalisation systemiques et application a l'entreprise marocain.these de doctorat en genie industrielle dirigé par :P-TRUCHOT ENSAM Paris .2003.

- the oxford universal dictionary.n author.1964



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

استمارة استبيان

دور الثقافة الاتصالية في رسم الصورة الذهنية للمؤسسة الجامعية
(دراسة ميد استمارة استبيان انية لعينة من طلبة ماستر كلية العلوم
الاجتماعية و الانسانية)

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام و الاتصال تخصص : اتصال و علاقات عامة

تحت إشراف الأستاذ:

إعداد الطالبات :

- د.خالدي مصطفى

- نوري أمال

- كحيلة أميرة

- عدار تنهان

يرجى منكم ملئ الاستمارة بوضع العلامة (X) في الخانة المناسبة علما أن هذه
المعلومات لن تستخدم إلا لغرض البحث العلمي.

السنة الجامعية: 2023/2022

البيانات الشخصية:

العمر:

من 20 إلى 23 ☐ سنة 23 أو أكثر ☐

الجنس:

ذكر ☐ أنثى ☐

التخصص:

اتصال ☐ علم الاجتماع ☐ علم النفس ☐ علوم التربية ☐
الشرعية ☐ فلسفة ☐ تاريخ ☐

المستوى:

المحور الأول: دور الموظفين الإداريين في رسم صورة ذهنية لدى طلبة كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية.

1. ما الأساليب و الوسائل المستعملة للتواصل مع الطلبة في كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية ؟

الهاتف ☐ البريد الالكتروني ☐ مواقع ☐ صال الفاكس ☐
اللوحات المقابلات ☐ الاجتماعات المطبوع ☐

وسائل أخرى :

2. هل تعتقد أن استخدام هذه الوسائل من طرف الموظفين الإداريين له دور في رسم صورة ايجابية عن

الكلية لدى الطلبة؟

نعم ☐ لا ☐

3. فيما تتجلى مظاهر الثقافة الاتصالية لدى الموظفين الإداريين في تعاملهم مع الطلبة ؟

☐ حسن المعاملة للباقي ☐ الابتسامة ☐

☐ الاستقبال الجيد ☐ تقديم الخدمات ☐

.....أخرى

4. في رأيك ماهي الأنشطة التي يمارسها الموظفون الإداريين لرسم صورة ذهنية عن الكلية؟

ترتيب الزيارات مع الجمهور ☐ فتح المكاتب ☐ توفير المستلزمات ☐

..... أخرى

5 ما أهم المكاتب التي يرتادها الطلبة في الكلية؟

مكتب العميد ☐ نائب العميد ☐ رئيس القسم ☐

مكتب البحث العلمي ☐ الإدارة ☐ مصلحة التمدرس ☐

6 في رأيك ما تقييمك للاستقبال الذي تحظى به أثناء زيارتك المكاتب الإدارية بالكلية ؟

جيد ☐ حسن ☐ سيء ☐

المحور الثاني: دور الأساتذة في رسم صورة ذهنية إيجابية لدى الطلبة.

7. هل للحضور الدائم للأساتذة دور في رسم صورة حسنة لدى الطلبة ؟

نعم ☐ لا ☐

8. هل لأسلوب التدريس دور في رسم صورة ذهنية عن الأساتذة لدى الطلبة ؟

نعم ☐ لا ☐

9. هل التقليل من استخدام التكنولوجيا الحديثة للتواصل مع الطلبة من طرف الأساتذة له تأثير سلبي في

رسم صورة لدى الطلبة؟

نعم ☐ لا ☐

10. هل المساعدة المقدمة من طرف الأساتذة لها دور في رسم صورة ذهنية عن الأساتذة لدى الطلبة؟

☐ نعم ☐ لا

11. هل للأساتذة دور في خلق روح الجماعة بين الطلبة؟

☐ نعم ☐ لا

12. حسب رأيك هل التمر اللفظي و الجسدي الذي يتعرض إليه الطلبة من طرف بعض الأساتذة دور في رسم صورة ذهنية سلبية عن الأساتذة ؟

☐ نعم. ☐ لا

13. ماهي أهم الصفات التي رسمت لديك صورة ذهنية إيجابية عن الأساتذة ؟

الدعم المعنوي. ☐ المساعدة الذاتية ☐ التحفيز ☐

14. ما الصفات السلبية التي رسمت لك صورة ذهنية عن بعض الأساتذة ؟

التميز ☐ التمر ☐ كثرة النقد ☐

أخرى.....

15. هل للإساءة اللفظية من طرف بعض الأساتذة دور في رسم صورة ذهنية عن تواجد عنف لفظي اتجاه الطلبة من طرف بعض الأساتذة ؟

☐ نعم ☐ لا

16. هل لظاهرة التكبر المنتشرة لدى بعض الأساتذة أن تؤثر سلبا على صورتهم لدى الطلبة؟

☐ نعم ☐

17. هل للتحفيز الإيجابي دور في رسم صورة ذهنية حسنة عن الأساتذة لدى الطلبة ؟

☐ نعم ☐ لا

المحور الثالث: تأثير جماعة الرفاق من الطلبة في رسم صورة ذهنية حول المكتسبات العلمية و
المعرفية المحققة بكلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية ؟

18. هل لجماعة الرفاق تأثير في رسم صورة ذهنية عند الطلبة؟

☐ نعم ☐ لا

19. هل لجماعة الرفاق دور في تحطيم الطموحات الدراسية لدى بعض الطلبة ؟

☐ نعم ☐ لا

20. هل تؤثر مصاحبة الرفاق غير الطموحين في تغيير نظرتك حول الجامعة ؟

☐ نعم ☐ لا

21. هل لرفاقتك في الجامعة دور في تغيير نظرتك حول التخصصات الجامعية ؟

☐ نعم ☐ لا

22. هل تؤثر جماعة الرفاق في إضعاف عزيمتك عن العمل الجادة نحو مواصلة الدراسات العليا؟

☐ نعم ☐ لا

23. هل لجماعة الرفاق دور في تغيير نظرتك حول الأساتذة ؟

☐ نعم ☐

A decorative border made of black line art scrollwork, featuring various curls, loops, and flourishes that frame the central text.

فهرس المحتويات

1- فهرس المحتويات

المحتوى	الصفحة
الشكر و التقدير	
اهداء	
فهرس المحتويات	
ملخص الدراسة	I
مقدمة	أ
الفصل الأول : الاطار المنهجي للدراسة	
01- إشكالية الدراسة	1
02- تساؤلات الدراسة	2
03- فرضيات الدراسة	2
04- أسباب اختيار الموضوع	3
05- أهداف الدراسة	3
06- أهمية الدراسة	4
07- تحديد المفاهيم	4
08- منهج الدراسة	8
09- أدوات الدراسة	8
10- مجتمع الدراسة	9
11- عينة الدراسة	9
12- حدود الدراسة	10
13- الدراسات السابقة	10
14- صعوبات الدراسة	13
15- نوع الدراسة	14

الاطار النظري للدراسة	
الفصل الأول: ماهية الثقافة الاتصالية.	
15	تمهيد
المبحث الأول: الثقافة الاتصالية	
16	المطلب الأول :تعريف الثقافة الاتصالية
18	المطلب الثاني : مكونات الثقافة الاتصالية
21	المطلب الثالث : أنواع الثقافة الاتصالية
المبحث الثاني: أسس وأبعاد الثقافة الاتصالية وأهم مميزاتها	
23	المطلب الأول : أسس الثقافة الاتصالية
25	المطلب الثاني: أبعاد الثقافة الاتصالية
28	المطلب الثالث:مميزات الثقافة الاتصالية
المبحث الثالث : خطوات ووسائل الثقافة الاتصالية و المتغيرات المساهمة في تشكيلها	
30	المطلب الأول : خطوات الثقافة الاتصالية
31	المطلب الثاني : وسائل الثقافة الاتصالية
32	المطلب الثالث : العوامل المساهمة في تشكيل الثقافة الاتصالية
35	خلاصة
الفصل الثاني: ماهية الصورة الذهنية.	
36	تمهيد
المبحث الأول: مفهوم الصورة الذهنية	
37	المطلب الأول: تعريف الصورة الذهنية
39	المطلب الثاني:خصائص الصورة الذهنية
39	المطلب الثالث: مكونات الصورة الذهنية
المبحث الثاني:أنواع الصورة الذهنية و العوامل المؤثرة في بنائها	

42	المطلب الاول :أنواع الصورة الذهنية
43	المطلب الثاني :العوامل المؤثرة في تكوين الصورة الذهنية
46	المطلب الثالث : كيفية تشكيل الصورة الذهنية
52	خلاصة
الاطار التطبيقي للدراسة	
53	تمهيد
المبحث الاول : التعريف بكلية العلوم الاجتماعية والانسانية لجامعة اكلي محند اولحاج البويرة	
54	المطلب الاول :التعريف بالجامعة
54	المطلب الثاني : التعريف بالكلية و اهم مهامها
55	المطلب الثالث : الهيكل التنظيمي
المبحث الثاني: التحليل الكمي و الكيفي لبيانات الدراسة	
56	المطلب الاول : خصائص عينة الدراسة
58	المطلب الثاني : التحليل الكمي لبيانات الدراسة
81	المطلب الثالث : التحليل الكيفي لبيانات الدراسة
88	نتائج الدراسة
91	خاتمة
93	قائمة المراجع
97	الملاحق

2- فهرس الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
1	العينة حسب متغير السن	56
2	العينة حسب متغير الجنس	56
3	جدول يوضح توزيع العينة حسب متغير تخصص	57
4	عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي	57
5	الأساليب و الوسائل المستعملة للتواصل مع الطلبة في كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية	58
6	اذ كان استخدام هذه الوسائل من طرف الموظفين الإداريين له دور في رسم صورة ايجابية عن الكلية لدى الطلبة	59
7	مظاهر الثقافة الاتصالية لدى الموظفين الإداريين في تعاملهم مع الطلبة	60
8	الأنشطة التي يمارسها الموظفون الإداريين لرسم صورة ذهنية عن الكلية	61
9	اهم المكاتب التي يرتادها الطلبة في الكلية	62
10	تقييم عينة الدراسة للاستقبال الذي تحظى به اثناء زيارة مكاتب الادارة	63
11	اذ كان للحضور الدائم للأساتذة دور في رسم صورة حسنة لدى الطلبة	64
12	اذ كان لأسلوب التدريس دور في رسم صورة عن الاساتذة لدى الطلبة	65
13	اذ كان التقليل من استخدام التكنولوجيا الحديثة للتواصل مع الطلبة من طرف الموظفين الإداريين له تأثير سلبي على ثقافة الكلية	66
14	اذ كانت المساعدة المقدمة من طرف الأساتذة لها دور في رسم صورة ذهنية عن الأساتذة لدى الطلبة	67
15	اذ كان للأساتذة دور في خلق روح الجماعة بين الطلبة	68

16	اذ كان التتمر اللفظي و الجسدي الذي يتعرض إليه الطلبة من طرف بعض الأساتذة دور في رسم صورة ذهنية سلبية عن الأساتذة	69
17	أهم الصفات التي رسمت لدى عينة الراسة صورة ذهنية إيجابية عن الأساتذة	70
18	الصفات السلبية التي رسمت لدى عينة الدراسة صورة ذهنية عن بعض الأساتذة	71
19	اذ كان للإساءة اللفظية من طرف بعض الأساتذة دور في رسم صورة ذهنية عن تواجد عنف لفظي اتجاه الطلبة من طرف بعض الأساتذة	72
20	اذ كان لظاهرة التكبر المنتشرة لدى بعض الأساتذة أن تؤثر سلبا على صورتهم لدى الطلبة	73
21	اذ كان للتحفيز الإيجابي دور في رسم صورة ذهنية حسنة عن الأساتذة لدى الطلبة	74
22	اذ كان لجماعة الرفاق تأثير في رسم صورة ذهنية عند الطلبة	75
23	اذ كان لجماعة الرفاق دور في تحطيم الطموحات الدراسية لدى بعض الطلبة	76
24	اذا كانت تؤثر مصاحبة الرفاق غير الطموحين في تغيير نظرة عينة الدراسة حول الجامعة	77
25	اذ كان لرفاق عينة الدراسة في الجامعة دور في تغيير نظرتهم حول التخصصات الجامعية	78
26	تؤثر جماعة الرفاق في إضعاف عزيمة عينة الدراسة عن العمل الجادة نحو مواصلة الدراسات العليا	79
27	لجماعة الرفاق دور في تغيير نظرتك حول الأساتذة	80
28	تعتقد أن استخدام الوسائل من طرف الموظفين الإداريين له دور في رسم صورة ايجابية عن الكلية لدى الطلبة وفق لمتغير التخصص الدراسي	81
29	مظاهر الثقافة الاتصالية لدى الموظفين الإداريين في تعاملهم مع الطلبة	82

30	اذ كانت المساعدة المقدمة من طرف الأساتذة لها دور في رسم صورة ذهنية عن الأساتذة لدى الطلبة وفق متغير الجنس	83
31	اذ كان لتحفيز الايجابي دور في رسم صورة ذهنية حسنة عن الاساتذة لدى الطلبة وفق متغير التخصص	84
32	لجماعة الرفاق تاثير في رسم صورة ذهنية عند الطلبة وفق متغير الجنس	85
33	اذ كان لجماعة الرفاق دور في تحطيم الطموحات الدراسية لدى بعض الطلبة وفق متغير التخصص الدراسي	86

-فهرس الاشكال

الرقم	العنوان	الصفحة
1	مكونات الثقافة الاتصالية	20
2	ابعاد الثقافة الاتصالية	27
3	العوامل المؤثرة في تشكيل صورة المؤسسة لدى الموظفين	47
4	العوامل المؤثرة في تشكيل صورة المؤسسة لدى زبائنها	48
5	الهيكل التنظيمي لكلية العلوم الاجتماعية و الانسانية	55