

الصورة الذهنية لجامعة تبوك في الصحف السعودية وعلاقتها بصورتها الذهنية لدى العاملين بها

د. محمد فؤاد محمد زيد

استهدفت الدراسة الحالية التعرف على العلاقة بين الصورة الذهنية التي تعكسها الصحف اليومية السعودية عن جامعة تبوك والصورة الذهنية لها لدى أعضاء هيئة التدريس والموظفين بها، واعتمدت على منهج المسح بالعينة بشقيه التحليلي والميداني، واستخدم كل من تحليل المضمون والاستبيان في جمع بيانات الدراسة وطبقت الدراسة التحليلية على عينة من الصحف السعودية تضمنت (الرياض - عكاظ - الوطن - الجزيرة - المدينة - الشروق)، وطبقت الدراسة الميدانية على عينة من أعضاء هيئة التدريس والموظفين بجامعة تبوك بلغ قوامها ٢٢٠ مفردة، وتوصلت النتائج إلى:

- وجود علاقة دالة إحصائياً بين تعرض المبحوثين لأخبار الجامعة بالصحف السعودية وإدراكهم لملامح الصورة الذهنية التي تعكسها هذه الصحف عن الجامعة.
- وجود علاقة دالة إحصائياً بين معدل تعرض المبحوثين لأخبار الجامعة بالصحف وكل من؛ إدراك العاملين بالجامعة لواقعية الصورة المقدمة بالصحف عن الجامعة، وتقييم العاملين بالجامعة لأدائها.
- وجود فروق دالة بين متوسطات درجات المبحوثين في إدراك الملامح السلبية لصورة الجامعة تعزي إلى النوع لصالح الإناث .

The mental image of the University of Tabuk in the Saudi newspapers and its relation to mental image among its employees

The current research aimed to identify the relationship between the mental image reflected by the Saudi newspapers and the mental image of the University of Tabuk and its faculty members and staff. The research was based on the survey methodology, both analytical and field. The analysis of the content and the questionnaire was used to collect the study data. A sample of Saudi newspapers (Riyadh, Okaz, Al-Watan, Al-Jazirah, Al-Madinah, Al-Shorouq) was applied to a sample of ٢٢٠ faculty members and staff at Tabuk University. The study reached several results, the most important of which are:

There is a statistically significant relationship between the subjects' exposure to the university's news in the Saudi newspapers and their understanding of the mental image that these newspapers reflect on the university.

- The existence of a statistically significant relationship between the rate of exposure of the subjects to the news of the university in the newspapers, and each of the employees' awareness of the reality of the picture presented in the newspapers about the university and the evaluation of the university staff for its performance.
- There are significant differences between the average scores of respondents in the perception of the negative aspects of the university image attributed to gender in favor of females.

مقدمة

تقوم وسائل الإعلام بدور كبير في مجال صنع وترويج الصور الذهنية المنطبعة لدى الجماهير عن الشخصيات والمؤسسات إلى الحد الذي يشعر فيه المتلقي أنه التقى فعلا بالشخصيات أو سبق له التعامل مع المؤسسات التي تتناولها وسائل الإعلام، ذلك لأن هذه الوسائل ذات انتشار واسع وقدرات متزايدة على الاستقطاب والإبهار الذي يجذب بدوره الجمهور لمتابعته والحصول من خلالها على الكثير من المعلومات عن الشخصيات والأحداث والمؤسسات محل الاهتمام.

وتعد وسائل الإعلام ضمن العوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية للمؤسسة ذلك أن الجهود الإعلامية للمنظمات وتأثيرها على صورة المؤسسة نفسها، ومدى سلبية أو إيجابية التغطية الإعلامية للأحداث الخاصة بالمؤسسة في وسائل الإعلام الجماهيرية، وحجم الاهتمام التي تكنه وسائل الإعلام الجماهيرية بأخبارها من العوامل المهمة في بناء صورة المؤسسة لدى الجمهور (١).

والصحف إحدى المؤسسات الهامة في المجتمع من خلال ما تقدمه لأفراده من معلومات وآراء وأفكار تساعد على تكوين رأى صحيح في المشكلات التي تخص حياتهم السياسية والاجتماعية والاقتصادية، وهي بذلك تعكس الحياة والواقع والبناء الاجتماعي، وتتأثر به وتؤثر فيه لتحقيق أهداف بعينها، بيد أن الصحيفة التي توجه لخدمة البناء الاجتماعي لا تصدر من فراغ، بل إلى مجتمع وجمهور مستهدف، ولا يعنى ذلك أن مهام الصحيفة ثابتة لا تتغير بل على العكس من ذلك حيث تتبدل وتتغير المهام تبعاً لتغير الظروف السائدة في البناء الاجتماعي وتبعاً لتغير واختلاف خصائص الجمهور الذي توجه إليه (٢).

ونظراً للارتباط بين ما تعكسه وسائل الإعلام عامة والصحف خاصة من معلومات ومواد قد تسهم في بناء الصور الذهنية عن المؤسسات عامة والتعليمية خاصة وما يعتقد ويديره الجمهور حول أداء هذه المؤسسات، وما يمكن أن يؤدي إليه ذلك من اتخاذ مواقف إيجابية أو سلبية حول تلك المؤسسات فقد رأى الباحث أنه من الضروري دراسة " الصورة الذهنية التي تعكسها الصحف السعودية عن جامعة تبوك وعلاقتها بصورتها الذهنية لدى أعضاء هيئة التدريس والموظفين بها، للوقوف على دور الصحف في تشكيل الصورة الذهنية لمؤسسات التعليم العالي، وطبيعة العلاقة بين الصورة الذهنية التي تعكسها تلك الصحف عن الجامعة والصورة الذهنية كما يدركها الجمهور الداخلي للجامعة عنها.

مشكلة الدراسة:

تؤدي وسائل الإعلام دوراً كبيراً في الطريقة التي نبني أو نشيد بمقتضاها تصورنا للعالم، حيث تلعب المعلومات التي تتناقلها وسائل الإعلام وخاصة تلك التي تتصف بالاستمرارية دوراً في تكوين معارف الجمهور وانطباعاته وتؤدي في النهاية ربما بعد مناقشتها مع الذات والغير إلى تشكيل الصور العقلية التي تؤثر في تصرفات الفرد^(٣).

وقد كشفت بعض الدراسات أن وسائل الإعلام لم تعد أدوات لنقل المعلومات فقط، وإنما أصبحت أدوات لتوجيه الأفراد والجماعات وتكوين مواقفهم الفكرية والاجتماعية، ولذلك فإن ما يقرب من (٧٠%) من الصورة التي يبنيها الإنسان لعالمه مستمدة من وسائل الإعلام المختلفة وفي مقدمتها الصحف^(٤).

وبنظرة فاحصة لما ينشر بالصحف حول ما تقوم به الجامعة من جهود وما تؤديه من أدوار نجد أن بعض الصحف قد تسهم في تكوين صورة ذهنية سلبية عن الجامعة وهو ما يضر بسعي هذه المؤسسات للقيام برسالتها التي تتضمن تقديم تعليم متميز لأبناء الوطن والبحث العلمي وخدمة المجتمع، كما قد تغفل الصحف الكثير من الأداءات الإيجابية والجهود المشرفة لبعض الجامعات.

وعلى الرغم من أن مهمة وسائل الإعلام باختلاف صورها، هي إبراز كافة الجهود وبيان الملامح الأكثر بروزاً في الأداء لكافة المؤسسات، مع ضرورة الحد من المبالغات في وصف أحداث عابرة تتنافى مع كون الجامعات من أهم الجهات الريادية بأي مجتمع، ومن خلال المتابعة لما نشر بالصحف حول أداء الجامعة تبين وجود اتجاهين متضادين حول جامعة تبوك أحدهما مشرق إيجابي، والآخر قائم سلبي، حيث أن الصورة التي تتكون عن الجامعة وأعضائها في وسائل الإعلام تؤثر على صورتها لدى جمهورها الداخلي وصورتها في المجتمع بشكل عام.

ومن هنا تتحدد مشكلة الدراسة؛ في محاولة الكشف عن طبيعة الصورة الذهنية لجامعة تبوك كما تعكسها الصحف اليومية السعودية، ومعرفة دور الصحف اليومية في تكوين هذه الصورة بإيجابياتها وسلبياتها، ومعرفة العلاقة بين الصورة الذهنية كما تعكسها الصحف اليومية بالمملكة العربية السعودية عن جامعة تبوك وصورة الذهنية لدى العاملين بها.

وتتلخص مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي:

ما العلاقة بين الصورة الذهنية التي تعكسها الصحف السعودية لجامعة تبوك وصورتها
الذهنية لدى أعضاء هيئة التدريس والموظفين بها ؟

وينبثق منه التساؤلات الفرعية التالية:-

- ما العلاقة بين تعرض الباحثين لأخبار الجامعة بالصحف السعودية وإدراكهم لملاح
الصورة الذهنية التي تعكسها هذه الصحف عن الجامعة ؟
- ما دلالة العلاقة بين معدل تعرض الباحثين لأخبار الجامعة بالصحف وكل من:-
إدراك العاملين بالجامعة لواقعية الصورة المقدمة عن الجامعة بالصحف. ، تقييم العاملين
بالجامعة لأدائها ؟
- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الباحثين على الدرجة الكلية
لإدراك ملاح الصورة الذهنية للجامعة وفقا للمتغيرات الديموجرافية (النوع - سنوات
الخبرة - المؤهل التعليمي - المهنة)؟
- ما أنواع الصور الذهنية التي تعكسها الصحف عن الجامعة ، وما اتجاه المضمون المقدم
عنها بالصحف عينة الدراسة ؟
- ما الفنون والأشكال التحريرية التي قدمت من خلالها الموضوعات عن الجامعة بالصحف
السعودية ، وما عناصر الإخراج المستخدمة في عرض وإبراز تلك الموضوعات ؟
- ما أنواع الموضوعات الواردة بالمواد التحريرية عن جامعة تبوك، وما اتجاه تلك
الموضوعات نحو الجامعة خلال فترة الدراسة؟
- ما طبيعة الصورة العامة للجامعة في الموضوعات الواردة حولها بالصحف ؟
- ما معدل تعرض العينة للصحف السعودية؛ وما مدى اهتمامهم بمتابعة أخبار الجامعة في
هذه الصحف، والوقوف على مصادر حصولهم علي الأخبار والمعلومات التي تتعلق
بالجامعة؟
- ما الملاح الإيجابية والسلبية لصورة الجامعة التي تعرضها الصحف بالمملكة من وجهة
نظر العاملين بالجامعة؟
- ما مدى اقتناع الباحثين بواقعية الصورة المقدمة عن الجامعة بالصحف ومدى تقبلهم
لهذه الصورة ؟
- ما الصورة العامة لجامعة تبوك لدى العاملين بها ؟

أهمية الدراسة:

تعد أهمية الصور الذهنية في أن العقل لا يمكن أن يحتفظ بكل ما يتعرض له -بشكل كامل- حاضر في الذاكرة بكل تفاصيله طول الوقت وإنما يحتفظ برموز وصور وانطباعات عن الواقع الموضوعي وبشكل مجرد، ويتعامل مع الواقع من خلال الخبرة المختزنة عن الأشخاص والدول والمؤسسات والأحداث والمواقف، ومن هنا يكتسب موضوع الدراسة بهذا التحديد أهمية خاصة في الوقت الراهن على ضوء الاعتبارات التالية:-

- أهمية الدور الذي تؤديه الصحف كوسيلة اتصال لها تأثيرها على الجماهير في مجال تكوين الآراء والاتجاهات وغرس القيم والمفاهيم .
- تبرز أهمية هذه الدراسة من خلال مناقشتها لموضوع في غاية الأهمية وهو صورة الجامعة كمؤسسة تعليمية ذات دور ريادي في المجتمع بالصحف وعلاقة تلك الصورة بما يحمله الجمهور الداخلي بها من صور عن أدائها وجهودها .
- بناء تصور نظري وعملي متكامل حول معرفة الصورة الذهنية لدى الجمهور الداخلي للجامعات ومعرفة مكوناتها وأهميتها وعوامل تكوينها وتقويمها بالنسبة للمؤسسات الحكومية وعلى رأسها الجامعات .
- قلة الدراسات التي اهتمت بدراسة العلاقة بين الصورة الذهنية التي تعكسها الصحف اليومية السعودية عن الجامعة وصورتها الذهنية لدى أعضاء هيئة التدريس والموظفين بها، ففي حدود علم الباحث لا يتوفر عنها معلومات كافية، ولم تدرس من قبل .
- إثراء المكتبة البحثية بهذا النوع من البحوث عن مفهوم الصورة الذهنية عن الجامعات وملامح تلك الصورة كما تعكسها الصحف .

أهداف الدراسة:

- تتركز أهداف هذه الدراسة في التعرف على العلاقة بين الصورة الذهنية التي تعكسها الصحف اليومية السعودية عن جامعة تبوك والصورة الذهنية لها لدى أعضاء هيئة التدريس والموظفين بها، وذلك من خلال:
- معرفة العلاقة بين تعرض المبحوثين لأخبار الجامعة بالصحف السعودية وإدراكهم لملامح الصورة الذهنية التي تعكسها هذه الصحف عن الجامعة .

- الوقوف على العلاقة بين معدل تعرض الباحثين لأخبار الجامعة بالصحف وكل من:- إدراك العاملين بالجامعة لواقعية الصورة المقدمة عنها بالصحف. ، تقييم العاملين بالجامعة لأدائها .
- تحديد دلالة الفروق بين متوسطات درجات الباحثين على الدرجة الكلية لإدراك ملامح الصورة الذهنية للجامعة وفقا للمتغيرات الديموجرافية (النوع - سنوات الخبرة - المؤهل التعليمي - المهنة) .
- رصد أنواع الصور الذهنية التي تعكسها الصحف عن الجامعة ، وتحديد اتجاه المضمون المقدم عنها بالصحف عينة الدراسة .
- رصد الفنون التحريرية التي قدمت من خلالها الموضوعات عن الجامعة بالصحف السعودية ، وعناصر الإخراج المستخدمة في عرض وإبراز تلك الموضوعات .
- معرفة أنواع الموضوعات الواردة بالمواد التحريرية عن جامعة تبوك، واتجاه تلك الموضوعات نحو الجامعة .
- تحديد الملامح الإيجابية والسلبية لصورة الجامعة التي تعرضها الصحف بالمملكة من وجهة نظر العاملين بالجامعة،
- معرفة مدى اقتناع الباحثين بواقعية الصورة المقدمة عن الجامعة بالصحف ومدى تقبلهم لهذه الصورة .

مفاهيم ومصطلحات الدراسة:

تتعامل الدراسة الراهنة مع مفهومين أساسيين هما: مفهوم الصورة الذهنية، الصحف السعودية ، وفيما يلي توضيح لحدود استخدام هذه الدراسة لتلك المفاهيم.

(١) الصورة الذهنية:

تتعدد التعريفات المقدمة لمفهوم الصورة ؛ فالصورة هي الشكل، قال تعالى "الذي خلقك فسواك فعدلك، في أي صورة ما شاء ركبك" صدق الله العظيم. (٥)، والصورة في المعجم الوجيز تعنى: الشكل. وصورة المسألة أو الأمر: صفتها والصورة الذهنية: الماهية المجردة، وصورة الشيء: خياله في الأذهان أو العقل (٦).

والصورة الذهنية: قد تكون صورة لشيء أو لشخص في ذهن إنسان ما.. أي فكرته التي كونها عن ذلك الشخص وصورته التي رسمها في ذهنه أي انطباعه عنه (٧).

ويعرف قاموس ويبستر الصورة الذهنية بأنها التقديم العقلي لأي شئ لا يمكن تقديمه

للحواس بشكل مباشر، أو محاكاة لتجربة حسية ارتبطت بعواطف معينة، أو تخيل لما أدركته حواس الرؤية أو السمع أو اللمس أو الشم أو الذوق^(٨).

ويعرف على عوجة الصورة الذهنية بأنها: الناتج النهائي للانطباعات الذاتية التي تتكون عند الأفراد أو الجماعات إزاء شخص معين، أو نظام ما، أو شعب أو جنس بعينه، أو منشأة أو مؤسسة، أو منظمة محلية أو دولية أو مهنة معينة، أو أي شيء آخر يمكن أن يكون له تأثير على حياة الإنسان، وتتكون هذه الانطباعات من خلال التجارب المباشرة وغير المباشرة وترتبط هذه التجارب بعواطف الأفراد واتجاهاتهم وعقائدهم. وبغض النظر عن صحة أو عدم صحة المعلومات التي تتضمنها خلاصة هذه التجارب فهي تمثل بالنسبة لأصحابها واقعا صادقا ينظرون من خلاله إلى ما حولهم ويفهمونه أو يقدرونه على أساسها^(٩).

والصورة الذهنية شغلت أذهان الكثير من العلماء والباحثين عن كيفية تكوينها وعملية تكوين الصورة تقوم على تفاعل كل ما يحتفظ به الفرد من معارف ومعلومات وخبرات واتجاهات وأفكار مستمدة من البيئة التي تحيط بالفرد، فالصورة تأليف صناعي للواقع، وهي لذلك تتمتع بقدر كبير من الذاتية ومن الطبيعي أن يتمسك بها الإنسان تمسكاً شديداً ويعتقد في صحتها ويدافع عنها وتصبح جزءا من ثقافته وتكوينه العقلي والعاطفي فيما بعد^(١٠).

وبناء على ما سبق من تعريفات يمكن أن نستقي من الجوانب المختلفة التي أوضحتها هذه التعريفات ما يتفق واهتمام هذه الدراسة في محاولة لتقديم المفهوم الإجرائي للصورة الذهنية بأنها: انطباع ذهني لدى فرد أو جماعة نحو فرد معين أو جماعة معينة أو نظام معين أو مهنة معينة، أو أي شيء آخر يمكن أن يكون له تأثير على حياة الفرد، ويتكون هذا الانطباع من خلال تجارب الأفراد الشخصية، وتجارب الآخرين، والتعرض لوسائل الاتصال الجماهيرية ومصادر أخرى مثل التعليم والدين والعادات والقيم.

(٢) **الصحف السعودية:** يقصد بها إجرائيا في هذه الدراسة الصحف السعودية اليومية الورقية التي تصدر وتوزع بالمجتمع السعودي، وتضم هذه الصحف (الرياض - المدينة - عكاظ - الوطن - الجزيرة - الشرق) .

الدراسات السابقة:

رصد الباحث عدة أبحاث ودراسات تقترب من موضوع الدراسة الحالية، وقد تميزت هذه الدراسات بتنوع اتجاهاتها البحثية والمنهجية بل وموضوعاتها وطرق معالجتها وسوف يتم عرضها وفقا للتسلسل الزمني لها من الأقدم إلى الأحدث علي النحو التالي:-

قام سامح محمد محافظة (١٩٩٢) ^(١١) بدراسة لصورة الجامعات الأردنية كما يراها رجال الصحافة والإعلام الأردنيون، استهدفت معرفة الصورة الذهنية التي يراها الصحفيون

والإعلاميون الأردنيون للجامعات الأردنية فيما يتعلق بإسهامها في الميادين المختلفة ، واعتمدت الدراسة على منهج المسح بالعينة، وطبقت الدراسة على عينة من ٨٦ صحفياً وإعلامياً، وقد كشفت نتائج الدراسة عن وجود إسهامات عالية من الجامعات الأردنية في تلبية احتياجات المجتمع في العلوم والتكنولوجيا وكذلك القوى البشرية للإسهام في خطط التنمية الاقتصادية والاجتماعية. إسهام متدني للجامعات الأردنية في مجال البحث العلمي التطبيقي ومجال تنمية الشعور بالولاء للوطن والتخلي بروح المسؤولية ومجال تنمية الاستقلال الفكري وتشجيع المبادرة والإبداع الشخصي. وأوصت الدراسة بضرورة تجنب التوسع الارتجالي في التعليم العالي الجامعي وبخاصة في الفروع التي لا يحتاجها البلد كثيراً والسعي لإنشاء جامعات نوعية في المستقبل.

وحاول هارلود ومارجو (١٩٩٣) (١٢) دراسة سمات الصورة الجانبية للمعلمين في الأفلام والتي هدفت لمعرفة ملامح الصورة الجانبية للمعلمين في الفيلم التجاري والتعرف علي السمات الإيجابية والسلبية للمعلمين من خلال تحليل مضمون الأفكار الرئيسية لعينة الأفلام، وقد توصلت نتائج الدراسة إلي: ظهور المعلم في صورة مثالية من ناحية نشاطه وكفاحه في بداية حياته. وتمتعه بشخصية قوية وعطوف ومحب للتلاميذ. وتلخصت ملامح الصورة السلبية للمعلم في ظهوره كمهرج وغير كفاء في عمله. وقد أكدت الدراسة أن الفيلم وسيلة هامة لنقل رسالة قوية وفعالة عن المعلمين .

وحرصت دراسة تشارلز تيلور (١٩٩٨) (١٣) على تحديد ملامح صورة الرئيس كيندي لدي طلاب المدارس وفي الثقافة الشعبية، من خلال تحليل الصورة التي ظهر بها في الإعلام الحديث وتأثير هذه الصورة علي طلبة المدارس وقد اعتمدت الدراسة علي تحليل مضمون مجموعة من البرامج التليفزيونية بالإضافة لعينة من الصحف، وكذلك تحليل بعض الصور التي ظهر بها الرئيس كيندي وعائلته، وبعض الكتب التي كتبت عن حياته، بالإضافة لمسح عينة من طلبة المدارس لمعرفة انطباعهم عن صورة كيندي. وقد توصلت الدراسة إلي عدة نتائج: أهمها أنه خلال فترة حكم كيندي استطاع كيندي إدارة الإعلام المطبوع لصالحه من خلال المكافآت والعقوبات، كما استخدم التليفزيون بمهارة مصورا نفسه علي أنه شخصية بطولية متزنة محبوبة وذكية. أسهم الذكاء الإعلامي لجون كيندي في إثارة عاطفة الجمهور. أسهمت الصور التي تم التقاطها لكيندي مع السود في جعله يبدو علي أنه محرر أبوي للأمريكان من أصل إفريقي .

وتناولت دراسة شريف زكي (٢٠٠٥)^(١٤) صورة المهن التي تعرضها الدراما العربية بالتلفزيون وعلاقتها باتجاهات عينة من المراهقين نحو المهن، واستخدم الباحث منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي. وتوصلت الدراسة إلي: أن أكثر المهن ظهوراً (طبيب - رجل أعمال - موسيقي - موظف إداري - ضابط شرطة - خادم)، كما رأى المراهقون عينة الدراسة تمتع الشخصيات العاملة بالمسلسلات بسمات إيجابية بنسبة (٧١.٢٪)، وقد اختاروا (٤٠ مهنة) يرغبون العمل بها في المستقبل، أهمها (مهندس، طيار، محامي)، وقد جاءت المسلسلات في المرتبة الثانية بنسبة (٦٢.٤٪) من حيث المصادر التي يحصل من خلالها المراهقون علي معلومات عن المهن .

وركزت دراسة شريفة رحمة الله سليمان (٢٠٠٦)^(١٥) على دور العلاقات العامة في تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسات الحكومية من منظور الخدمة الإلكترونية، وكذلك معرفة واقع العلاقات العامة بالمنظمات الحكومية والتطور التكنولوجي في أساليب الأتصال. وأجرت الباحثة دراسة ميدانية وتحليلية من خلال تحليل مضمون مواقع المؤسسات الحكومية في أمارة دبي على شبكة الإنترنت، ودراسة ميدانية للشركات المسجلة على موقع بلدية دبي، واستخدمت منهج المسح بشقيه، وتوصلت لمجموعة من النتائج أهمها: تبين أن هناك اهتمام من قبل المؤسسات الحكومية في إمارة دبي بتطوير خاصية التفاعل بينها وبين جمهورها على ضوء مفهوم الحكومة الإلكترونية. أظهرت النتائج أن الدور الذي يقوم به ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية بدبي يقتصر على تزويد الموقع بأخبار وأنشطة المؤسسة لذا لم تكن جهود العلاقات العامة ذات طابع متناسق مع جهود المؤسسة وبالتالي لم تلب الأهداف الأساسية للجمهور. هناك تكامل بين الاتصال التقليدي والإلكتروني حققته بلدية دبي حيث أظهرت النتائج وجود تقارب في مستويات الرضا بين الوصيلتين الاتصاليين واستخدام فراد العينة لكافة وسائل الاتصال التي توفرها بلدية دبي.

وسعت دراسة سفران بن سفر المقاطي (١٤٢٦هـ/٢٠٠٨م)^(١٦) إلى رصد "العوامل المؤثرة في تشكيل الصورة الذهنية عن المؤسسات السعودية القائمة على الحج - دراسة تطبيقية على حجاج عام ١٤٢٦هـ، واعتمدت الدراسة على منهج المسح بالعينة بشقيه الوصفي والتحليلي، وتكونت عينة البحث من ٨٦٢ مبحوثاً لتمثيل مجتمع الدراسة، وقد كشفت نتائج الدراسة عن: وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الحجاج حسب جنسهم (ذكور - إناث) لصالح الذكور. وجود علاقة موجبة قوية بين الجاليات الأكثر تواجداً في

المملكة ونسب أعدادهم في المؤدين للفريضة. كان تقييم عينة الدراسة إيجابى حول معظم الخدمات المقدمة بما يعكس مستوى الرضا لديهم.

واهتمت دراسة حسين الحسينى (٢٠٠٨)^(١٧) بمعرفة دور الصحافة المحلية في دعم الصورة الذهنية للمؤسسات التشريعية لدى الجمهور: من خلال دراسة تطبيقية على مجلسى الشورى والنواب بمملكة البحرين، وطبق الباحث الدراسة على عينة من مجتمع مواطنى مملكة البحرين البالغين من العمر ٢٠ سنة فأكثر وقت إجراء الدراسة، وقد كشفت نتائج الدراسة عن ما يلي: فيما يتعلق بمدى اهتمام الجمهور البحريني بمتابعة أخبار المجالس التشريعية تبين أن ٨٠.٢٥% من عينة الدراسة يتابعون أخبار مجلس النواب، وتتابع نسبة ٨٧.٠% أخبار مجلس الشورى وأنظمته وهى نسبة مرتفعة، كما أظهرت النتائج أن الصحف تقوم بدور بارز في دعم الصورة الذهنية للمجالس التشريعية بدولة البحرين.

وقامت سماح ماضي متولي" (٢٠٠٨)^(١٨) بدراسة الصورة الإعلامية للمعلم في الصحف المصرية وعلاقتها بتكوين الاتجاهات لدى عينة من المراهقين والمعلمين نحو المعلم، حيث هدفت الدراسة إلى التعرف على سمات الصورة التي تقدمها الصحف للمعلم المصري ومدى مساهمة الصحف في خلق وتكوين صورة عن المعلم، استخدمت الدراسة منهج المسح، وتكونت العينة من ٤٠٠ مفردة بمحافظة الجيزة، واستخدمت استمارة استبيان ومقياس للاتجاهات. وتوصلت النتائج إلى: اتفاق الصورة المقدمة عن المعلم من خلال الصحف والصورة لدى المراهقين، حيث أثبتت النتائج أنه كلما زادت كثافة التعرض للصحف زادت معها الصورة السلبية المقدمة عن المعلم. كما كشفت النتائج أن الصورة المقدمة عن المعلم بالصحف أثرت سلبياً على اتجاه المراهقين نحو المعلم.

وأجرت حنان هزاع (٢٠٠٩)^(١٩) دراسة استهدفت الوقوف على الصورة الذهنية للجامعة لدى المراهقين والمراهقات بالمرحلة الثانوية، واعتمدت الدراسة على منهج المسح بالعينة، وتكونت العينة من ٧٠٩ مفردة من المراهقين والمراهقات من طلبة الصفين الثاني والثالث الثانوي العام في المدارس الحكومية والخاصة ومن القسمين العلمي والأدبي ببعض الإدارات التعليمية بمحافظة القاهرة، وقد كشفت نتائج الدراسة أن الصورة الذهنية للجامعة لدى طلاب المرحلة الثانوية تختلف باختلاف النوع (ذكور - إناث)، ونوع التعليم (عام - خاص)،

والمستويات الاجتماعية والاقتصادية المختلفة للمراهقين (المنخفض - المتوسط - المرتفع) بالنسبة للصورة الذهنية للجامعة لديهم.

وسعت دراسة محمد يوسف حجاج (٢٠٠٩) (٢٠) للتعرف على الصورة الذهنية المدركة لبعض المظاهر السلبية للأستاذ الجامعي بغرض التعرف على هذه السلبيات ومحاولة وضع الحلول المناسبة لعلاجها، وتكوين رؤية واضحة عند وضع استراتيجيات التطوير ورفع جودة أداء الأستاذ الجامعي بكليات التربية البدنية والرياضة. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي وتكونت العينة من ١٦٢ عضواً من هيئة التدريس بكليات التربية البدنية والرياضة بجامعة (حلوان - الاسكندرية - المنصورة - أسيوط). وقد كشفت نتائج الدراسة عن ما يلي: الافتقار للمظهر العام والجيد والتساهل في نمط اللبس الذي يليق بوضع الأستاذ الجامعي بكليات التربية البدنية والرياضة. الجانب الأخلاقي لدى بعض أعضاء هيئة التدريس بكليات التربية البدنية والرياضة يتصف بصفات غير حميدة من الناحية الأخلاقية، وعدم العدالة وسوء استخدام السلطة واستغلال النفوذ، والسلوك اللفظي غير الملائم. طغيان القيم المادية والبحث عن المال بأي وسيلة، وشيوع السطحية في العلاقات الاجتماعية، وعدم الرضا عن العائد والدخل المادي لمهنة عضو هيئة التدريس بكليات التربية البدنية والرياضة.

وهدفت دراسة ممدوح عبد الله (٢٠٠٩) (٢١) للتعرف على الصورة الإعلامية التي تقدمها القنوات الفضائية للحكومة المصرية وعلاقتها بالصورة الذهنية التي يكونها جمهور الشباب في الجامعات المصرية عن الحكومة المصرية. وهي دراسة وصفية، استخدمت منهج المسح بالعينة بشقية التحليلي والميداني، وقد أظهرت نتائج الدراسة التحليلية أن طبيعة الصورة التي تقدمها البرامج عينة التحليل عن الحكومة المصرية سلبية، بنسبة ٦١% تقريباً لكلا البرنامجين وكذلك ملامح سمات صورة الحكومة المصرية من خلال القضايا التي تتعلق بأدائها والتي تم تحليلها فكانت السمات التي كشف عنها التحليل أن الحكومة مقصرة بنسبة ٣٦% تقريباً. وفيما يتعلق بالدراسة الميدانية فقد جاءت الصورة الذهنية للحكومة المصرية صورة سلبية لدى المبحوثين حيث يروا أن الحكومة تهدر أموال طائلة في مشروعات غير مجدية وأن السلطة يجب أن تكون متداولة وليست حكراً على حزب بعينه.

واهتم هشام أحمد عبد النبي (٢٠١٢) (٢٢) بدراسة الصورة الذهنية المكانية لميدان التحرير بعد ثورة ٢٥ يناير لدى طلاب جامعة الإسكندرية والعوامل المؤثرة في تشكيلها، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي وجمعت بين التحليل الكمي والكيفي في دراسة الصور

الذهنية المكانية لدى الطلاب، وكشفت نتائج الدراسة عن: وجود فروق ذات دلالة إحصائية ترجع إلى نوع التخصص الأكاديمي والذي يعد عامل مؤثر في تشكيل الصورة الذهنية المكانية لميدان التحرير لدى الطلاب. وجود علاقة موجبة قوية بين درجات الطلاب في التعرف على الصورة الذهنية المكانية لميدان التحرير، والمعرفة الجغرافية والتاريخية بميدان التحرير. وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الطلاب حسب النوع (ذكور - إناث) في اختبار التعرف على الصورة الذهنية المكانية لميدان التحرير لصالح الذكور لميولهم للسفر ومتابعة الأخبار والانترنت عن الإناث.

تعقيب على الدراسات السابقة :

- أوضحت نتائج الدراسات السابقة أن الصورة الذهنية للجامعة لدى طلاب المرحلة الثانوية تختلف باختلاف النوع (ذكور - إناث)، ونوع التعليم (عام - خاص)، والمستويات الاجتماعية والاقتصادية المختلفة للمراهقين (المنخفض - المتوسط - المرتفع) بالنسبة للصورة الذهنية للجامعة لديهم (حنان هزاع، ٢٠٠٩)، وأثبتت النتائج اتفاق الصورة المقدمة عن المعلم من خلال الصحف وصورته الذهنية لدى المراهقين، وأنه كلما زادت كثافة التعرض للصحف زادت معها الصورة السلبية المقدمة عن المعلم . كما كشفت النتائج أن الصورة المقدمة عن المعلم بالصحف أثرت سلبياً علي اتجاه المراهقين نحو المعلم ، (سماح ماضي، ٢٠٠٨)، وتبين كذلك أن الصحف تقوم بدور بارز في دعم الصورة الذهنية للمجالس التشريعية بدولة البحرين (حسين الحسيني ٢٠٠٨) ، وهو ما يعكس قدرة الصحف في التأثير على تكوين ودعم الصور الذهنية لدى القراء حول الأشخاص والمؤسسات .

- تمكن الرئيس الأمريكي كيندي من إدارة الإعلام المطبوع لصالحه من خلال المكافآت والعقوبات، وأسهم الذكاء الإعلامي لجون كيندي في إثارة عاطفة الجمهور، كما أسهمت الصور التي تم التقاطها لكيندي مع السود في جعله يبدو علي أنه محرر أبوي للأمريكان من أصل إفريقي(تشارلز تيليور ١٩٩٨). طرحت وسائل الإعلام مزيج من الملامح الإيجابية والسلبية في الصور الذهنية عن الشخصيات والمؤسسات حيث أظهرت الأفلام المعلم في صورة مثالية من ناحية نشاطه وكفاحه في بداية حياته. وتمتعه بشخصية قوية وعطوف ومحب للتلاميذ. كما عرضت العديد من ملامح الصورة السلبية للمعلم في ظهوره كمهرج وغير كفء في عمله. وقد أكدت الدراسة أن الفيلم وسيلة هامة لنقل رسالة

قوية وفعالة عن المعلمين (هارلود ومارجو ١٩٩٣).

- كشف الإطلاع على الدراسات السابقة إغفالها لدراسة الصورة الذهنية للجامعات في الصحف وعلاقتها بصورتها الذهنية لدى العاملين بها، فلم تهتم أي من الدراسات السابقة بدراسة الصورة الذهنية للجامعات لدى الجمهور الداخلي لها من العاملين بها سواء من أعضاء هيئة التدريس أو الموظفين، وكذلك لم تسعى تلك الدراسات للوقوف على الملامح التي تعكسها الصحف لصورة الجامعة، والكشف عن العلاقة بين ما تعكسه تلك الصحف من ملامح لصورة الجامعة وبين ما يدركه العاملين بها من تلك الملامح، وخلت كافة الدراسات السابقة من الاهتمام بدراسة العلاقة بين متغيري البحث، ولذا يتميز هذا البحث عن الدراسات السابقة بمحاولة التوصل لطبيعة واتجاه العلاقة بين الصورة الذهنية لجامعة تبوك في الصحف السعودية وعلاقتها بصورتها الذهنية لدى العاملين بها.

فروض الدراسة:

في ضوء ما استعرضه الباحث من نتائج للدراسات السابقة، فإن الدراسة الحالية تسعى إلى اختبار صحة الفروض التالية:

الفرض الأول:

توجد علاقة دالة إحصائية بين تعرض المبحوثين لأخبار الجامعة بالصحف السعودية وإدراكهم لملامح الصورة الذهنية التي تعكسها هذه الصحف عن الجامعة:-

الفرض الثاني:

" توجد علاقة ارتباط إيجابي دالة إحصائية بين معدل تعرض المبحوثين لأخبار الجامعة بالصحف وكل من :

- إدراك العاملين بالجامعة لواقعية الصورة المقدمة بالصحف عن الجامعة .
- تقييم العاملين بالجامعة لأدائها .

الفرض الثالث:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على الدرجة الكلية لإدراك ملامح الصورة الذهنية للجامعة وفقا للمتغيرات الديموجرافية (النوع - سنوات الخبرة - المؤهل التعليمي - نوع المهنة).

الإطار المعرفي :

الصورة الذهنية:

اهتمت العديد من الدراسات الإعلامية بدراسة صورة المنظمات والشركات والمؤسسات المختلفة للتعرف على نظرة الجماهير لهذه المنظمات ومعرفة الجوانب الإيجابية والسلبية في الصورة الذهنية المتكونة لها لدى الجماهير للتأكيد على العناصر الإيجابية وعلاج الأسباب المتكونة للسلبية منها، وقد اهتم خبراء العلاقات العامة بدراسة العوامل المؤثرة على تكوين الصورة الذهنية وتطورها في ظل وسائل الاتصال الجماهيرية وتعدد الرسائل التي يتعرض لها إنسان القرن الواحد والعشرين^(٢٣).

ونظرا لأهمية الصورة الذهنية للفرد والمنظمة وما تقوم به من دور هام في تكوين الآراء والاتجاهات واتخاذ القرارات وتشكيل السلوك وتكوين الرأي العام الجماهيري، فقد تناولها العديد من الباحثين والمتخصصين في مجالات الإعلام بالدراسة والبحث، وتعتمد المنظمات المختلفة على وسائل الاتصال الجماهيري بشكل كبير في مخاطبة جماهيرها لتحقيق أهداف المنظمة وتكوين صورة ذهنية طيبة من خلال ما تقدمه من خدمات في أذهان الجماهير من خلال التغذية العكسية بردود أفعال الجماهير واتجاهاتهم نحو المنظمة وفاعلية ما تقدمه من خدمات^(٢٤).

فقد أصبح للمنظمات الحديثة مسؤولية كبيرة في تشكيل وتدعيم الصورة الذهنية الطيبة لدى جماهيرها من خلال مراعاة عناصر الصورة الذهنية في مهام المنظمة وأنشطتها بحيث يكون تركيب هذه العناصر بشكل موحد يقدم المنظمة إلى الجماهير بشكل يحقق لها الهيبة والمكانة^(٢٥).

كما تزايد الاهتمام بموضوع الصورة الذهنية وأهميتها بالنسبة للفرد أو المنظمة أو على مستوى الدول نظراً لما تقوم به هذه الصورة من دور هام في تكوين الآراء واتخاذ القرارات وتشكيل السلوك وللصورة الذهنية دور كبير في تشكيل مدارك الفرد ومعارفه، مما يجعل لها تأثيراً واضحاً على سلوك الفرد وقدراته وتوقعاته وردود أفعاله إزاء الكثير من القضايا الهامة. فالصورة الذهنية تؤثر على إدراكنا لما يدور حولنا من التجارب الحاضرة، كما تؤثر على توقعاتنا واستنتاجاتنا عن الآخرين وعن التجارب المستقبلية^(٢٦).

تعريفات الصورة الذهنية:

تعرف الصورة الذهنية بأنها "مجموعة السمات والملاح التي يدركها الجمهور، ويبنى على أساسها مواقفه واتجاهاته نحو المنظمة أو الشركة أو الجامعة أو الدولة أو الجماعة وتتكون تلك الصورة عن طريق الخبرة الشخصية للجمهور القائمة على الاتصال المباشر أو عن طريق العمليات الاتصالية الجماهيرية وتتشكل سمات وملاح الصورة الذهنية من خلال

إدراك الجمهور لشخصية المنظمة ووظائفها وأهدافها وشرعية وجودها وأعمالها والقيم الأساسية التي تتبناها" (٢٧).

ويرى آخرون بأن الصورة الذهنية هي "الصورة الفعلية التي تتكون في أذهان الناس عن المؤسسات المختلفة". وقد تتكون هذه الصور من التجربة المباشرة أو غير المباشرة وقد تكون عقلانية أو غير رشيدة، وقد تعتمد على الأدلة والوثائق أو على الإشاعات والأقوال غير الموثقة، ولكنها في نهاية الأمر تمثل واقعاً صادقاً من وجهة نظر من يحملونها في رؤوسهم (٢٨).

والصورة الذهنية في قاموس لونغمان هي "الصورة المشكلة في الذهن وهي الرأي العام عن شخص ما تم تشكيله بطريقة مقصودة في أذهان الناس" (٢٩)، كما يعرفها بعض خبراء الاتصال "بأنها مجموعة جزئيات المعلومات التي حصل عليها الفرد من الإعلان، ومن القصص الإخبارية ومن الخبرات الشخصية، ومن الأصدقاء والجيران، ومن مواد العلاقات العامة الإعلامية والتي يستخدمها الفرد في بناء واحد ليشكل الصورة الذهنية لديه (٣٠).

ويشير الخبراء إلى أن الصورة الذهنية هي محصلة كل الانطباعات والآراء المتكونة في عقول، ووجدان الجماهير تجاه أي قضية، أو منظمة أو فكرة أو شخص، وتتكون مما يستقبله الفرد من وسائل الإعلام وما اكتسبه من معلومات ومعارف وخبرات حول هذه القضايا أو المنظمات أو الأفراد، ولا تطبع هذه الصورة، وتكتسب مرة واحدة فقط، ولكنها عملية دائمة التطور، ويتم تشكيلها، وصياغتها بصوره مستمرة في وعى الأفراد وشعورهم (٣١).

وينتهي تعريف يامين بودهان للصورة الذهنية إلى أنها "النتائج النهائي للانطباعات النفسية التي تتكون عند الأفراد أو الجماعات إزاء شخص معين أو شعب أو جنس بعينه أو منشأة أو مؤسسة أو منظمة محلية أو دولية أو مهنية معينة، أو أي شيء آخر يمكن أن يكون له تأثير على حياة الإنسان وتتكون هذه الانطباعات من خلال التجارب المباشرة وغير المباشرة وترتبط بعواطف الأفراد واتجاهاتهم بغض النظر عن صحة المعلومات التي تتضمنها خلاصة هذه التجارب" فهي تمثل بالنسبة لأصحابها واقعاً صادقاً ينظرون من خلاله إلى ما حولهم ويفهمونه ويقدرونه على أساسها (٣٢).

أهمية الصورة الذهنية:

حظى موضوع الصورة الذهنية باهتمام الباحثين في الدراسات الإعلامية والاجتماعية والنفسية نظراً للدور المحوري الذي تقوم به الصورة الذهنية في التأثير على مجالات اهتمام هذه الدراسات وما تقوم به من دور مؤثر في سلوكياتنا وقراراتنا وحياتنا اليومية دون أن نشعر بتأثيراتها شبه المنتظمة في تسيير أمور حياتنا (٣٣).

ويتوقع البعض أن يتطور مفهوم الصورة الذهنية في المستقبل القريب ليصبح علم جديد قائم بذاته له أصول وقواعد ونظريات، بسبب ازدياد أهميتها للمنظمات والجماعات العرقية والدينية لتشكيل صورة ذهنية إيجابية، وقد ازداد الاهتمام من قبل علوم العلاقات العامة والإدارة بسبب حاجة المديرين والقادة والمسؤولين إلى تطوير قدراتهم ومهاراتهم في العمل مع الجمهور للمساهمة في بناء صورة طيبة للمنظمة التي يعملون في إدارتها^(٣٤).

وتكتسب الصورة الذهنية للمؤسسات أهمية كبرى في ظل التطورات المعاصرة وتأثيرها على مدى نجاحها وعلى سلوك الجماهير تجاهها فقد أصبح التخطيط لعناصر هذه الصورة جزء لا يتجزأ من التخطيط الشامل لأنشطة مختلف المنظمات فكما تؤثر جميع النشاطات الصادرة عن المؤسسة على صورتها في أذهان جماهيرها وتؤثر بعد تكوينها على اتجاهاتهم وسلوكياتهم نحو المؤسسة وهو ما ينعكس على جميع أنشطة المؤسسة الداخلية والخارجية التي تمارسها من خلال إدارتها المختلفة لما لها من تأثير مباشر على الجماهير^(٣٥).

وفي ظل تقدم العلوم الاتصالية المختلفة تعاضم الاهتمام بالصورة الذهنية مع التقدم الكبير في مجالات الاتصالات والمعلومات ومنه ازدياد أهمية دراسة الصورة في مختلف فروع الإعلام في نواحي السياسة والاقتصاد والإدارة والاجتماع^(٣٦).

وتقوم الصورة الذهنية بدور هام ومحوري في تكوين الآراء واتخاذ القرارات وتشكيل سلوك الأفراد وتؤثر في تصرفاتهم تجاه الجماعات والقطاعات المختلفة، فهي تعكس الواقع وتحمل المعلومات عنه إلى العقل الإنساني الذي لا يواجه الواقع مباشرة وإنما يواجهه بشكل غير مباشر يعتمد على الوصف، لذلك أدركت الشركات والقيادات السياسية أهمية دراسة صورتها السائدة في أذهان الجماهير واتخاذ السياسات ورسم الخطط الكفيلة لتكوين هذه الصورة على النحو الذي تتمناه هذه الشركات أو تلك القيادات واستخدام ذلك في دعم أنشطتها، وإذا كانت صورتها مضطربة عملت بتركيز شديد على وضع الاستراتيجيات المختلفة لتحسينها وتأكيدتها. وأصبح تكوين الصورة الإيجابية هدفاً أساسياً تسعى إلى تحقيقه كل المؤسسات من خلال الأداء الطيب الذي يتفق مع احتياجات الجماهير^(٣٧).

ومفاد القول أن أهمية الصورة الذهنية تكمن في انطباعها في أذهان الجماهير الخارجية للمؤسسة من خلال الصورة التي يرونها في موظفي وعمال المؤسسة وطريقة تعاملهم للناس وأدائهم لواجباتهم^(٣٨).

وتأسيساً على ذلك فإن للصورة الذهنية أهمية وخاصة للأفراد والمنظمات حيث تشكل الأساس الذي يبني عليه رأي الجمهور، وسلوك الأفراد والجماعات يتم بناءه على أساس الصورة الذهنية المتكونة لديهم ، ومن هنا يجب على المنظمة أن تسعى لتعريف الجمهور بها، والوقوف على الشعور الحقيقي للجمهور تجاهها ، وذلك من خلال توضيح مدى فهم الجمهور للمميزات الأساسية التي تتميز بها .

وحول أهمية الصورة الذهنية للأفراد فهي تسهم في تحديد سلوك الفرد الذي يعتمد في سلوكياته على الصورة الذهنية الذي يكونها عن الأفراد والمنظمات، إذ تعتبر الأساس الأول في تكوين الرأي العام للمجتمع لأن الفرد هو الخلية الأولى في المجتمع، كما أنها تقيد في تضيق الفجوة الاجتماعية بين الفرد والمجتمع المحيط، وتعمل على توصل الفرد إلى أبعاد وسمات وخصائص لمساعدته على التكيف مع الظروف والتغيرات في المجتمع (٣٩).

فالصورة الذهنية للأفراد بمثابة معرفة وظيفية تقوم بتبسيط المعقد وتنظيم المشتت وذلك لإدراك الوسط المعقد المحيط بهم، فالفرد يتعامل مع الآخرين بسهولة ومن منظور معين نتيجة تأثره بالصورة الذهنية عن الآخرين حيث تقوم الصورة الذهنية بمثابة قوالب جاهزة في الجهاز السلوكي تساعد الفرد على التواصل بسهولة للتعرف على خصائص وفروقات الآخرين، ومن الناحية النفسية تأتي أهمية الصورة الذهنية في إنها تعبر عما لدى الفرد من جوانب عقلية تؤثر في اتجاهاته وسلوكياته بناء على ما يختزنه من معلومات وأفكار ومعان وانطباعات عن الأشياء المحيطة به (٤٠).

أما بالنسبة لأهمية الصورة الذهنية للمنظمات والمؤسسات فهي تقوم على عكس أداء المنظمة ومستوى الخدمات المقدمة للمجتمع، وتقيد الصورة الذهنية في التخطيط ورسم وتعديل سياسات المنظمة بما يتوافق مع احتياجات ورغبات وآراء الجمهور، وتوضح أهمية الصورة الذهنية الطيبة في جذب الموارد البشرية الخبيرة للعمل في المنظمة، واجتذاب رؤوس الأموال وزيادة المساهمين التي تضمن نمو وتطور المنظمة، كما تساعد الصورة الذهنية في زيادة إقبال الجماهير على خدمات وسلع المنظمة الحالية والجديدة، وتسهم أيضا في تخطي الأزمات والمواقف الطارئة من خلال تربيث حكم الجماهير على المنظمة لحين علاج الأزمة من قبل المسؤولين، وللصورة الذهنية الإيجابية دور في إقبال القادة والشخصيات العامة في المجتمع لزيارة المنظمة وإبراز وسائل الإعلام لدورها في المجتمع لضمان بقاء المنظمة واستمرارها في المجتمع (٤١).

فصورة المؤسسة عبارة عن انعكاس لشخصية المنظمة في أذهان جماهيرها وهي خلاصة التأثيرات التي يتركها كل ما يصدر عن شخصيتها سواء بالإيجاب أو السلب (٤٢)،

وتقوم العديد من المنظمات والدول بإنفاق الكثير من الأموال وبذل الجهود لتكوين صورة ذهنية إيجابية لأنها من أهم العوامل المساعدة على تحقيق النجاح سواء على المستوى الداخلي أو الخارجي للمنظمة، وتقسّم المميزات على مستويين داخلي وخارجي.

وعلى المستوى الداخلي فإن زيادة الصورة الذهنية الطيبة ورضا العاملين عن المؤسسة يؤدي إلى زيادة الإنتاجية للعاملين داخل المنظمة، حيث تساعد الصورة الطيبة في ارتفاع الروح المعنوية للجمهور الداخلي وانخفاض المشاكل العمالية، وتسهم الصورة الإيجابية في جذب رؤوس الأموال وزيادة أعداد المساهمين واجتذاب الموزعين والموردين وإلى تسهيل المعاملة مع الهيئات التنفيذية والتشريعية في الدولة، وتقوم الصورة الذهنية الطيبة للمنظمة بدور حيوي في ازدياد القرارات الناجحة ورسم الخطط وتحقيق الأهداف .

وعلى المستوى الخارجي فإن الصورة الذهنية الطيبة تساعد في ازدياد ثقة الجمهور في منتجات وخدمات المؤسسة، وتمكنها من ازدياد إمكانية تقبل الجمهور لأدائها، وتقوم بدور إيجابي في ازدياد فرص تطوير وتقييم الجماهير للمؤسسة من خلال الاتصال الحواري، وتسهم الصورة الذهنية الطيبة في تطوير علاقة المؤسسة بالجماهير من خلال المشاركة المتبادلة الفعالة في الأنشطة والفعاليات حيث تساعد على تقليل إمكانية حدوث ردود فعل عدائية من الجمهور للمؤسسة خلال الأزمات^(٤٣).

ومن المميزات الأخرى للصورة الذهنية اجتذاب الكوادر البشرية ذوي الكفاءة العالية للعمل في المنظمة، كما أنها تسهم في اهتمام قادة المجتمع بزيارة المنشأة وفروعها في المناسبات المختلفة، وتلعب دوراً مهماً في تحفيز وسائل الإعلام على إبراز دور المؤسسة في خدمة المجتمع ودعم الاقتصاد الوطني^(٤٤)، من خلال الاستجابة الفعالة للطوارئ والأزمات الذي تشكل بدورها صورة جيدة في أذهان الجماهير عن المؤسسة^(٤٥).

وإجمالاً فإن للصورة الذهنية أهمية كبيرة في إبراز آرائنا واتجاهاتنا وقيمتنا وردود أفعالنا تجاه كل الفئات والأحداث، وتدعيم هذا الشعور لدينا ولدى الآخرين، كما أن للصورة الذهنية دوراً بارزاً في حياة الأفراد، فأنها تقوم أيضاً بدور في غاية الأهمية في حياة الدول والشركات والمؤسسات، الأمر الذي يبرر حرص هذه الأطراف كافة على أن تكون صورتها الذهنية لدى الآخرين إيجابية وتخدم أهدافها ومصالحها والسعي لإزالة أي معالم أو جوانب سلبية موجودة في هذه الصورة أو قد تطرأ عليها^(٤٦).

دور وسائل الإعلام في تشكيل الصورة الذهنية:

أشار العديد من الباحثين إلى أن الصورة الذهنية تتأثر بعدة عوامل منها ما يتعلق بالمؤسسة نفسها، ومنها ما يتعلق بالفرد المستقبل للمعلومات عن المؤسسة من خلال تأثرهم بالخصائص الاجتماعية والثقافية للمجتمع المحيط بالمؤسسة، ووسائل الإعلام المختلفة دور في التأثير على الرأي العام وتغيير الصورة السيئة للمنظمة أو المؤسسة وتبديلها بصورة ذهنية طيبة من خلال الموضوعية في نشر المعلومات والأخبار عن المؤسسة.

كما يعتبر تاريخ المنظمة أو المؤسسة وقوتها واستقرارها وإنجازاتها الجيدة ونجاح سياساتها وخططها ونهوضها بمسئولياتها الاجتماعية وسمعتها الطيبة كمؤسسة من أهم ما تقوم به الصورة الذهنية الحسنة في تهيئة الجماهير لبرامج المؤسسة^(٤٧) ولسياسة واتجاه المنظمة والعاملين بها والتطورات والتحسينات في الخدمات ومدى الاستجابة للتغيرات الاقتصادية والاجتماعية تأثير على صورة المنظمة أو المؤسسة في أذهان الجماهير^(٤٨).

فالارتباط بالجماهير من خلال وسائل الإعلام يزيد من مصداقية المنظمة والثقة فيها من خلال قدرة المنظمة على توضيح وجهات نظرها للمواضيع المختلفة واستمالة الجماهير لجانبها^(٤٩)، ووسائل الإعلام فعالية كبيرة في تزويد المناصرين من الجماهير لفكرة ما بالأراء التي تعزز الاختلاف والتبرير الذي تحتاجه الجماهير للحفاظ على مواقفهم، ووسائل الإعلام فعالية في إظهار مواقف الجماهير الكامنة وتنشيطها^(٥٠).

وتقوم وسائل الإعلام بإعداد الجماهير ذهنياً لتقبل لفكرة أو رأي أو موقف معين أو لخلق تأثير معين ترغبه المنظمة عن طريق وسائل إعلام متعددة يستعان بها في نقل المعلومات أو الرسائل أو الأفكار إلى الجمهور^(٥١)، ويجب أن تبنى علاقة المؤسسة مع وسائل الإعلام على أساس من الصدق والدقة في إعطاء المعلومات حتى تحصل المؤسسة على الثقة والتعاون الدائم والوقوف إلى جانب المنظمة في أوقات الأزمات وسرعة تفهمهم لهذه الأزمات وقت حدوثها، لذا فمن أهم ما يقوم به الإعلام ووسائله هو عملية دراسة اتجاهات جماهير المنظمة وتنسيق جهود إدارتها لأجل تحسين صورة المنظمة وتاريخها في أذهان الجماهير^(٥٢).

والغرض من وسائل الإعلام هو التنوير والتفاهم كخطوة في سبيل إقامة علاقات طيبة بين المؤسسة وجماهيرها وتقديم خدمات جليلة للمؤسسات والهيئات وكسب تأييد الرأي العام من خلال التعاون المشترك في حل المشكلات لإصدار التشريعات والقوانين الملائمة^(٥٣).

وتقوم وسائل الإعلام بنشر الأخبار والمعلومات الدقيقة المبنية على الصدق والصرامة من خلال مخاطبة الجماهير باستخدام الوسائط والوسائل المختلفة التي يتنوع تأثيرها في صناعة القرار وتشكيل الرأي العام^(٥٤).

ويأتي ذلك في سياق سعيها لتحقيق أهدافها ومهامها، من خلال تقديم المعرفة للأفراد والتي تنعكس على الصورة الذهنية المتشكلة عن العديد من الأمور في الحياة، من هنا باتت الصور المتراكمة المتكونة في الأذهان مستقاة من وسائل الإعلام التي تقدمها عبر موادها الإعلامية. لتقوم تلك الوسائل الإعلام بتنظيم الصورة الذهنية وترسيخها في أذهان الجماهير من خلال الكم الهائل من المعلومات ونوعيتها التي تساعد على تغيير الصورة الذهنية لديهم عن طريق التأثير في المستوى المعرفي بشكل خاص، عندما يتفق مضمون الرسائل الإعلامية مع الجوانب الشخصية للفرد ودوافعه وقيمه من خلال توجيه وسائل الإعلام للمعلومات للأفراد والذي يعتبر من أهم الطرق المؤثرة في تكوين الصورة الذهنية^(٥٥).

وبذلك تؤدي وسائل الإعلام دور مهم في تشكيل الصورة الذهنية للجماهير عن المنظمات والهيئات والدول حيث تعتبر نافذة الأحداث والقضايا وأنشطة المؤسسات المختلفة، حيث تؤدي وسائل الإعلام دور أكبر من الخبرات المباشرة التي يستقيها الأفراد خلال حياتهم اليومية^(٥٦).

ويتبين أن وسائل الإعلام الجماهيرية المعاصرة تلعب دوراً أساسياً على مستوى ردود الأفعال الاجتماعية مما يعني أنها مراكز للمراقبة الاجتماعية وأنها قد تنتشر إيديولوجية مهيمنة هي نفسها التي نجدها في المدرسة الأسرة، في المحتوى الإعلامي، وتقوم وسائل الإعلام الجماهيرية بإكمال الدور الإيديولوجي وبناء التصور الذهني الذي بدأ فعلاً من قبل المؤسسات التقليدية في الأسرة والمدرسة وهذا الأمر يدعم بقوة التنوع الذي تحاول أن تبديه وسائل الإعلام الجماهيرية في العالم الرأسمالي، والذي لا يخرج عن حدود عقائدية معينة^(٥٧).

وتؤثر الصورة الذهنية بشكل مباشر على مخيلة الجماهير وكلما ازدادت الصورة قوة كلما سهل استقطاب الجماهير والتأثير عليهم، وتمتلك وسائل الإعلام قدرة التأثير على الجماهير عبر آليات وأساليب تحرك الجماهير وتصبغ الرأي العام حيث تقوم بصياغة الواقع الاجتماعي والاقتصادي والسياسي للجمهور وقد تصنع في بعض الأحيان من خلال توظيف الصورة الذهنية كمحرك أساسي واقعا غير دقيق ومشوه^(٥٨).

الصحف وتشكيل الصورة الذهنية:

تشمل وسائل الإعلام الجماهيرية الصحف والمجلات والإذاعة والتلفزيون والسينما والانترنت وتعتبر وسائل الاتصال الجماهيري المصدر الأساسي للمعلومات عن العالم والمصدر لمدرجات الأفراد حول مختلف القضايا المتعلقة بأهم الأحداث والأشخاص والمنظمات والدول^(٥٩).

ولهذه الوسائل أهمية باعتبارها أدوات مساعدة في بناء سمعة وصورة المنظمة من خلال مساهمتها في تشكيل رأي عام إيجابي حول المنظمة، حيث تعتمد أكبر المنظمات حول العالم على وسائلها الإعلامية الخاصة من خلال استثمار أموالها وجهودها وإمكانياتها البشرية والفكرية في توفير الوسائل الضرورية لإنجاح مهام إدارة العلاقات العامة فيها ومن خلال الاستعانة بالوسائل الإعلامية الجماهيرية العامة والخاصة^(٦٠).

وقد أكدت العديد من الدراسات أن وسائل الإعلام المطبوعة مثل الصحف والمجلات والكتب واللافتات تتفوق على وسائل الإعلام الأخرى للجمهور القارئ لتمييزها في عرض تفاصيل دقيقة وموضوعات طويلة لتوضيح بعض الأمور للقراء، بالإضافة إلى إمكانية قراءتها في الوقت والمكان المناسبين مما يضيف عليها صفة الخصوصية، إلا أن لها بعض العيوب فهي تتطلب جمهور قارئ قادر على التخيل والتفسير والتركيز في الرسالة الإعلامية^(٦١).

وتتميز الصحافة بأنها وسيلة إعلامية منخفضة التكلفة توفر فرصة الاتصال اليومي المتكرر مع فئات مختلفة من الجماهير من خلال عرض الرسائل في صورة سليمة وبشكل مشوق يجذب اهتمام القراء بشكل واضح ومفهوم^(٦٢).

وتعتبر الصحافة وسيلة الإعلام الوحيدة التي لا تحظى بالصوت الإنساني وهي تعتبر نقطة ضعف وقوة بنفس الوقت فمن خلال هذه الخاصية يمكن للجمهور تحديد الوقت ودرجة الحركة والنشاط والاستمرار في القراءة من عدمها ولكن يعيبها عدم الفاعلية والجاذبية كما في الإذاعة والتلفزيون^(٦٣).

الإجراءات المنهجية للدراسة:**نوع ومنهج الدراسة:**

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية وتستخدم منهج المسح الذي يعتبر من أنسب المناهج العلمية ملائمة للدراسات الوصفية بصفة عامة، وتلك التي تستهدف وصف خصائص الجمهور وسلوكهم الاتصالي نحو وسائل الإعلام بصفة خاصة ذلك إن هذا المنهج يستهدف تسجيل وتحليل وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن، بعد جمع البيانات اللازمة والكافية عنها وعن عناصرها من خلال مجموعة من الإجراءات المنظمة التي تحدد نوع البيانات ومصدرها، وطرق الحصول عليها^(٦٤).

وتستخدم الدراسة منهج المسح الإعلامي بشقيه الميداني لعينة من أعضاء هيئة التدريس بجامعة تبوك والموظفين بها لرصد العوامل ذات العلاقة بتكوين الصورة الذهنية للجامعة لديهم، وكذلك التحليلي لعينة من الصحف محل الدراسة للوقوف على ملامح الصورة الذهنية التي تعكسها الصحف عينة الدراسة عن الجامعة خلال فترة الدراسة، بغية التعرف على الصورة الذهنية للجامعة وعلاقتها بصورتها كما تعكسها الأخبار والموضوعات المنشورة عنها بالصحف عينة الدراسة.

مجتمع وعينة الدراسة:

مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة الحالية في:-

١- المجتمع الوثائقي:

ويشمل الصحف اليومية السعودية (الرياض - المدينة - عكاظ - الوطن - الجزيرة - الشرق).

٢- المجتمع البشري: يتكون من أعضاء هيئة التدريس والموظفين بجامعة تبوك والذين

بلغ عددهم بنهاية العام الجامعي ١٤٣٢/١٤٣٣ هـ ٩٦٤ موظفا إداريا و ١٢٤٠

عضو هيئة تدريس بمختلف الدرجات العلمية وذلك وفقا للتقرير السنوي الثاني لعمادة

شؤون أعضاء هيئة التدريس والموظفين بالجامعة.

عينة الدراسة:

١- العينة الوثائقية:

بعد الإطلاع على الدراسات السابقة، ومن خلال المراجع العلمية المتخصصة في بحوث الإعلام فيما يتعلق بحجم العينات الكافي لإجراء الدراسة التحليلية، فقد حدد الباحث دراسته التحليلية علي عينة من الصحف اليومية التي تصدر بالمملكة العربية السعودية خلال الفترة من ٢٠١٢/٩/١ وحتى ٢٠١٣/٥/٣١ م بما يقابل العام الجامعي ١٤٣٣/١٤٣٤ هـ ، وقد تم تحليل جميع المواد الصحفية المنشورة عن الجامعة بكافة الأعداد الصادرة من صحف (الرياض - المدينة - عكاظ - الوطن - الجزيرة - الشرق)، وتم سحب العينة بأسلوب الأسبوع الصناعي من كافة صحف العينة نظراً لطول فترة الدراسة وبلغ إجمالي الأعداد التي تم تحليلها من الصحف ٢٣٤ عدداً بواقع ٣٩ عدد من كل صحيفة خلال فترة الدراسة .

جدول رقم (١) يبين توزيع عينة الدراسة الوثائقية بحسب الصحيفة .

م	الصحيفة	ك	%
١	الرياض	٣٩	١٦.٦٦
٢	المدينة	٣٩	١٦.٦٦
٣	عكاظ	٣٩	١٦.٦٦
٤	الوطن	٣٩	١٦.٦٦
٥	الجزيرة	٣٩	١٦.٦٦
٦	الشرق	٣٩	١٦.٦٦
	الإجمالي	٢٣٤	١٠٠

٢- العينة البشرية:

تم تطبيق الدراسة الميدانية على عينة من أعضاء هيئة التدريس والموظفين بجامعة تبوك بلغ قوامها ٢٢٠ مفردة موزعة إلى (١٢٤) من أعضاء هيئة التدريس ومن في حكمهم - ٩٦ موظفاً إدارياً)، وقد تم سحب العينة بأسلوب العينة العمدية بالمصادفة، وذلك لتمثيل كافة متغيرات الدراسة، ويتم اختيارها وفقاً للشروط والمحددات التي تسمح بتمثيل كافة المتغيرات الديموجرافية لمجتمع الدراسة، بحيث لا تقل عن نسبة ١٠% من المجتمع الأصلي للدراسة.

جدول رقم (٢)

يبين توزيع عينة الدراسة البشرية بحسب (النوع ، نوع العمل بالجامعة ، سنوات الخبرة، المؤهل).

المتغير	المجموعات	التكرار (ك)	النسبة %
النوع	ذكور	١٢٠	٥٤.٥
	إناث	١٠٠	٤٥.٥
	المجموع	٢٢٠	١٠٠
نوع العمل بالجامعة	عضو هيئة تدريس	١٢٤	٥٦.٤
	موظف إداري	٩٦	٤٣.٦
	الإجمالي	٢٢٠	١٠٠
سنوات الخبرة	عامان	٣٥	١٥.٩
	من عامين إلى أربعة أعوام	٧٦	٣٤.٥
	أكثر من أربعة أعوام	١٠٩	٤٩.٥
المؤهل	المجموع	٢٢٠	١٠٠
	متوسط	١٣	٥.٩
	ثانوية عامة	٣٢	١٤.٥
	بكالوريوس	٥١	٢٣.٢
	ماجستير	٤٠	١٨.٢
	دكتوراه	٨٤	٣٨.٢
المجموع	٢٢٠	١٠٠	

يتضح من الجدول السابق توزيع عينة الدراسة وفقاً لمجموعة من الخصائص حيث وزعت عينة الدراسة وفقاً للنوع إلى ٥٤.٥% ذكور مقابل ٤٥.٥% إناث، ووزعت وفقاً لنوع

العمل بالجامعة إلى ٥٦.٤% من أعضاء هيئة التدريس ومن في حكمهم في مقابل ٤٣.٦% من الموظفين بالجامعة، وجاءت نسبة من تجاوزت خبراتهم في العمل أكثر من أربعة سنوات ٤٩.٥% من العينة، يليهم الذين تتراوح خبرتهم في العمل بالجامعة من عامين إلى أربعة أعوام بنسبة ٣٤.٥% من العينة، ثم جاء الذين تقل خبراتهم في العمل بالجامعة عن عامين بنسبة ١٥.٩% من العينة، ووزعت العينة وفقا للمؤهل الدراسي للمبحوثين إلى نسبة ٣٨.٢٥% ممن يحملون شهادة الدكتوراه يليهم الذين حصلوا على درجة البكالوريوس وذلك بنسبة ٢٣.٢% من العينة، ثم الذين حصلوا على درجة الماجستير بنسبة ١٨.٢%، بينما بلغت نسبة من يحملون مؤهل الثانوية العامة ١٤.٥%، وأخيرا الذين حصلوا على مؤهل متوسط بنسبة ٥.٩% من العينة.

أدوات وأساليب جمع البيانات:

تم جمع بيانات الدراسة الحالية من خلال أداتي تحليل المضمون والاستقصاء، وقد مر إعداد هذه الأدوات بالمرحلة العلمية المتعارف عليها من تحديد الهدف والبيانات المطلوب جمعها وإعدادها في صورتها الأولية ومراجعتها منهجيا وعلميا من خلال مجموعة من الخبراء والمحكمين في مجالات الإعلام والتربية وتطبيق الاختبار القبلي Pre test وكذلك التأكد من الثبات قبل التطبيق النهائي على عينة الدراسة.

صحيفة تحليل المضمون :

تحديد وحدات وفئات التحليل:-

تحديد وحدات التحليل: استخدم الباحث وحدة الموضوع في تحليل مضمون الموضوعات الواردة عن الجامعة بالصحف عينة الدراسة ، وتعتبر وحدة الموضوع أكثر وحدات تحليل المحتوى استخداما في دراسة مادة الاتصال.

فئات التحليل: تم اعداد صحيفة تحليل المضمون، التي تضمنت مجموعة من الفئات التي تخدم موضوع الدراسة، وقد تضمنت فئات الشكل ما يلي : (الفنون والأشكال التحريرية التي قدمت من خلالها الموضوعات عن الجامعة بالصحف، مصادر الموضوعات الواردة عن الجامعة بالصحف عينة الدراسة، موقع المادة المنشورة عن الجامعة بالصحف عينة الدراسة، عناصر الإخراج المستخدمة في عرض وإبراز الموضوعات الواردة عن الجامعة بصحف الدراسة) ، كما تضمنت فئات المضمون ما يلي: (أنواع الموضوعات الواردة بالمواد التحريرية

عن جامعة تبوك بالصحف، نوع المعالجة المستخدمة في عرض الموضوعات التي تتعلق بالجامعة، اتجاه الموضوعات الواردة بالصحف نحو الجامعة، الصورة العامة للجامعة في الموضوعات الواردة حولها بالصحف (. وقد قسمت كل فئة من تلك الفئات إلى عدة فئات فرعية بما يتفق مع أهداف الدراسة .

اختبار الصدق والثبات لاستمارة تحليل المضمون:-

- اختبار الصدق :

للتأكد من صدق استمارة تحليل المضمون تم عرضها علي مجموعة من الخبراء والمحكمين في مجال الإعلام، وذلك للتأكد من دقة الاستمارة ووضوح وحدات وفئات التحليل، وإمكانية تحقيقها لأهداف الدراسة، وقد بلغت النسبة العامة للاتفاق بين المحكمين (٩١%)، وفي ضوء آراء المحكمين أجريت بعض التعديلات على الاستمارة حتى أصبحت في شكلها النهائي.

- اختبار الثبات:

قام الباحث باختيار عينة من الصحف، وقام بتحليلها، ثم أعاد الباحث تحليل تلك العينة مرة أخرى بعد مرور ثلاثة أسابيع من إجراء التحليل الأول، فأعطت نفس النتائج تقريبا وكان معامل الارتباط بين التحليل الأول والثاني ٠.٩٥. وكذلك استعان الباحث ببعض الزملاء في مجال التخصص لحساب ثبات التحليل من خلال تحليل نسبة (٥%) من المادة موضع التحليل بنفس الوحدات والفئات بعد توضيحها لهم وتعريفهم بالهدف من الدراسة، وتم تزويدهم بنسخ من استمارات التحليل، والتعريفات الإجرائية للفئات بالإضافة للصحف موضع التحليل، وتم حساب معادلة هولستي وبلغت قيمة معامل الثبات (٠.٩١)، وهي نسبة تدل علي ارتفاع مستوى ثبات الوحدات، والفئات المستخدمة في تحليل المضمون، كما تعني صلاحية استمارة تحليل المضمون للتطبيق. (*١)

استمارة الاستبيان :

تم تصميم استمارة الاستبيان من خلال تحديد البيانات المطلوب جمعها من عينة الجمهور وقد تكونت استمارة الاستبيان من ١٢ سؤالاً وزعت على عدة أبعاد وتضمن كل بعد

(*) أسماء الزملاء الذين استعان بهم الباحث في حساب ثبات أدوات الدراسة: د/ هبة جمال الدين عابدين أستاذ الإعلام المشارك جامعة تبوك ، د/ رباب صلاح السيد ، أستاذ الإعلام المساعد جامعة جازان.

- من هذه الأبعاد مجموعة من الأسئلة وفقا لأهداف الدراسة وتساؤلاتها كما يلي:-
- معدل التعرض للصحف السعودية؛ وتهدف أسئلة هذا البعد للتعرف على معدل تعرض العاملين بالجامعة للصحف السعودية، ورصد مدى اهتمامهم بمتابعة أخبار الجامعة في الصحف السعودية، والوقوف على مصادر حصولهم علي الأخبار والمعلومات التي تتعلق بالجامعة.
 - ملامح الصورة التي تقدمها الصحف السعودية عن الجامعة تبوك وتحديد أبرز الملامح الإيجابية والسلبية لصورة الجامعة التي تعرضها الصحف بالمملكة من وجهة نظر العاملين بالجامعة، ومدى اقتناعهم بواقعية الصورة المقدمة عن الجامعة بالصحف وتقبلهم لهذه الصورة .
 - تقييم العاملين بالجامعة لأدائها، ومعرفة الجهود التي تبذلها لتحسين صورتها لدى منسوبيها من وجهة نظرهم .
 - كما تضمنت صحيفة الاستبيان على البيانات الأولية للعينة بهدف معرفة المتغيرات الديمجرافية والتي تشمل: النوع، المؤهل التعليمي، سنوات الخبرة، نوع العمل بالجامعة .

صدق الاستبيان:

عند القيام بإعداد الاستبيان تم عرضه علي مجموعة من المحكمين المتخصصين في مجالات وفروع الإعلام ذات الصلة بموضوع البحث، وقد أقر المحكمون صلاحية الاستبيان بشكل عام وتم إجراء التعديلات المطلوبة سواء بالحذف أو الإضافة أو التعديل وفقا لآرائهم وتوجيهاتهم، واتفق المحكمون علي أن عبارات الاستبيان تتصل بما يراد قياسه وبلغت نسبة الاتفاق ٠.٨٧٥ ولم تستبق إلا العبارات التي اتفق عليها معظم المحكمين عدد ٧- من ٨- العدد الكلي للمحكمين.

كما تم التحقق من صدق الاتساق الداخلي عن طريق حساب معامل الارتباط بين الدرجة الكلية علي كل بعد من أبعاد الاستبيان والدرجة الكلية للاستبيان ، بهدف التحقق من صدق الاستبيان، وفيما يلي الجدول الموضح لذلك .

جدول (٣)

معاملات صدق الاتساق الداخلي بين الدرجة الكلية لكل بعد والدرجة الكلية للاستبيان .

البعد	الارتباط مع الدرجة الكلية	الدالة
التعرض لأخبار الجامعة في الصحف	٠.٨٣٣**	دالة عند ٠.٠١
ملامح الصورة الذهنية التي تعكسها الصحف عن الجامعة	٠.٨٢٤**	دالة عند ٠.٠١
واقعية الصورة المقدمة بالصحف عن الجامعة	٠.٧٥٩**	دالة عند ٠.٠١
تقييم العاملين بالجامعة لأدائها	٠.٨٤٦**	دالة عند ٠.٠١

يوضح الجدول أن معامل الارتباط بين درجة كل بعد من أبعاد ومجالات الاستبيان مرتفعة ودالة إحصائياً عند مستوى ٠.٠١، وقد تراوحت معاملات الارتباط لأبعاد الاستبيان ما بين ٠.٧٥٩ - ٠.٨٤٦، وهو ما يدل على تمتعها بمعامل صدق مرتفع .

ثبات الاستبيان :

قام الباحث بحساب معامل ثبات الاستبيان، وفقاً لطريقة التجزئة النصفية لجتمان، وكذلك عن طريق حساب معامل ارتباط سبيرمان وبراون.

جدول رقم (٤)

- معاملات ثبات الاستبيان وأبعاده وفقاً لطريقتي (التجزئة النصفية لجتمان - سبيرمان وبراون) .

م	البعد	التجزئة النصفية لجتمان	سبيرمان - براون
١	التعرض لأخبار الجامعة في الصحف	٠.٨٦	٠.٨٧
٢	ملاح الصورة الذهنية التي تعكسها الصحف عن الجامعة	٠.٨٤	٠.٨٥
٣	واقعية الصورة المقدمة بالصحف عن الجامعة	٠.٨١	٠.٧٩
٤	تقييم العاملين بالجامعة لأدائها	٠.٨٨	٠.٨٤
*	معامل ارتباط الأبعاد مع بعضها	٠.٨٩	٠.٨٧
**	ارتباط الأبعاد مع الدرجة الكلية	٠.٨٨	٠.٨٩

يتضح من الجدول السابق أن أبعاد الاستبيان حققت معاملات ثبات علي درجة معقولة ومقبولة علمياً، حيث تراوحت معاملات ثبات الأبعاد وفقاً لمعامل التجزئة النصفية لجتمان ما بين ٠.٨١ - ٠.٨٨، بينما تراوح معامل ثبات الأبعاد وفقاً لمعامل ارتباط سبيرمان - براون ما بين ٠.٧٩ - ٠.٨٧ .

- وفيما يتعلق بمعاملات ارتباط الأبعاد مع بعضها فقد كانت ٠.٨٩ وفقاً لمعامل ارتباط التجزئة النصفية لجتمان، بينما كانت وفقاً لمعامل سبيرمان - براون ٠.٨٧، وهي معاملات ثبات عالية وتدل على ثبات الأبعاد .

- وفيما يتعلق بمعاملات ارتباط الأبعاد مع الدرجة الكلية للاستبيان فقد كانت ٠.٨٨ ، ٠.٨٩ وفقاً لمعاملات ارتباط التجزئة النصفية لجتمان ومعامل سبيرمان - براون علي الترتيب وهي معاملات ثبات عالية وتشير إلى ثبات الاستبيان وصلاحيته للاستخدام.

الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

قام الباحث بإجراء التحليل الإحصائي لبيانات هذه الدراسة باستخدام برنامج SPSS for windows، والمعروف اختصاراً بحزمة البرامج الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS): Statistical Package for social science

وتم استخدام الاختبارات الإحصائية التالية:

- ١- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- ٢- الوزن المرجح الذي يحسب بضرب التكرارات بوزن معين يقرره الباحث استناداً إلى عدد المراتب في السؤال، ثم تجمع مراتب الضرب لكل بند للحصول على مجموع الأوزان المرجحة، ثم تحسب النسب المئوية لبند السؤال كلها.
- ٣- تحليل التباين ذي البعد الواحد ANOVA لدراسة الفروق الإحصائية بين المتوسطات الحسابية للمجموعات على أحد متغيرات الدراسة.
- ٤- معامل ارتباط بيرسون Pearson Correlation Coefficient لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوى المسافة أو النسبة.
- ٥- اختبار "ت" T.Test للمجموعات المستقلة لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين متوسطين حسابيين لمجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الدراسة.

نتائج الدراسة التحليلية :

يتناول هذا الجزء نتائج مسح محتوى الفنون التحريرية لعينة من الصحف السعودية (الرياض- عكاظ- الوطن- الجزيرة- المدينة- الشروق) الصادرة خلال الفترة من: ٢٠١٢/٩/١م وحتى ٢٠١٣/٥/٣١م، بما يقابل العام الجامعي ١٤٣٣/١٤٣٤هـ، والتي تم تحليلها بغية الوقوف على ملامح الصورة الذهنية التي جسدها كافة الموضوعات المنشورة حول جامعة تبوك، وذلك للإجابة عن تساؤلات الدراسة التحليلية، وفيما يلي عرضاً لنتائج الدراسة التحليلية التي أجريت على العينة التحليلية.

١- الفنون التحريرية التي قدمت من خلالها الموضوعات عن الجامعة بالصحف السعودية.

جدول رقم (٥)

تكرارات ونسب الفنون والأشكال التحريرية التي قدمت من خلالها الموضوعات عن الجامعة بالصحف عينة الدراسة.

الإجمالي	الشرق		الجزيرة		الوطن		عكاظ		المدينة		الرياض		لصحيفة القوالب	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
٨٥.٦	٢٤٤	٧٨.٢٦	٣٦	٨٥.١٩	٤٦	٨٩.٧٤	٣٥	٩٢.٥٤	٦٢	٨٣.٨٧	٢٦	٨٤.٧٨	٣٩	خبر
٨.٨	٢٥	١٧.٣٩	٨	١١.١١	٦	٧.٦٩	٣	٢.٩٩	٢	٦.٤٥	٢	٨.٧٠	٤	تقرير
٢.٥	٧	٦.٥٢	٣	٠.٠٠	٠	٢.٥٦	١	٠.٠٠	٠	٦.٤٥	٢	٢.١٧	١	مقال
٣.٢	٩	٢.١٧	١	٣.٧٠	٢	٠.٠٠	٠	٤.٤٨	٣	٣.٢٣	١	٤.٣٥	٢	حديث
١٠٠	٢٨٥	١٠٠	٤٨	١٠٠	٥٤	١٠٠	٣٩	١٠٠	٦٧	١٠٠	٣١	١٠٠	٤٦	الإجمالي

يتضح من نتائج الجدول السابق أن الخبر الصحفي جاء في مقدمة فنون التحرير الصحفي التي استخدمتها الصحف السعودية في عرض الموضوعات التي تتعلق بالجامعة

بنسبة بلغت ٨٥.٦% من إجمالي القوالب المستخدمة في تناول المادة الصحفية المقدمة عن جامعة تبوك بصحف العينة، وكانت صحيفة عكاظ أكثر صحف العينة نشرًا للأخبار التي تتعلق بالجامعة وذلك بنسبة ٩٢.٥٤% من إجمالي القوالب الصحفية الواردة بها حول الجامعة بينما كانت صحيفة الشرق أقل الصحف عرضاً للموضوعات الإخبارية عن الجامعة وذلك بنسبة ٧٨.٢٦% من إجمالي القوالب الصحفية الواردة بها عن جامعة تبوك، ولعل حصول الخبر على هذا الترتيب يتفق مع كون هذه الصحف يومية الصدور، كما يتفق مع طبيعة الموضوعات الواردة بالصحف من حيث احتواء تلك الموضوعات على بعض القيم الخيرية التي تؤهلها للنشر بالصحف.

جاءت التقارير في الترتيب الثاني للفنون التحريرية التي نشرت من خلالها الموضوعات التي تتعلق بالجامعة وذلك بنسبة ٨.٨%، وكانت صحيفة الشرق أكثر صحف العينة نشرًا للتقارير حول الجامعة بنسبة ١٧.٣٩%، بينما كانت أقل الصحف عرضاً لموضوعات جامعة تبوك في هذا القالب صحيفة عكاظ وذلك بنسبة ٢.٩٩% من إجمالي المواد التحريرية الواردة بها حول الجامعة.

وفي الترتيب الثالث جاءت الأحاديث الصحفية بنسبة ٣.٢%، يليها المقال بكافة أنواعه بنسبة ٢.٥% من إجمالي الموضوعات الصحفية الواردة عن الجامعة بصحف الدراسة. ولم تمثل فئة التحقيقات الصحفية بالصحف عينة الدراسة حيث لم ترد أية مضامين بالصحف في قالب التحقيق الصحفي حول الجامعة خلال فترة الدراسة، وقد يرجع تأخر الأشكال التفسيرية من بين فنون التحرير المستخدمة بالنسبة لعدد تكراراتها إلي أنها تحتاج إلي مساحات أكبر ومعالجة أعمق للمضامين المقدمة من خلالها، ولذا قل عدد الأحاديث واختلفت التحقيقات المقدمة بالصحف عينة الدراسة بالمقارنة بالقوالب الصحفية الأخرى.

٣- مصادر الموضوعات الواردة عن الجامعة بالصحف عينة الدراسة.

جدول رقم (٦) تكرارات ونسب مصادر الموضوعات الواردة عن الجامعة بصحف الدراسة.

الإجمالي	الشرق		الجزيرة		الوطن		عكاظ		المدينة		الرياض		الصحيفة المصادر	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
٧٠.٣٢	١٩٩	٧٢.٩٢	٣٥	٧٥.٩٣	٤١	٧٩.٤٩	٣١	٧٠.١٥	٤٧	٦١.٢٩	١٩	٥٦.٥٢	٢٦	صحفي
٩.٨٩	٢٨	١٢.٥٠	٦	٩.٢٦	٥	١٠.٢٦	٤	٢.٩٩	٢	٩.٦٨	٣	١٧.٣٩	٨	وكالة الأنباء السعودية
٣.٨٩	١١	٠.٠٠	٠	٠.٠٠	٠	٢.٥٦	١	٧.٤٦	٥	٩.٦٨	٣	٤.٣٥	٢	المتحدث الرسمي للجامعة
٣.٥٣	١٠	٦.٢٥	٣	٠.٠٠	٠	٠.٠٠	٠	٥.٩٧	٤	٦.٤٥	٢	٢.١٧	١	مسئول بالجامعة
٦.٧١	١٩	٢.٠٨	١	٣.٧٠	٢	٥.١٣	٢	١٠.٤٥	٧	٩.٦٨	٣	٨.٧٠	٤	مصادر أخرى
٦.٣٦	١٨	٦.٢٥	٣	١١.١١	٦	٢.٥٦	١	٢.٩٩	٢	٣.٢٣	١	١٠.٨٧	٥	غير محددة المصدر
١٠٠	٢٨٥	١٠٠	٤٨	١٠٠	٥٤	١٠٠	٣٩	١٠٠	٦٧	١٠٠	٣١	١٠٠	٤٦	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق أن الصحف عينة الدراسة اعتمدت في المقام الأول علي محرريها في تناول الموضوعات الخاصة بالجامعة على صفحاتها، وذلك بنسبة ٧٠.٣٢% من إجمالي الموضوعات التحريرية الواردة عن الجامعة خلال فترة الدراسة. وكانت صحيفة الوطن أكثر الصحف اعتمادا على محرريها في نشر الموضوعات الواردة عن الجامعة حيث اعتمدت على محرريها بنسبة ٧٩.٤٩% من إجمالي الموضوعات الواردة بها عن الجامعة، بينما كانت صحيفة الرياض أقل الصحف اعتمادا على محرريها في نشر الموضوعات الواردة بها عن الجامعة وذلك بنسبة ٥٦.٥٢% من إجمالي ما ورد بها من موضوعات عن الجامعة.

كما كشفت الدراسة أن نسبة ٩.٨% من الموضوعات التحريرية الواردة بالصحف حول الجامعة مصدرها وكالة الأنباء السعودية، وفي الترتيب الثالث جاءت المصادر الأخرى بنسبة ٦.٧%، وتضمنت هذه المصادر أعضاء هيئة التدريس والموظفين بالجامعة والطلاب والطالبات بها والمواطنين العاديين، حيث الصحف تستعين ببعض هذه المصادر عند طرح وتناول القضايا المختلفة وخاصة التي ترتبط بالتعليم العالي لخدمة القضايا التي تتبناها، وطرح آرائهم وخبراتهم للجمهور للتعبير عن اتجاهاتهم وقضاياهم وآرائهم، إما دعوة وتثبيتا للإيجابي منها، وإما توعية وتثبيطا للسلبى من تلك القضايا والتوجهات.

وفي الترتيب الرابع لمصادر الموضوعات الواردة عن الجامعة بصحف الدراسة جاءت الموضوعات المنشورة بدون مصدر محدد وهو ما ينسب إلي هذه الصحف ذاتها وذلك بنسبة ٦.٣%، ثم جاء المتحدث الرسمي للجامعة في الترتيب الخامس لمصادر الموضوعات الواردة عن الجامعة بالصحف وذلك بنسبة ٣.٩%، وأخيراً جاء المسئولون بالجامعة كمصدر للموضوعات الواردة بالصحف عن الجامعة وذلك بنسبة ٣.٥% من إجمالي الموضوعات الواردة عن الجامعة بصحف الدراسة.

ويمكن تفسير ذلك في ضوء نتائج الجدول الخاص بالفنون والأشكال الصحفية والذي أوضح أن الأخبار كانت في الترتيب الأول ضمن الأشكال المنشورة عن الجامعة على صفحات الصحف عينة الدراسة، وبالتالي فمن الطبيعي أن يقوم بتحرير هذه المواد محرري الصحيفة ومراسليها وما تحصل عليه من وكالات الأنباء من قصص إخبارية فكان من الطبيعي أن تكون مصادر الحصول على الموضوعات الصحفية المحررين الصحفيين ووكالات الأنباء، وهكذا جاءت النتائج متسقة فيما بين الجدولين.

٤- موقع المادة المنشورة عن الجامعة بالصحف عينة الدراسة.

جدول رقم (٧) توزيع موقع المادة المنشورة عن الجامعة بالصحف عينة الدراسة.

الإجمالي	الشرق		الجزيرة		الوطن		عكاظ		المدينة		الرياض		الصحيفة موقع المادة	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
٢.١١	٦	٤.١٧	٢	٠	٠	٠.٠٠	٠	٢.٩٩	٢	٣.٢٣	١	٢.١٧	١	الصفحة الأولى
٩٤.٧٤	٢٧٠	٩٣.٧٥	٤٥	١٠٠	٥٤	٩٢.٣١	٣٦	٩٤.٠٣	٦٣	٩٣.٥٥	٢٩	٩٣.٤٨	٤٣	الصفحات الداخلية
٣.١٦	٩	٢.٠٨	١	٠	٠	٧.٦٩	٣	٢.٩٩	٢	٣.٢٣	١	٤.٣٥	٢	الصفحة الأخيرة
١٠٠	٢٨٥	١٠٠	٤٨	١٠٠	٥٤	١٠٠	٣٩	١٠٠	٦٧	١٠٠	٣١	١٠٠	٤٦	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق ارتفاع تكرارات الموضوعات الواردة عن الجامعة والتي تم تناولها ومعالجتها صحفياً في الصفحات الداخلية لصفح الدراسة، وذلك بنسبة ٩٤.٧% من إجمالي الموضوعات المنشورة عن الجامعة بصفح الدراسة، وقد يرجع ذلك إلي شمول تحليل المضمون بهذه الدراسة لجميع صفحات الصحف وهو ما أدى بطبيعة الحال إلي زيادة عدد الصفحات الداخلية التي شملها التحليل وبذلك ارتفع عدد الموضوعات الواردة بهذه الصفحات. وفي المركز الثاني لموقع النشر الخاص بالموضوعات الواردة عن الجامعة جاءت الصفحة الأخيرة بنسبة ٣.٢%، وفي الترتيب الثالث جاءت الصفحة الأولى بنسبة ٢.١% من إجمالي الموضوعات الواردة بصفح الدراسة عن جامعة تبوك،

ويلاحظ علي نتائج هذا الجدول أن كل من صحيفتي الوطن والجزيرة لم تطرحاً أي موضوعات حول الجامعة بالصفحة الأولى، كما اقتصرت الموضوعات الواردة عن الجامعة بصحيفة الجزيرة على الصفحات الداخلية فقط ولم تنتشر أي من موضوعاتها بالصفحة الأخيرة كذلك، وبذلك كشفت الدراسة التحليلية أن موضوع البحث والتحليل قد تركز بصفة أساسية في الصفحات الداخلية.

٤- عناصر الإبراز المستخدمة في عرض الموضوعات الواردة عن الجامعة بالصحف .
جدول رقم (٨) عناصر الإبراز المستخدمة في عرض الموضوعات الواردة عن الجامعة.

الإجمالي	الشرق		الجزيرة		الوطن		عكاظ		المدينة		الرياض		الصحيفة عناصر الإبراز	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
٤٦.١٢	٢٨٥	٤١.٣٨	٤٨	٤٧.٧٩	٥٤	٤٨.٧٥	٣٩	٤٩.٢٦	٦٧	٤١.٨٩	٣١	٤٦.٤٦	٤٦	العناوين
١٨.٤٥	١١٤	٢٢.٤١	٢٦	١٨.٥٨	٢١	١٣.٧٥	١١	٢٠.٥٩	٢٨	١٢.١٦	٩	١٩.١٩	١٩	الصور
١٠.٥٢	٦٥	١٤.٦٦	١٧	١٠.٦٢	١٢	٧.٥٠	٦	٩.٥٦	١٣	١٠.٨١	٨	٩.٠٩	٩	أدوات الفصل
١.٢٩	٨	٠.٨٦	١	٠.٠٠	٠	٢.٥٠	٢	٠.٠٠	٠	٤.٠٥	٣	٢.٠٢	٢	الرسوم
٨.٤١	٥٢	٦.٩٠	٨	٩.٧٣	١١	١٦.٢٥	١٣	٤.٤١	٦	١٢.١٦	٩	٥.٠٥	٥	الأرضيات
١٥.٢١	٩٤	١٣.٧٩	١٦	١٣.٢٧	١٥	١١.٢٥	٩	١٦.١٨	٢٢	١٨.٩٢	١٤	١٨.١٨	١٨	الألوان
١٠٠	٦١٨	١٠٠	١١٦	١٠٠	١١٣	١٠٠	٨٠	١٠٠	١٣٦	١٠٠	٧٤	١٠٠	٩٩	الإجمالي

يتضح من نتائج الجدول السابق أن العناوين جاءت في مقدمة عناصر الإخراج المستخدمة في عرض وإبراز الموضوعات المقدمة عن جامعة تبوك بصحف الدراسة إذ سجلت نسبة بلغت ٤٦.١٢% من إجمالي عناصر الإبراز المستخدمة في عرض الموضوعات المقدمة بالصحف حول الجامعة.

وفي الترتيب الثاني جاءت الصور بنسبة بلغت ١٨.٤٥% من إجمالي وسائل الإبراز المستخدمة في عرض الموضوعات بالصحف خلال فترة الدراسة، ثم جاءت الألوان إذ استحوذت علي نسبة بلغت ١٥.٢١% من إجمالي عناصر الإخراج المستخدمة في عرض وإبراز الموضوعات المقدمة بالصحف خلال فترة الدراسة، يليها عناصر الفصل بين الموضوعات المختلفة والتي تتضمن الإطارات والفواصل والجدول والزوايا بنسبة بلغت ١٠.٥٢% .

وفي الترتيب الخامس جاءت الأرضيات بنسبة بلغت ٨.٤١% وأخيرا جاءت الرسوم بأنواعها المختلفة ضمن عناصر الإخراج المستخدمة في عرض وإبراز الموضوعات المقدمة عن جامعة تبوك بصحف الدراسة بنسبة بلغت ١.٢٩%.

٥- اتساع العناوين الواردة في المادة الصحفية المقدمة عن الجامعة بالصحف .

جدول رقم (٩) تكرارات ونسب اتساع العناوين الواردة عن جامعة تبوك بالصحف .

إتساع العناوين	الرياض		المدينة		عكاظ		الوطن		الجزيرة		الشرق		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
عريض	٢	٤.٣٥	٤	١٢.٩٠	٨	١١.٩٤	٦	١٥.٣٨	٩	١٦.٦٧	٧	١٤.٥٨	٣٦	١٢.٦٣
ممتد	١٥	٣٢.٦١	١٣	٤١.٩٤	٢٠	٢٩.٨٥	١٨	٤٦.١٥	٢١	٣٨.٨٩	٢٦	٥٤.١٧	١١٣	٣٩.٦٥
عمودي	٢٩	٦٣.٠٤	١٤	٤٥.١٦	٣٩	٥٨.٢١	١٥	٣٨.٤٦	٢٤	٤٤.٤٤	١٥	٣١.٢٥	١٣٦	٤٧.٧٢
الإجمالي	٤٦	١٠٠	٣١	١٠٠	٦٧	١٠٠	٣٩	١٠٠	٥٤	١٠٠	٤٨	١٠٠	٢٨٥	١٠٠

يتضح من الجدول السابق أن العناوين العمودية جاءت في مقدمة أنواع العناوين التي استخدمتها الصحف في إخراج الموضوعات الصحفية الواردة عن الجامعة بها بنسبة ٤٧.٧٢% من إجمالي العناوين الواردة بالموضوعات المقدمة عن الجامعة بالصحف، وفي الترتيب الثاني جاءت العناوين الممتدة بنسبة ٣٩.٦٥%، وكانت صحيفة الشرق أكثر الصحف استخداما للعناوين الممتدة في إبراز الموضوعات الواردة عن الجامعة خلال فترة الدراسة وذلك بنسبة ٥٤.١٧% من إجمالي العناوين المستخدمة بها في إبراز الموضوعات

الواردة عن الجامعة، بينما كانت صحيفة عكاظ أقل الصحف استخداماً لهذا النوع من العناوين بنسبة ٢٩.٨٥%.

وفي الترتيب الثالث والأخير لأنواع العناوين من حيث الاتساع جاءت العناوين العريضة بنسبة ١٢.٦٣%، وكانت صحيفة الجزيرة أكثر الصحف استخداماً للعناوين العريضة في إبراز الموضوعات الواردة عن الجامعة خلال فترة الدراسة وذلك بنسبة ١٦.٦٧% من إجمالي العناوين المستخدمة بها في إبراز الموضوعات الواردة عن الجامعة، بينما كانت صحيفة الرياض أقل الصحف استخداماً لهذا النوع من العناوين بنسبة ٤.٣٥%.

٦- أنواع الصور المستخدمة في المادة الصحفية المقدمة عن الجامعة بالصحف.

جدول رقم (١٠)

تكرارات ونسب أنواع الصور المستخدمة في المادة الصحفية المقدمة بالصحف.

أنواع الصور	الصحيفة		الرياض		المدينة		عكاظ		الوطن		الجزيرة		الشرق		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
شخصية	١١	٥٧.٨٩	٥	٥٥.٥٦	١٨	٦٤.٢٩	٥	٤٥.٤٥	١٢	٥٧.١٤	١٢	٤٦.١٥	٦٣	٥٥.٢٦		
موضوعية	٨	٤٢.١١	٤	٤٤.٤٤	١٠	٣٥.٧١	٦	٥٤.٥٥	٩	٤٢.٨٦	١٤	٥٣.٨٥	٥١	٤٤.٧٤		
الإجمالي	١٩	١٠٠	٩	١٠٠	٢٨	١٠٠	١١	١٠٠	٢١	١٠٠	٢٦	١٠٠	١١٤	١٠٠		

يتضح من نتائج الجدول السابق أن الصور الشخصية جاءت في الترتيب الأول حيث تستخدمها الصحف في عرض وإبراز المادة الصحفية المقدمة عن الجامعة فقد سجلت ٦٣ تكراراً بنسبة بلغت ٥٥.٢٦% من إجمالي الصور المستخدمة في الموضوعات المقدمة عن الجامعة بالصحف خلال فترة الدراسة، وكانت صحيفة عكاظ أكثر الصحف استخداماً للصور في إبراز الموضوعات الواردة عن الجامعة خلال فترة الدراسة وذلك بنسبة ٦٤.٢٩% من إجمالي الصور المستخدمة بها في إبراز الموضوعات الواردة عن الجامعة، بينما كانت صحيفة الشرق أقل الصحف استخداماً لهذا النوع من الصور بنسبة ٤٦.١٥%.

وفي الترتيب الثاني جاءت الصور الموضوعية إذ سجلت ٥١ تكراراً بنسبة بلغت ٤٤.٧٤% من إجمالي الصور المستخدمة في الموضوعات المقدمة عن جامعة تبوك بالصحف خلال فترة الدراسة، وكانت صحيفة الوطن أكثر الصحف استخداماً للصور الموضوعية في إبراز الموضوعات الواردة عن الجامعة خلال فترة الدراسة وذلك بنسبة ٥٤.٥٥% من إجمالي الصور المستخدمة بها في إبراز الموضوعات الواردة عن الجامعة، بينما كانت صحيفة عكاظ أقل الصحف استخداماً لهذا النوع من الصور بنسبة ٣٥.٧١%، مما يتضح معه تزايد معدل استخدام الصور الموضوعية في إخراج الموضوعات الواردة عن الجامعة بصحيفة الوطن عن باقي الصحف التي شملتها الدراسة.

مما سبق يتضح أن أغلب صحف الدراسة تهتم بالصور الشخصية أكثر من الصور الموضوعية، ويمكن تفسير ذلك بأن الكثير من الصور محل التحليل في الصحف عينة الدراسة هي من الصور الشخصية التي لا تحكي أو تعرض موضوعا معينا وتمثل الهدف منها نشر صورة الشخص بعينه ولم يعكس الكثير منها أحداثا بالموضوعات المنشورة على صفحات الصحف قيد الدراسة وخاصة وأن الدراسة أجريت على كافة الصفحات التحريرية بالصحف عينة الدراسة وأن فترة الدراسة التحليلية شهدت من الأحداث ما يكفي للتركيز على الصور الموضوعية وليس الشخصية بشكل أكبر، وربما يرجع ذلك لقلة عدد مصوري الصحف بمختلف مناطق المملكة عموما، وربما قد يرجع إلى أن محرري هذه الصحف يحصلون على الموضوعات الصحفية الخاصة بالجامعة جاهزة من العلاقات العامة بالجامعة دون الحضور لمقر الحدث محل التغطية.

٧- أنواع الموضوعات الواردة بالمواد التحريرية عن جامعة تبوك .

جدول رقم (١١)

توزيع أنواع الموضوعات الواردة بالمواد التحريرية في الصحف عن جامعة تبوك.

الصحيفة أنواع الموضوعات	الرياض		المدينة		عكاظ		الوطن		الجزيرة		الشرق		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
تعليمية	٧	١٥.٢٢	٣	٩.٦٨	٤	٥.٩٧	٢	٥.١٣	٨	١٤.٨١	٦	١٢.٥٠	٣٠	١٠.٥٣
بحثية	٤	٨.٧٠	٢	٦.٤٥	٦	٨.٩٦	٢	٥.١٣	٥	٩.٢٦	٤	٨.٣٣	٢٣	٨.٠٧
خدمة مجتمع	٣	٦.٥٢	١	٣.٢٣	٣	٤.٤٨	٤	١٠.٢٦	٢	٣.٧٠	٢	٤.١٧	١٥	٥.٢٦
مؤتمرات وندوات	٤	٨.٧٠	٣	٩.٦٨	٦	٨.٩٦	٦	١٥.٣٨	٢	٣.٧٠	٥	١٠.٤٢	٢٦	٩.١٢
قبول	٣	٦.٥٢	٢	٦.٤٥	٤	٥.٩٧	٥	١٢.٨٢	٢	٣.٧٠	٢	٤.١٧	١٨	٦.٣٢
ابتعاث	٠	٠.٠٠	١	٣.٢٣	١	١.٤٩	٢	٥.١٣	١	١.٨٥	٢	٤.١٧	٧	٢.٤٦
شراكة وتعاون	١	٢.١٧	٠	٠.٠٠	٣	٤.٤٨	٠	٠.٠٠	٢	٣.٧٠	٠	٠.٠٠	٦	٢.١١
كراسي علمية	٤	٨.٧٠	٣	٩.٦٨	٦	٨.٩٦	٢	٥.١٣	٤	٧.٤١	٢	٤.١٧	٢١	٧.٣٧
أنشطة طلابية	٨	١٧.٣٩	٥	١٦.١٣	١١	١٦.٤٢	٣	٧.٦٩	٨	١٤.٨١	٧	١٤.٥٨	٤٢	١٤.٧٤
مشروعات وبنية تحتية	٣	٦.٥٢	٢	٦.٤٥	٥	٧.٤٦	١	٢.٥٦	٣	٥.٥٦	٤	٨.٣٣	١٨	٦.٣٢
اجتماعات دورية	١	٢.١٧	١	٣.٢٣	٤	٥.٩٧	٣	٧.٦٩	٥	٩.٢٦	٢	٤.١٧	١٦	٥.٦١
المشاركة في المعارض والمناسبات	٢	٤.٣٥	٣	٩.٦٨	٢	٢.٩٩	٣	٧.٦٩	٤	٧.٤١	٣	٦.٢٥	١٧	٥.٩٦
تقويم واعتماد أكاديمي	٣	٦.٥٢	١	٣.٢٣	٤	٥.٩٧	٢	٥.١٣	٣	٥.٥٦	٤	٨.٣٣	١٧	٥.٩٦
تعليم عن بعد	١	٢.١٧	١	٣.٢٣	٣	٤.٤٨	١	٢.٥٦	٣	٥.٥٦	٣	٦.٢٥	١٢	٤.٢١
شكاوى	٢	٤.٣٥	٣	٩.٦٨	٥	٧.٤٦	٣	٧.٦٩	٢	٣.٧٠	٢	٤.١٧	١٧	٥.٩٦
الإجمالي	٤٦	١٠٠	٣١	١٠٠	٦٧	١٠٠	٣٩	١٠٠	٥٤	١٠٠	٤٨	١٠٠	٢٨٥	١٠٠

يتضح من نتائج الجدول السابق أن الأنشطة الطلابية بالجامعة جاءت في مقدمة أنواع الموضوعات الواردة عن الجامعة بالصحف بنسبة بلغت ١٤.٧٤% من إجمالي الموضوعات الواردة عن الجامعة بالصحف خلال فترة الدراسة.

وفي الترتيب الثاني لأنواع الموضوعات الواردة عن الجامعة بالصحف جاءت الموضوعات التعليمية التي ترتبط بالمناهج والمقررات وأعضاء هيئة التدريس والبيئة التعليمية بكافة جوانبها إذ استحوذت على نسبة بلغت ١٠.٥٣%.

وفي الترتيب الثالث جاءت المؤتمرات والندوات وورش العمل التي شاركت فيها أو أقامتها الجامعة لمنتسبيها إذ سجلت نسبة بلغت ٩.١٢% من إجمالي أنواع الموضوعات الواردة حول الجامعة بالصحف ، يليها الموضوعات البحثية التي تتعلق ببرامج البحث العلمي في الجامعة في الترتيب الرابع حيث سجلت نسبة بلغت ٨.٠٧%.

وفي الترتيب الخامس جاءت الموضوعات التي تتعلق بالكراسي العلمية في الجامعة وما نظمته من فعاليات وما أجرته من دراسات في مجال اهتمامها البحثي بنسبة بلغت ٧.٣٧%، يليها كل من موضوعات القبول والمشروعات والبنية التحتية بنسبة بلغت ٦.٣٢% لكل منهما من إجمالي أنواع الموضوعات الواردة عن الجامعة بصحف الدراسة، ثم جاء كل من المشاركة في المعارض والمناسبات والتقييم والاعتماد الأكاديمي والشكاوي في الترتيب الثامن بنسبة ٥.٩٦% لكل منهم على حدة .

وقد جاءت باقي الموضوعات بنسب متقاربة وفي ترتيب متأخر حيث استحوذت على تكرارات أقل وجاءت وفقا لما يلي: الاجتماعات الدورية، موضوعات خدمة وتنمية المجتمع، التعليم عن بعد، موضوعات الابتعاث، موضوعات الشراكة والتعاون، وذلك بالنسب المئوية التالية؛ ٥.٦١%، ٥.٢٦%، ٤.٢١%، ٢.٤٦%، ٢.١١% من إجمالي الموضوعات الواردة عن الجامعة بصحف الدراسة على الترتيب.

٨- أنواع المعالجة المستخدمة في عرض الموضوعات التي تتعلق بالجامعة في الصحف.

جدول رقم (١٢) توزيع أنواع المعالجة المستخدمة في عرض الموضوعات التي تتعلق بالجامعة في صحف الدراسة.

نوع المعالجة	الرياض		المدينة		عكاظ		الوطن		الجزيرة		الشرق		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
إخبارية	٢٣	٥٠.٠٠	١٥	٤٨.٣٩	٤٢	٦٢.٦٩	٢١	٥٣.٨٥	٣٥	٦٤.٨١	٢٧	٥٦.٢٥	١٦٣	٥٧.١٩
تفسيرية	٩	١٩.٥٧	٦	١٩.٣٥	١٣	١٩.٤٠	٥	١٢.٨٢	٧	١٢.٩٦	٩	١٨.٧٥	٤٩	١٧.١٩
توجيهية	٧	١٥.٢٢	٣	٩.٦٨	٤	٥.٩٧	٤	١٠.٢٦	٣	٥.٥٦	٤	٨.٣٣	٢٥	٨.٧٧
نقدية	٤	٨.٧٠	٤	١٢.٩٠	٦	٨.٩٦	٥	١٢.٨٢	٧	١٢.٩٦	٥	١٠.٤٢	٣١	١٠.٨٨
دعائية	٣	٦.٥٢	٣	٩.٦٨	٢	٢.٩٩	٤	١٠.٢٦	٢	٣.٧٠	٣	٦.٢٥	١٧	٥.٩٦
الإجمالي	٤٦	١٠٠	٣١	١٠٠	٦٧	١٠٠	٣٩	١٠٠	٥٤	١٠٠	٤٨	١٠٠	٢٨٥	١٠٠

يتضح من الجدول السابق أن المعالجة الإخبارية جاءت في مقدمة أنواع المعالجة المستخدمة في عرض الموضوعات المقدمة عن جامعة تبوك بصحف الدراسة بنسبة ٥٧.١٩% من مجموع تكرارات المعالجات المستخدمة في عرض الموضوعات عن الجامعة بصحف العينة، وجاءت صحيفة الجزيرة أكثر الصحف استخداماً للمعالجات الإخبارية مع الموضوعات الواردة عن الجامعة خلال فترة الدراسة وذلك بنسبة ٦٤.٨١%، بينما كانت صحيفة المدينة أقل الصحف استخداماً لهذا النوع من المعالجات بنسبة ٤٨.٣٩%.

وفي الترتيب الثاني لأنواع المعالجات جاءت المعالجة التفسيرية بنسبة ١٧.١٩%، وكانت صحيفة الرياض أكثر الصحف استخداماً للمعالجات التفسيرية مع الموضوعات الواردة عن الجامعة وذلك بنسبة ١٩.٥٧%، بينما كانت صحيفة الوطن أقل الصحف استخداماً لهذا النوع من المعالجات بنسبة ١٢.٨٢% من إجمالي المعالجات المستخدمة مع الموضوعات الواردة عن الجامعة.

وفي الترتيب الثالث جاءت المعالجة النقدية بنسبة ١٠.٨٨% من مجموع تكرارات المعالجات المستخدمة في الموضوعات المقدمة عن الجامعة في صحف الدراسة، وجاءت المعالجة التوجيهية في الترتيب الرابع بنسبة ٨.٧٧% من مجموع تكرارات المعالجات المستخدمة بالموضوعات التحريرية الواردة عن الجامعة في صحف الدراسة مجتمعة.

وفي الترتيب الخامس والأخير جاءت المعالجة الدعائية بنسبة ٥.٩٦% من مجموع تكرارات المعالجات المستخدمة في الموضوعات التحريرية المقدمة عن جامعة تبوك في صحف الدراسة مجتمعة.

ومما سبق نجد أن المعالجات الإخبارية جاءت في المركز الأول من إجمالي تكرارات المعالجات المستخدمة في تناول وعرض الموضوعات الواردة عن جامعة تبوك في الصحف مجتمعة، تليها المعالجة التفسيرية في الترتيب الثاني لصحف الدراسة على السواء، فيما جاءت المعالجة النقدية في الترتيب الثالث، وكانت المعالجة التوجيهية في المركز الرابع من مجموع تكرارات المعالجات المستخدمة في تناول وعرض الموضوعات المقدمة عن جامعة تبوك بالصحف مجتمعة.

٩- اتجاه الموضوعات الواردة بالصحف نحو الجامعة.

جدول رقم (١٣)

تكرارات ونسب اتجاه الموضوعات الواردة بالصحف نحو الجامعة.

الاتجاه الموضوعات	الرياض		المدينة		عكاظ		الوطن		الجزيرة		الشرق		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
إيجابي	٣١	٦٧.٣٩	٢٠	٦٤.٥٢	٤٥	٦٧.١٦	٢٦	٦٦.٦٧	٣٨	٧٠.٣٧	٣٥	٧٢.٩٢	١٩٥	٦٨.٤٢
محايد	١١	٢٣.٩١	٨	٢٥.٨١	١٧	٢٥.٣٧	٩	٢٣.٠٨	١٣	٢٤.٠٧	١١	٢٢.٩٢	٦٩	٢٤.٢١
سلبي	٤	٨.٧٠	٣	٩.٦٨	٥	٧.٤٦	٤	١٠.٢٦	٣	٥.٥٦	٢	٤.١٧	٢١	٧.٣٧
الإجمالي	٤٦	١٠٠	٣١	١٠٠	٦٧	١٠٠	٣٩	١٠٠	٥٤	١٠٠	٤٨	١٠٠	٢٨٥	١٠٠

يتضح من الجدول السابق أن الاتجاه الإيجابي نحو الجامعة جاء في مقدمة اتجاه الموضوعات الواردة بصحف الدراسة حول الجامعة بتكرار بنسبة ٦٨.٤٢% من مجموع تكرارات اتجاه الموضوعات الواردة بصحف العينة نحو الجامعة، وجاءت صحيفة الشرق أكثر الصحف في التوجه الإيجابي نحو الجامعة وذلك بنسبة ٧٢.٩٢% من إجمالي الموضوعات المنشورة بها عن الجامعة، بينما كانت صحيفة المدينة أقل الصحف في التوجه الإيجابي نحو الجامعة بنسبة ٦٤.٥٢%.

وفي الترتيب الثاني لاتجاه الموضوعات الواردة بالصحف نحو الجامعة جاء الاتجاه المحايد بنسبة ٢٤.٢١%، وفي الترتيب الثالث جاءت الموضوعات ذات التوجه السلبي نحو الجامعة وذلك بنسبة ٧.٣٧% من إجمالي تكرارات اتجاه الموضوعات الواردة بصحف العينة نحو الجامعة، وجاءت صحيفة الوطن أكثر الصحف في التوجه السلبي نحو الجامعة وذلك بنسبة ١٠.٢٦% من إجمالي الموضوعات المنشورة بها عن الجامعة، بينما كانت صحيفة الشرق أقل الصحف في التوجه السلبي نحو الجامعة بنسبة ٤.١٧%.

١٠- الصورة العامة للجامعة في الموضوعات الواردة عنها بالصحف عينة الدراسة.

جدول رقم (١٤)

تكرارات ونسب الصورة العامة للجامعة في الموضوعات الواردة عنها بالصحف.

الإجمالي		الشرق		الجزيرة		الوطن		عكاظ		المدينة		الرياض		الصحيفة الصورة العامة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٢١.٧٥	٦٢	٢٥.٠٠	١٢	٢٧.٧٨	١٥	٢٠.٥١	٨	١٦.٤٢	١١	٢٢.٥٨	٧	١٩.٥٧	٩	تؤدي دورها بكفاءة عالية
٣٤.٣٩	٩٨	٣٥.٤٢	١٧	٣٣.٣٣	١٨	٢٨.٢١	١١	٣٤.٣٣	٢٣	٣٨.٧١	١٢	٣٦.٩٦	١٧	مؤسسة ذات أداء جيد
٣٠.١٨	٨٦	٢٩.١٧	١٤	٢٩.٦٣	١٦	٣٣.٣٣	١٣	٣٥.٨٢	٢٤	١٩.٣٥	٦	٢٨.٢٦	١٣	مؤسسة ذات أداء متوازن
٨.٤٢	٢٤	٨.٣٣	٤	٥.٥٦	٣	١٠.٢٦	٤	٧.٤٦	٥	٩.٦٨	٣	١٠.٨٧	٥	مؤسسة ذات أداء مقبول
٥.٢٦	١٥	٢.٠٨	١	٣.٧٠	٢	٧.٦٩	٣	٥.٩٧	٤	٩.٦٨	٣	٤.٣٥	٢	مؤسسة ذات أداء ضعيف
١٠٠	٢٨٥	١٠٠	٤٨	١٠٠	٥٤	١٠٠	٣٩	١٠٠	٦٧	١٠٠	٣١	١٠٠	٤٦	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق أن صورة الجامعة لجامعة تبوك في الموضوعات الواردة عنها بالصحف عينة الدراسة أظهرت أن الجامعة مؤسسة ذات أداء جيد بنسبة بلغت ٣٤.٣٩%

من إجمالي من ورد بالصحف حول الجامعة من موضوعات، وجاءت صحيفة المدينة أكثر الصحف وصفاً لجامعة تبوك بأنها مؤسسة ذات أداء جيد وذلك بنسبة ٣٨.٧١% من إجمالي الموضوعات المنشورة بها عن الجامعة، بينما كانت صحيفة الوطن أقل الصحف وصفاً لجامعة تبوك بأنها مؤسسة ذات أداء جيد وذلك بنسبة ٢٨.٢١%.

وفي الترتيب الثاني لأنواع الصورة العامة لجامعة تبوك كما تناولتها صحف العينة جاء وصفها بأنها مؤسسة ذات أداء متوازن بنسبة ٣٠.١٨% من إجمالي من ورد بالصحف حول الجامعة من موضوعات، وجاءت صحيفة عكاظ أكثر الصحف وصفاً لجامعة تبوك بأنها مؤسسة ذات أداء متوازن وذلك بنسبة ٣٥.٨٢% من إجمالي الموضوعات المنشورة بها عن الجامعة، بينما كانت صحيفة الرياض أقل الصحف وصفاً لجامعة تبوك بأنها مؤسسة ذات أداء متوازن وذلك بنسبة ٢٨.٢٦% من إجمالي الموضوعات المنشورة بها عن الجامعة.

وفي الترتيب الثالث أظهرت الموضوعات الواردة عن الجامعة بالصحف أنها تؤدي أدوارها بكفاءة عالية وذلك بنسبة ٢١.٧٥% من إجمالي من ورد بالصحف حول الجامعة من موضوعات، وجاءت صحيفة الجزيرة أكثر الصحف وصفاً لجامعة تبوك بأنها مؤسسة تؤدي أدوارها بكفاءة عالية وذلك بنسبة ٢٧.٧٨% من إجمالي الموضوعات المنشورة بها عن الجامعة، بينما كانت صحيفة عكاظ أقل الصحف وصفاً للجامعة بأنها تؤدي أدوارها بكفاءة عالية وذلك بنسبة ١٦.٤٢%.

وبينت الدراسة التحليلية أن نسبة ٨.٤٢% من إجمالي من ورد بالصحف حول الجامعة من موضوعات عكست أداء الجامعة كمؤسسة فيما نشرته من موضوعات بأنه مقبول، وجاءت صحيفة الوطن أكثر الصحف وصفاً لجامعة تبوك بأنها مؤسسة ذات أداء مقبول وذلك بنسبة ١٠.٢٦% من إجمالي الموضوعات المنشورة بها عن الجامعة، بينما كانت صحيفة الجزيرة أقل الصحف وصفاً لجامعة تبوك بأنها مؤسسة ذات أداء مقبول وذلك بنسبة ٥.٥٦% من إجمالي الموضوعات المنشورة بها عن الجامعة.

وفي الترتيب الأخيرة للصورة العامة لجامعة تبوك كما أظهرتها الموضوعات الواردة عنها بالصحف خلال فترة الدراسة جاء وصف أدائها بأنه ضعيف وذلك بنسبة بلغت ٥.٢٦% فقط من إجمالي من ورد بالصحف حول الجامعة من موضوعات، وكانت صحيفة المدينة أكثر الصحف وصفاً لجامعة تبوك بأنها مؤسسة ذات أداء ضعيف وذلك بنسبة ٩.٦٨% من إجمالي الموضوعات المنشورة بها عن الجامعة، بينما كانت صحيفة الشرق أقل الصحف

وصفاً لأداء الجامعة بأنه ضعيف وذلك بنسبة ٢٠.٨% من إجمالي الموضوعات المنشورة بها عن الجامعة.

نتائج الدراسة الميدانية:

١. مدى انتظام المبحوثين في قراءة الصحف السعودية .

جدول رقم (١٥) تكرارات ونسب مدى انتظام المبحوثين في قراءة الصحف السعودية

مدى الانتظام في قراءة الصحف	ك	%
دائماً	٥٣	٢٤.١
أحياناً	٧٤	٣٣.٦
نادراً	٢٦	١١.٨
لا	٦٧	٣٠.٥
المجموع	٢٢٠	١٠٠

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن نسبة من يقرءون الصحف السعودية اليومية بلغت ٦٩.٥% من إجمالي مفردات العينة، حيث ذكرت نسبة ٢٤.١% من العينة أنهم يقرءون هذه الصحف بصفة دائمة، بينما ذكرت نسبة ٣٣.٦% من العينة أنهم يقرءون هذه الصحف أحياناً، في حين ذكر ١١.٨% من العينة أنهم نادراً ما يقرءون هذه الصحف .

كما يتبين من الجدول أن نسبة من لا يقرءون الصحف بلغت ٣٠.٥% من منسوبي الجامعة، وهو ما يعني أنهم لا يتعرضون لأي صحيفة من الصحف اليومية السعودية الورقية بمختلف أنواعها، أما مجموع من يمكن اعتبارهم (مع التجاوز) جمهوراً للصحف من عينة الدراسة (دائماً + أحياناً + نادراً)، فقد بلغ ٦٩.٥% من العينة .

وهذه النتيجة تدل علي تراجع معدلات قراءة الصحف من قبل أعضاء هيئة التدريس وموظفي الجامعة باعتبارهم من الصفوة، وقد يرجع ذلك إلي ظهور وسائل اتصال حديثة جذبت إليها مختلف الفئات من الجمهور بالمجتمع السعودي وبمعدلات تعرض عالية، منها القنوات الفضائية التليفزيونية، والانترنت، وكذلك الجوالات وما تتضمنه من برامج متعددة تحقق إشباعات اتصالية متعددة لمستخدميها، كما قد يرجع ذلك إلى طبيعة عينة الدراسة والتي تضم نسبة كبيرة من المغتربين الذين يعملون بالجامعة كأعضاء لهيئة التدريس وليس لديهم وقت أو لا يهتمون بمتابعة الصحف السعودية .

٢. مدى اهتمام الباحثين بمتابعة الأخبار والموضوعات التي تنشر عن جامعة تبوك في الصحف .

جدول رقم (١٦) توزيع مدى اهتمام الباحثين بمتابعة الأخبار والموضوعات التي تنشر عن جامعة تبوك في الصحف .

الاهتمام بمتابعة أخبار الجامعة	ك	%
نعم	٦٥	٤٢.٥
أحيانا	٦٩	٤٥.١
لا	١٩	١٢.٤
المجموع	١٥٣	١٠٠

- يتضح من خلال الجدول السابق أن غالبية من يقرؤون الصحف من العينة يهتمون بمتابعة الأخبار والموضوعات التي تنشر عن جامعة تبوك في الصحف السعودية اليومية ، حيث بلغت نسبتهم ٨٧.٦% من إجمالي عينة من يقرءون الصحف اليومية موزعة إلى ٤٢.٥% للذين يتابعون ما ينشر عن الجامعة دائما ، ونسبة ٤٥.١% للذين يتابعون ما ينشر عن الجامعة من أخبار وموضوعات أحيانا.
 - بينما بلغت نسبة من لا يهتمون بمتابعة الأخبار والموضوعات التي تنشر عن جامعة تبوك في الصحف اليومية ١٢.٤% من إجمالي العينة لمن يقرءون الصحف .
٣. درجة اهتمام الباحثين بمتابعة أخبار الجامعة في الصحف السعودية .

جدول رقم (١٧)

توزيع درجة اهتمام الباحثين بمتابعة أخبار الجامعة في الصحف السعودية.

درجة الاهتمام بمتابعة أخبار الجامعة بالصحف	ك	%
أهتم جدا	٤٣	٣٢.١
أهتم بدرجة متوسطة	٥٣	٣٩.٦
قليلاً ما أهتم	٣٨	٢٨.٤
المجموع	١٣٤	١٠٠

- يتضح من نتائج الجدول السابق أن نسبة ٣٢.١% من إجمالي من يتابعون الأخبار والموضوعات الخاصة بالجامعة في الصحف يهتمون جدا بتلك المتابعة ويحرصون عليها ، كما يتبين أن نسبة الذين يهتمون بمتابعة هذه الموضوعات والأخبار عن الجامعة بدرجة متوسطة بلغت ٣٩.٦% من إجمالي من يتابعون الأخبار الخاصة بالجامعة في الصحف .
- وفي المرتبة الثالثة أكدت نسبة ٢٨.٤% أنهم قليلاً ما يهتمون بمتابعة ما ينشر عن الجامعة التي ينتسبون إليها في الصحف ضمن ما يقرؤونه من موضوعات ومضامين إعلامية بها .

٤. مصادر حصول المبحوثين علي الأخبار والمعلومات التي تتعلق بالجامعة .

جدول رقم (١٨) ترتيب مصادر حصول المبحوثين علي الأخبار والمعلومات التي تتعلق بالجامعة.

الوزن المرجح	الترتيب	الأول	الثاني	الثالث	الرابع	الخامس	السادس	السابع	الثامن	الوزن	
										النقاط	المنوي
١٢.٩	١١	٧	٢٣	١٧	١٤	٢	٠	٤	٤٢٦	١٢.٩	الصحف السعودية
٥.٢	٦	٣	٣	١٣	٠	٢	٦	٠	١٧٠	٥.٢	الإذاعة السعودية
٢.٣	٢	٢	٤	٠	٤	٠	٢	٢	٧٦	٢.٣	قنوات التلفزيون السعودي
٢٥.٣	٦٣	٣٠	١٥	٤	٢	٠	٠	٠	٨٣٢	٢٥.٣	شبكة الانترنت
١٢.٣	٣	٢٢	٢٢	٦	٨	١١	٠	٠	٤٠٥	١٢.٣	موقع الجامعة على شبكة الانترنت
٨.٠	٠	١٤	١٤	٩	٩	٠	٠	٠	٢٦٣	٨.٠	صحيفة أخبار الجامعة
٢٧.٥	٤٩	٥٤	١٧	٥	١	٠	٢	٠	٩٠٥	٢٧.٥	الاتصال الشخصي
٦.٥	٠	٢	١٤	٢٠	٤	٠	٠	٠	٢١٤	٦.٥	جوال الجامعة
٣٢٩١											مجموع الأوزان

- تدل بيانات الجدول السابق علي أن ترتيب مصادر حصول المبحوثين علي الأخبار والمعلومات التي تتعلق بالجامعة جاء وفقا لما أحرزته من تكرارات وأوزان نسبية كما يلي:
- جاء الاتصال الشخصي في الترتيب الأول لأهم مصادر حصول المبحوثين علي الأخبار والمعلومات التي تتعلق بالجامعة التي ينتسبون إليها وذلك بوزن مئوي (٢٧.٥%) ، وهو ما يعكس قدر كبير من التواصل بين المؤسسة ومنتسبيها من أعضاء هيئة التدريس

والموظفين ، كما يدل على مرونة العمليات الاتصالية التي تتم بين المؤسسة وجمهورها الداخلي .

- وفي الترتيب الثاني لأهم مصادر حصول المبحوثين علي الأخبار والمعلومات التي تتعلق بالجامعة جاءت شبكة الإنترنت وما تتضمنه من مواقع اتصالية وإخبارية وغيرها بالإضافة لمنتديات الجامعة على شبكة الانترنت وذلك بوزن مؤوى (٢٥.٣%)، يليها الصحف السعودية المختلفة في الترتيب الثالث ضمن مصادر حصول المبحوثين علي الأخبار والمعلومات التي تتعلق بالجامعة وذلك بوزن مؤوى (١٢.٩%).
- وجاء موقع الجامعة على شبكة الإنترنت في الترتيب الرابع بوزن مؤوى بلغ (١٢.٣%)، يليه صحيفة أخبار الجامعة في الترتيب الخامس ضمن مصادر حصول المبحوثين علي الأخبار والمعلومات التي تتعلق بالجامعة وذلك بوزن مؤوى بلغ (٨.٠%) ، ثم جاء جوال الجامعة كمصدر للحصول علي الأخبار والمعلومات التي تتعلق بالجامعة وذلك بوزن مؤوى (٦.٥%) ، يليه الإذاعة السعودية بوزن مؤوى (٥.٢%)، وأخيرا جاءت قنوات التلفزيون السعودي ضمن مصادر حصول المبحوثين علي الأخبار والمعلومات التي تتعلق بالجامعة وذلك بوزن مؤوى بلغ (٢.٣%) ، وهو ما يتناسب مع ندرة ما يبث من أخبار ومضامين إعلامية عن الجامعة بالتلفزيون بقنواته المختلفة.

٥. آراء المبحوثين في ملامح الصورة التي تقدمها الصحف السعودية عن جامعة

تبوك .

جدول رقم (١٩) توزيع آراء المبحوثين في ملامح الصورة التي تقدمها الصحف السعودية عن جامعة تبوك.

آراء المبحوثين في ملامح صورة الجامعة بالصحف	ك	%
الصورة التي تقدمها الصحف عن الجامعة صورة إيجابية	٨٠	٥٩.٧
الصورة التي تقدمها الصحف عن الجامعة صورة سلبية	٢١	١٥.٧
تجمع بين الملامح الايجابية والسلبية	٣٣	٢٤.٦
المجموع	١٣٤	١٠٠

- تدل بيانات الجدول السابق على أن نسبة ٥٩.٧% من إجمالي المبحوثين الذين يتابعون ما ينشر بالصحف عن الجامعة من موضوعات بالصحف أكدوا أن ملامح الصورة التي

تقدمها الصحف عن الجامعة إيجابية ، بينما ترى نسبة ٢٤.٦% من إجمالي الذين يتابعون ما ينشر بالصحف عن الجامعة أن الصورة التي تقدمها الصحف عن الجامعة تجمع بين الملامح الإيجابية والسلبية.

▪ وفي المقابل فإن نسبة ١٥.٧% من إجمالي الذين يتابعون ما ينشر بالصحف عن الجامعة يرون أن الصورة التي تقدمها الصحف عن الجامعة سلبية .

٦- أبرز الملامح الإيجابية لصورة الجامعة التي تعرضها الصحف بالمملكة من وجهة نظر العاملين بالجامعة .

جدول رقم (٢٠)

تكرارات ونسب الملامح الإيجابية لصورة الجامعة التي تعرضها الصحف بالمملكة من وجهة نظر العاملين بالجامعة.

الملاح الإيجابية لصورة الجامعة بالصحف	ك	%
مؤسسة بحثية تهتم بقضايا المنطقة والمجتمع	١٥	١٣.٣
مؤسسة تمتلك بنية تحتية مناسبة	٥٤	٤٧.٨
تستقطب أعضاء هيئة تدريس أكفاء ومتميزين	٣٢	٢٨.٣
توفر حزمة من الخدمات المتميزة لمنسوبيها	٢٤	٢١.٢
توفر الجامعة الأنشطة الطلابية المناسبة	١٦	١٤.٢
لديها معايير واضحة للأداء	١٠	٨.٨
تقدم تعليم نوعي يواكب متطلبات سوق العمل	٥١	٤٥.١
مؤسسة تخدم مجتمعها وتسعى لتنميته	٢٢	١٩.٥
تهتم بالحصول على الاعتماد لبرامجها التعليمية	٣٢	٢٨.٣
تمتلك برامج لتطوير مهارات منسوبيها	٣٩	٣٤.٥
الإجمالي	١١٣	

تدل بيانات الجدول السابق علي مجموعة من النتائج أهمها :

▪ جاءت عبارة " مؤسسة تمتلك بنية تحتية مناسبة " في مقدمة الملامح الإيجابية لصورة الجامعة التي تعرضها الصحف بالمملكة من وجهة نظر العاملين بالجامعة وذلك بنسبة (٤٧.٨%) ، يليها عبارة "تقدم تعليم نوعي يواكب متطلبات سوق العمل " بنسبة ٤٥.١%.

- وفي الترتيب الثالث للملامح الإيجابية لصورة الجامعة التي تعرضها الصحف بالمملكة جاءت عبارة " تمتلك برامج لتطوير مهارات منسوبيها " وذلك بنسبة (٣٤.٥%) ، ثم جاء كل من " تستقطب أعضاء هيئة تدريس أكفاء ومتميزين " ، و" تهتم بالحصول على الاعتماد الأكاديمي لبرامجها " ، في الترتيب الرابع ضمن الملامح الإيجابية لصورة الجامعة التي تعرضها الصحف بالمملكة بنسبة بلغت ٢٨.٣% لكل منهما .
 - وجاء " توفر حزمة من الخدمات المتميزة لمنسوبيها " في الترتيب السادس ضمن الملامح الإيجابية لصورة الجامعة وذلك بنسبة (٢١.٢%) ، يليه عبارة "مؤسسة تخدم مجتمعها وتسعى لتتميته" بنسبة ١٩.٥% .
 - وجاءت باقي الملامح الإيجابية لصورة الجامعة التي عرضتها الصحف بالمملكة بتكرارات ونسب أقل وفقا لما يلي ؛ توفر الجامعة الأنشطة الطلابية المناسبة ، مؤسسة بحثية تهتم بقضايا المنطقة والمجتمع ، لديها معايير واضحة وشفافة للأداء، بنسبة ١٤.٢% ، ١٣.٣% ، ٨.٨% لكل منها على الترتيب .
- ٧- أبرز الملامح السلبية لصورة الجامعة التي تعرضها الصحف بالمملكة من وجهة نظر العاملين بالجامعة .

جدول رقم (٢١)

تكرارات ونسب الملامح السلبية لصورة الجامعة التي تعرضها الصحف بالمملكة من وجهة نظر العاملين بالجامعة.

الملاح السلبية لصورة الجامعة بالصحف	ك	%
لا تستوعب احتياجات المنطقة التعليمية	٢٠	٣٧.٠
النقص في برامج خدمة المجتمع وتنميته	٨	١٤.٨
لا تهتم بقضايا المنطقة والمجتمع	٧	١٣.٠
ضعف جودة الخدمة التعليمية ببرامجها التعليمية	١٨	٣٣.٣
قلة أعضاء هيئة التدريس المتميزين بها	٩	١٦.٧
النقص في بنيتها التحتية ومرافقها المساندة	٢١	٣٨.٩
غياب المعايير الواضحة لتقييم الأداء	٥	٩.٣
برامجها التعليمية لا تواكب متطلبات سوق العمل	١٥	٢٧.٨
لا تهتم بالرضا الوظيفي لمنسوبيها	٢١	٣٨.٩
لا توفر برامج تدريبية لكافة لمنسوبيها	٢	٣.٧
الإجمالي	٥٤	

- توضح بيانات الجدول السابق أن كل من عبارتي " نقص بنيتها التحتية ومرافقها المساندة " ، و"لا تهتم بالرضا الوظيفي لمنسوبيها " جاءتا في مقدمة الملامح السلبية لصورة الجامعة التي تعرضها الصحف بالمملكة من وجهة نظر العاملين بالجامعة وذلك بنسبة ٣٨.٩% من الذين يرون بأن الصورة التي تعرضها الصحف بالمملكة عن الجامعة تتضمن ملامح سلبية.
- وفي الترتيب الثالث للملامح السلبية لصورة الجامعة بالصحف جاءت عبارة " لا تستوعب احتياجات المنطقة التعليمية " وذلك بنسبة (٣٧.٠%) ، يليها عبارة " ضعف جودة الخدمة التعليمية ببرامجها التعليمية " بنسبة ٣٣.٣% .
- وفي الترتيب الخامس للملامح السلبية لصورة الجامعة التي تعرضها الصحف بالمملكة جاءت عبارة " برامجها التعليمية لا تواكب متطلبات سوق العمل " بنسبة بلغت ٢٧.٨% .
- وجاء " قلة أعضاء هيئة التدريس المتميزين بها " في الترتيب السابع ضمن الملامح السلبية لصورة الجامعة وذلك بنسبة (١٦.٧%) ، يليها عبارة " لا تساهم في برامج خدمة المجتمع وتنميته " بنسبة ١٤.٨% .
- وجاءت باقي الملامح السلبية لصورة الجامعة التي عرضتها الصحف بالمملكة بتكرارات ونسب أقل وفقا لما يلي ؛ لا تهتم بقضايا المنطقة والمجتمع ، غياب المعايير الواضحة لتقييم الأداء ، لا توفر برامج تدريبية وخدمية لمنسوبيها ، بنسبة ١٣.٠% ، ٩.٣% ، ٣.٧% لكل منها على الترتيب .

٨- مدى اقتناع العاملين بالجامعة بواقعية الصورة المقدمة عنها بالصحف.

جدول رقم (٢٢)

تكرارات ونسب آراء العاملين بالجامعة بواقعية الصورة المقدمة عنها بالصحف. ن = ١٣٤

الوزن المرجح		اقتناع العاملين بالجامعة بواقعية الصورة المقدمة عنها بالصحف.
الوزن المثوي	النقاط	
١٣.٢٦	٢٢٢	تعرض الصحف جوانب مهمة من الحياة الواقعية داخل الجامعة .
١٧.٢٦	٢٨٩	تقدم الصحف نماذج لشخصيات العاملين بالجامعة في أدوار تتفق مع أدوارهم في الواقع .
١٢.١٩	٢٠٤	معظم الصحف تقدم صوراً صحيحة ومتطابقة مع واقع الحياة الجامعية.
١٩.٤١	٣٢٥	تتشابه المكانة الاجتماعية التي تظهرها الصحف للجامعة مع مكانتها في الواقع.
١٨.٩٤	٣١٧	تتشابه سلوكيات منتسبي الجامعة التي تنشر بالصحف مع سلوكياتهم الفعلية في الواقع .
١٨.٩٤	٣١٧	تتشابه المشكلات التي تواجه منسوبي الجامعة في الصحف مع المشكلات التي تواجههم في الواقع.
١٦٧٤		مجموع الأوزان

- تدل بيانات الجدول السابق علي النتائج التالية :
- جاءت عبارة " تتشابه المكانة الاجتماعية التي تظهرها الصحف للجامعة مع مكانتها في الواقع " ، في مقدمة العبارات حول مدى اقتناع العاملين بالجامعة بواقعية الصورة المقدمة بالصحف عن جامعة تبوك بوزن مئوى (١٩.٤١%) حيث كانت نسبة الذين وافقوا عليها ٥٣.٧% ، ونسبة المحايدين ٣٥.١% ، ونسبة المعارضين لها ١١.٢% .
- وفي الترتيب الثاني لأسباب اقتناع العاملين بالجامعة بواقعية الصورة المقدمة عنها بالصحف جاءت كل من عبارتي ؛ تتشابه سلوكيات منتسبي الجامعة التي تنشر بالصحف مع سلوكياتهم الفعلية في الواقع ، تتشابه المشكلات التي تواجه منسوبي الجامعة في الصحف مع المشكلات التي تواجههم في الواقع بوزن مئوى بلغ (١٨.٩٤%) لكل منهما .
- جاءت عبارة " الصحف تقدم نماذج لشخصيات العاملين بالجامعة في أدوار تتفق مع أدوارهم في الواقع في الترتيب الرابع لأسباب اقتناع العاملين بالجامعة بواقعية الصورة المقدمة عنها بالصحف بوزن مئوى (١٧.٢٦%) ، يليها عبارة " الصحف تعرض جوانب مهمة من الحياة الواقعية داخل الجامعة" بوزن مئوى بلغ (١٣.٢٦%) .
- وأخيرا جاءت عبارة " معظم الصحف تقدم صوراً صحيحة ومتطابقة مع واقع الحياة الجامعية" في الترتيب السادس لأسباب اقتناع العاملين بالجامعة بواقعية الصورة المقدمة عنها بالصحف بوزن مئوى (١٥.٦٥%) .

٩- مدى تقبل العاملين بالجامعة لصورة الجامعة التي تقدمها الصحف السعودية .

جدول رقم (٢٣)

تكرارات ونسب مدى تقبل العاملين بالجامعة لصورة الجامعة التي تقدمها الصحف السعودية.

مدى تقبل العاملين بالجامعة لصورة الجامعة بالصحف	ك	%
صورة مقبولة إلى حد كبير	٥٣	٣٩.٥
صورة مقبولة إلى حد ما	٤٩	٣٦.٦
صورة مرفوضة	٣٢	٢٣.٩
المجموع	١٣٤	١٠٠

- تدل بيانات الجدول السابق على أن نسبة ٧٦.١% من إجمالي العاملين بجامعة تبوك الذين يتابعون ما تنشره الصحف عن الجامعة من أخبار وموضوعات أكدوا علي تقبلهم لصورة الجامعة التي تقدمها الصحف السعودية ، وقد وزعت هذه النسبة إلي ٣٩.٥% من إجمالي العاملين بجامعة تبوك الذين يتابعون ما تنشره الصحف عن الجامعة من أخبار

وموضوعات يرون أن هذه الصورة مقبولة إلى حد كبير ، ونسبة ٣٦.٦% يرون أن هذه الصورة مقبولة إلى حد ما .

- وفي المقابل فإن نسبة ٢٣.٩% من عينة الدراسة الذين يتابعون ما تنشره الصحف عن الجامعة من أخبار وموضوعات يرون أن الصورة التي تقدمها الصحف للجامعة مرفوضة وغير مرضية لهم .

١٠- الجهود التي تبذلها الجامعة لتحسين صورتها لدى منسوبيها من وجهة نظر العاملين بالجامعة .

جدول رقم (٢٤) تكرارات ونسب الجهود التي تبذلها الجامعة لتحسين صورتها لدى منسوبيها.

الجهود التي تبذلها الجامعة لتحسين صورتها	ك	%
تقديم الرعاية الصحية لمنسوبيها	٣٧	١٦.٨
إتاحة فرص التدريب في التخصص	٥٩	٢٦.٨
توفير برامج ترفيهية مناسبة	٢٥	١١.٤
توفير فرص المشاركة في المعارض والمؤتمرات	٤٣	١٩.٥
الدعم والتشجيع للمتميزين	٦٧	٣٠.٥
عقد لقاءات دورية مع منسوبيها	٩٢	٤١.٨
مناقشة احتياجات منسوبي الجامعة	٧١	٣٢.٣
الإجمالي	٢٢٠	

- توضح بيانات الجدول السابق أن " عقد لقاءات دورية مع منسوبي الجامعة " ، جاء في مقدمة الجهود التي تبذلها الجامعة لتحسين صورتها لدى منسوبيها من وجهة نظر العاملين بالجامعة وذلك بنسبة (٤١.٨%) من عينة الدراسة .
- وفي الترتيب الثاني للجهود التي تبذلها الجامعة لتحسين صورتها لدى منسوبيها من وجهة نظر العاملين بالجامعة جاءت " مناقشة احتياجات منسوبي الجامعة " وذلك بنسبة (٣٢.٣%) ، يليها " الدعم والتشجيع للمتميزين " بنسبة (٣٠.٥%) من عينة الدراسة .
- وفي الترتيب الرابع جاء " إتاحة فرص التدريب في التخصص " وذلك بنسبة (٢٦.٨%) ، ثم " توفير فرص المشاركة في المعارض والمؤتمرات " بنسبة بلغت (١٩.٥%) من العينة ، يليه " تقديم الرعاية الصحية لمنسوبيها " في الترتيب السادس ضمن الجهود التي تبذلها الجامعة لتحسين صورتها لدى منسوبيها وذلك بنسبة (١٦.٨%) من عينة الدراسة ، وفي الترتيب الأخير جاء " توفير برامج ترفيهية مناسبة " بنسبة (١١.٤%) من العينة .

١١ - استجابات أفراد العينة حول العبارات التي تتناول أداء الجامعة.

جدول رقم (٢٥)

توزيع استجابات أفراد العينة حول العبارات التي تتناول أداء الجامعة. ن = ٢٢٠

الوزن المرجح		توزيع استجابات أفراد العينة حول العبارات التي تتناول أداء الجامعة
الوزن المنوي	النقاط	
٤.٣٧	٤٢٦	تستمد الجامعة تميزها من قدرتها علي تطوير الأداء
٥.٤٥	٥٣١	تهتم الجامعة بتوفير جو علمي مناسب لأعضاء هيئة التدريس
٥.٠٨	٤٩٥	يسود مبدأ تكافؤ الفرص بين منسوبي الجامعة
٤.٠٥	٣٩٥	تتيح الجامعة الفرصة للجميع في الابتكار والإبداع في الأداء
٤.٧٤	٤٦٢	ترحب الجامعة بالانتاج العلمي المتميز لأعضاء هيئة التدريس
٥.٥٧	٥٤٣	تتعاون إدارات الجامعة وموظفيها في القضاء علي مشاكل منسوبيها
٥.٢٦	٥١٣	توجد قنوات اتصال متاحة بين إدارة الجامعة ومنسوبيها
٥.٢٢	٥٠٩	يوجد ترابط بين الأقسام الأكاديمية والإدارية بالجامعة يثري العمل
٤.٧٧	٤٦٥	تحرص الجامعة علي دعم قدرات ومهارات منتسبيها بالتدريب
٤.٦٨	٤٥٦	الجامعة حريصة علي استقطاب أفضل أعضاء هيئة التدريس
٥.٠٥	٤٩٢	الجامعة تسعى دائما إلي تنمية مهارات منسوبيها
٥.٠٨	٤٩٥	تهتم الجامعة بخدمة وتلبية احتياجات المجتمع المحلي
٥.٤٧	٥٣٣	تحرص الجامعة علي إقامة شراكات حقيقية مع مؤسسات المجتمع المختلفة
٤.٦٢	٤٥٠	تتمن الجامعة الشراكات العلمية والتعاون الأكاديمي في مختلف برامجها
٥.٦٠	٥٤٦	تتمن الجامعة الجهد الذي يبذله منسوبيها من أعضاء هيئة التدريس والموظفين
٥.٢٤	٥١١	تطبق نظم تقييم الأداء بشفاافية علي الجميع
٥.٢٥	٥١٢	توفر الجامعة معينات التدريس اللازمة للعمل بكفاءة
٤.٧٥	٤٦٣	توفر الجامعة الدعم المعنوي لمنتسبيها من أعضاء هيئة التدريس والموظفين
٤.٧١	٤٥٩	البنية التحتية للجامعة جيدة وتساعد علي الأداء المتميز
٥.٠٦	٤٩٣	خدمات الرعاية الصحية التي تقدمها الجامعة كافية
٩٧٤٩		مجموع الأوزان

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي :

- أن عبارة " تثنى الجامعة الجهد الذي يبذله منسوبيها من أعضاء هيئة التدريس والموظفين " جاءت في مقدمة العبارات التي تقيس أداء الجامعة من وجهة نظر العينة وذلك بوزن مئوي (٥٠.٦٠%) ، تليها عبارة " تتعاون إدارات الجامعة وموظفيها في القضاء علي مشاكل منسوبيها" بوزن مئوي بلغ (٥٠.٥٧%) ، ثم عبارة " تحرص الجامعة علي إقامة شراكات حقيقية مع مؤسسات المجتمع المختلفة" وذلك بوزن مئوي (٥٠.٤٧%) ، تليها عبارة " تهتم الجامعة بتوفير جو علمي مناسب لأعضاء هيئة التدريس " وذلك بوزن مئوي (٥٠.٤٥%) . ثم عبارة " توجد قنوات اتصال متاحة بين إدارة الجامعة ومنسوبيها " وذلك بوزن مئوي بلغ (٥٠.٢٦%).
- وتقاربت نسب استجابة العينة على باقي العبارات التي تقيس أداء الجامعة وتعكس صورتها لدى منسوبيها بشكل عام طبقا لما أحرزته من تكرارات وأوزان مئوية ، وجاءت عبارة " تتيح الجامعة الفرصة للجميع في الابتكار والإبداع في الأداء " بوزن مئوي بلغ (٤٠.٠٥%) .

١٢. تقييم العاملين بالجامعة لأدائها .

جدول رقم (٢٦)

توزيع آراء العاملين بالجامعة لأدائها .

تقييم العاملين بالجامعة لأدائها	ك	%
مؤسسة تؤدي دورها بكفاءة عالية	٦٠	٢٧.٣
مؤسسة ذات أداء جيد	٧٣	٣٣.٢
مؤسسة ذات أداء متوازن	٤٣	١٩.٥
مؤسسة ذات أداء مقبول	١٨	٨.٢
مؤسسة ذات أداء ضعيف	٢٦	١١.٨
الإجمالي	٢٢٠	١٠٠

- تشير نتائج الجدول السابق إلي أن الأداء الجيد جاء في مقدمة أنواع تقييم العاملين بالجامعة لأدائها كمؤسسة وذلك بنسبة بلغت ٣٣.٢% مع عينة الدراسة ، يليه جاء تقييم أداء الجامعة على أنها مؤسسة تؤدي دورها بكفاءة عالية وذلك بنسبة ٢٧.٣% من العينة
- وفي الترتيب الثالث جاء تقييم أداء الجامعة كمؤسسة من قبل العاملين بها بأنه أداء متوازن وذلك بنسبة بلغت ١٩.٥% من إجمالي مفردات العينة ، يليها الأداء الضعيف بنسبة ١١.٨% من العينة وأخيرا ذكرت نسبة ٨.٢% من عينة الدراسة أن أداء الجامعة مقبول.

نتائج التحقق من صحة الفروض :

الفرض الأول للدراسة ؛ والذي ينص علي أنه " توجد علاقة دالة إحصائيا بين تعرض المبحوثين لأخبار الجامعة بالصحف السعودية وإدراكهم لملامح الصورة الذهنية التي تعكسها هذه الصحف عن الجامعة:-

جدول رقم (٢٧)

معامل ارتباط بيرسون بين تعرض المبحوثين لأخبار الجامعة بالصحف السعودية وإدراكهم لملامح الصورة الذهنية التي تعكسها هذه الصحف عن الجامعة.

الملامح السلبية			الملامح الإيجابية			ملامح الصورة المتغير
N	P	R	N	P	R	
٥٤	٠.٦٢٠	٠.٠٦٩	١١٣	٠.٠٠١	٠.٤٤٨	درجة لأخبار الجامعة بالصحف

تشير نتائج الجدول السابق أنه باستخدام معامل ارتباط بيرسون أتضح وجود علاقة دالة بين درجة تعرض المبحوثين لأخبار الجامعة في الصحف السعودية وإدراك الملامح الإيجابية للصورة الذهنية للجامعة التي تعكسها الصحف عن الجامعة لديهم حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠.٤٤٨، وهي قيمة دالة عند مستوى دلالة = ٠.٠١، كما تبين عدم وجود علاقة دالة بين درجة تعرض المبحوثين لأخبار الجامعة في الصحف السعودية والملاح السلبية للصورة الذهنية للجامعة التي تعكسها هذه الصحف عن الجامعة لديهم حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بينهما ٠.٠٦٩ وهي قيمة غير دالة إحصائيا عند مستوى دلالة ٠.٠٥.

وتأسيساً علي ذلك يمكن القول أن التعرض للصحف وما تنشره من أخبار وموضوعات عن الجامعة يؤدي إلى إدراك الكثير من الملامح الإيجابية لصورة الجامعة لدى العاملين بها وهو ما أكدت عليه نتائج تحليل المضمون للصحف عينة الدراسة من خلال تبني العديد من الصحف لاتجاهات إيجابية نحو الجامعة فيما تنشره عن الجامعة بشكل واضح، وبذلك يمكن القول أنه كلما إزداد التعرض لأخبار الجامعة بهذه الصحف إزداد إدراك الملامح الإيجابية لصورة الجامعة لدى العاملين بها، على حين لم تظهر علاقة ارتباطية بين معدل التعرض للصحف والملاح السلبية لصورة الجامعة لدى العاملين بها وهو ما يمكن إرجاعه لقلّة المواد والمضامين ذات التوجه السلبي نحو الجامعة بصحف الدراسة .

الفرض الثاني للدراسة؛ والذي ينص علي أنه " توجد علاقة دالة إحصائية بين معدل تعرض الباحثين لأخبار الجامعة بالصحف وكل من :

- إدراك العاملين بالجامعة لواقعية الصورة المقدمة بالصحف عن الجامعة .
- تقييم العاملين بالجامعة لأدائها .

جدول رقم (٢٨)

معامل ارتباط بيرسون بين معدل تعرض الباحثين لأخبار الجامعة بالصحف وكل من ؛ إدراك العاملين بالجامعة لواقعية الصورة المقدمة بالصحف عن الجامعة ، وتقييم العاملين بالجامعة لأدائها .

تقييم العاملين بالجامعة لأدائها			إدراك واقعية الصورة المقدمة بالصحف عن الجامعة			المتغير
N	P	R	N	P	R	
١٥٣	٠.٠٠	**٠.٢٩٦	١٣٤	٠.٠٠	**٠.٣١٤	معدل التعرض

تشير نتائج الجدول السابق أنه باستخدام معامل ارتباط بيرسون أتضح وجود علاقة دالة بين معدل تعرض الباحثين لأخبار الجامعة بالصحف ومدى إدراكهم لواقعية الصورة المقدمة بالصحف عن الجامعة حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠.٣١٤ وهي قيمة دالة عند مستوى دلالة = ٠.٠٠١، كما تبين وجود علاقة دالة بين معدل تعرض الباحثين لأخبار الجامعة بالصحف ودرجة تقييمهم لأدائها حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بينهما ٠.٢٩٦ وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة ٠.٠٠١.

وعلى ذلك يتبين أن زيادة معدل تعرض الباحثين لأخبار الجامعة بالصحف يؤدي إلى إدراكهم لواقعية ما يقدم عنها من مضامين ومواد إعلامية من جانب، ويزيد من تقييمهم الإيجابي لأداء الجامعة من جانب آخر، وهو ما يمكن تفسيره في ضوء ما أسفر عنه تحليل المضمون لهذه الصحف، حيث كشف عن تبني الصحف لنشر الموضوعات الإيجابية عن الجامعة وتناول تلك الموضوعات في معالجات إخبارية وتفسيرية بشكل أكبر من المعالجات النقدية والتوجيهية.

الفرض الثالث للدراسة؛ والذي ينص علي أنه " توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الباحثين على الدرجة الكلية لإدراك ملامح الصورة الذهنية للجامعة وفقا للمتغيرات الديموجرافية (النوع - سنوات الخبرة - المؤهل التعليمي - المهنة) " .

١-٣ : دراسة الفروق بين متوسطات درجات الباحثين على الدرجة الكلية لإدراك ملامح الصورة الذهنية للجامعة وفقا للنوع (ذكور - إناث) .

جدول رقم (٢٩)

نتائج اختبار (ت) لمعنوية الفروق بين الذكور والإناث علي الدرجة الكلية لإدراك ملامح الصورة الذهنية للجامعة.

المتغير	المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	الدالة
الملامح الإيجابية لصورة الجامعة	الذكور	٦٧	٥.٠٥	٢.٠٢	- ٠.٤١	غير دالة
	الإناث	٤٦	٥.٢١	١.٩٤		
الملامح السلبية لصورة الجامعة	الذكور	٣٢	٢.١٨	٠.٨٦	- ٢.٤٧	دالة عند ٠.٠٥
	الإناث	٢٢	٣.١٣	١.٩١		

تشير نتائج تطبيق اختبار "ت" إلي عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات العاملين بالجامعة من الذكور والإناث علي الدرجة الكلية للملامح الإيجابية لصورة الجامعة المقدمة بالصحف ، حيث بلغت قيمة "ت" - ٠.٤١ ، وهي قيمة غير دالة إحصائيا عند مستوى دلالة ٠.٠٥ .

كما توضح النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات العاملين بالجامعة من الذكور والإناث علي الدرجة الكلية للملامح السلبية لصورة الجامعة المقدمة بالصحف وذلك لصالح الإناث ، حيث بلغت قيمة "ت" - ٢.٤٧ ، وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى دلالة ٠.٠٥ .

٢-٣: دراسة الفروق بين متوسطات درجات مجموعات العاملين بالجامعة في الدرجة الكلية لإدراك ملامح الصورة الذهنية للجامعة وفقا لسنوات الخبرة .

جدول رقم (٣٠)

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات مجموعات العاملين بالجامعة في الدرجة الكلية لملامح الصورة الذهنية للجامعة الإيجابية والسلبية وفقا لسنوات الخبرة.

المتغير	مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدالة
الملامح الإيجابية لصورة الجامعة	بين المجموعات	١٠.٥١١	٢	٥.٢٥٥	١.٣٤	غير دالة
	داخل المجموعات	٤٢٩.٧٥٥	١١٠	٣.٩٠٧		
	المجموع	٤٤٠.٢٦٥	١١٢			
الملامح السلبية لصورة الجامعة	بين المجموعات	٣.٨٥٦	٢	١.٩٢٨	٠.٩٢	غير دالة
	داخل المجموعات	١٠٧.٣٤٨	٥١	٢.١٠٥		
	المجموع	١١١.٢٠٤	٥٣			

تشير نتائج الجدول السابق إلي عدم وجود فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات مجموعات العاملين بالجامعة وفقا لسنوات الخبرة علي الدرجة الكلية للملامح الإيجابية للصورة الذهنية المقدمة بالصحف عن الجامعة ، حيث بلغت قيمة ف (١.٣٤) وهذه القيمة غير دالة إحصائيا عند مستوي معنوية ٠.٠٥ .

كما تبين عدم وجود فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات مجموعات العاملين بالجامعة وفقا لسنوات الخبرة علي الدرجة الكلية للملامح السلبية للصورة الذهنية المقدمة بالصحف عن الجامعة، حيث بلغت قيمة ف (٠.٩٢) علي المقياس في الدرجة الكلية ، وهذه القيمة غير دالة إحصائيا عند مستوي معنوية ٠.٠٥ .

٣- ٣ : دراسة الفروق بين درجات مجموعات العاملين بالجامعة في الدرجة الكلية لإدراك ملامح الصورة الذهنية للجامعة وفقا للمؤهل .

جدول رقم (٣١)

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين درجات مجموعات العاملين بالجامعة في الدرجة الكلية
لملامح الصورة الذهنية للجامعة الإيجابية والسلبية وفقا للمؤهل .

المتغير	مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدالة
الملامح الإيجابية لصورة الجامعة	بين المجموعات	٤.١٤٣	٤	١.٠٣٦	٠.٢٥	غير دالة
	داخل المجموعات	٤٣٦.١٢٣	١٠٨	٤.٠٣٨		
	المجموع	٤٤٠.٢٦٥	١١٢			
الملامح السلبية لصورة الجامعة	بين المجموعات	٣.٨٠٥	٤	٩٥١.	٠.٤٣	غير دالة
	داخل المجموعات	١٠٧.٣٩٨	٤٩	٢.١٩٢		
	المجموع	١١١.٢٠٤	٥٣			

تشير نتائج الجدول السابق إلي عدم وجود فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات مجموعات العاملين بالجامعة وفقا للمؤهلات الحاصلين عليها علي الدرجة الكلية للملامح الإيجابية للصورة الذهنية المقدمة بالصحف عن الجامعة ، حيث بلغت قيمة ف (٠.٢٥) علي المقياس في الدرجة الكلية ، وهذه القيمة غير دالة إحصائيا عند مستوي معنوية ٠.٠٥ .

كما تبين عدم وجود فروق دالة إحصائية بين مجموعات العاملين بالجامعة وفقا للمؤهلات الحاصلين عليها علي الدرجة الكلية للملامح السلبية للصورة الذهنية المقدمة بالصحف عن الجامعة ، حيث بلغت قيمة ف (٠.٤٣) علي المقياس في الدرجة الكلية ، وهذه القيمة غير دالة إحصائيا عند مستوي معنوية ٠.٠٥ .

٣- ٤: دراسة الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين على الدرجة الكلية لإدراك ملامح الصورة الذهنية للجامعة للمهنة (أعضاء هيئة تدريس - موظفين) .

جدول رقم (٣٢)

نتائج اختبار (ت) لمعنوية الفروق بين أعضاء هيئة التدريس والموظفين على الدرجة الكلية لإدراك ملامح الصورة الذهنية للجامعة .

المتغير	المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	الدلالة
الملامح الإيجابية لصورة الجامعة	أعضاء هيئة تدريس	٦٧	٥.١٣	١.٩٦	٠.٠٦٧	غير دالة
	موظفون	٤٦	٥.١٠	٢.٠٢		
الملامح السلبية لصورة الجامعة	أعضاء هيئة تدريس	٣٢	٢.٣١	٠.٧٨	١.٦٢	غير دالة
	موظفون	٢٢	٢.٩٥	٢.٠٣		

تشير نتائج تطبيق اختبار "ت" إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين العاملين بالجامعة من أعضاء هيئة التدريس والموظفين على الدرجة الكلية للملامح الإيجابية لصورة الجامعة المقدمة بالصحف ، حيث بلغت قيمة "ت" ٠.٠٦٧ ، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٥ .

كما توضح النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين العاملين بالجامعة من أعضاء هيئة التدريس والموظفين على الدرجة الكلية للملامح السلبية لصورة الجامعة المقدمة بالصحف، حيث بلغت قيمة "ت" ١.٦٢ ، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٥ .

الاستنتاجات العامة والتوصيات :

الاستنتاجات العامة :

- احتل الخبر الصحفي مقدمة الأشكال التحريرية التي استخدمت في عرض وتناول الموضوعات التي تتعلق بجامعة تبوك في كل صحف الدراسة ، وجاءت التقارير في المرتبة الثانية ، ثم المقال في المرتبة الثالثة من مجموع تكرارات الأشكال الصحفية ، ولم ترد فئة التحقيقات الصحفية في الموضوعات الواردة بالصحف عن الجامعة خلال فترة الدراسة .

- كشفت الدراسة أن الصحف عينة الدراسة اعتمدت في المقام الأول على محرريها ومراسليها في تناول الموضوعات الخاصة بالجامعة على صفحاتها، كما كشفت الدراسة

- عن ارتفاع تكرارات الموضوعات الواردة عن الجامعة والتي تم تناولها ومعالجتها صحفياً في الصفحات الداخلية لصحف الدراسة، وبذلك كشفت الدراسة التحليلية أن موضوع البحث والتحليل قد تركز بصفة أساسية في الصفحات الداخلية للصحف .
- جاءت العناوين في مقدمة عناصر الإخراج المستخدمة في عرض وإبراز الموضوعات المقدمة عن جامعة تبوك بصحف الدراسة بنسبة بلغت ٤٦.١٢% من إجمالي عناصر الإخراج المستخدمة في عرض وإبراز الموضوعات المقدمة حول الجامعة بالصحف ، يليها في الترتيب الثاني جاءت الصور ثم الألوان ، ثم عناصر الفصل بين الموضوعات المختلفة والتي تتضمن الإطارات والفواصل والجداول والزوايا.
 - أظهرت الدراسة أن الصور الشخصية جاءت في الترتيب الأول حيث تستخدمها الصحف في عرض وإبراز المادة الصحفية المقدمة بها عن الجامعة بنسبة بلغت ٥٥.٢٦% ، وفي الترتيب الثاني جاءت الصور الموضوعية بنسبة بلغت ٤٤.٧٤% من إجمالي الصور المستخدمة في الموضوعات المقدمة عن جامعة تبوك ، وكانت صحيفة الوطن أكثر الصحف استخداماً للصور الموضوعية في إبراز الموضوعات الواردة عن الجامعة خلال فترة الدراسة .
 - جاءت المعالجات الإخبارية في المركز الأول من إجمالي تكرارات المعالجات المستخدمة في تناول وعرض الموضوعات عن جامعة تبوك في الصحف مجتمعه، وجاءت المعالجة التفسيرية في الترتيب الثاني لصحف الدراسة على السواء، فيما جاءت المعالجة النقدية في الترتيب الثالث، وكانت المعالجة التوجيهية في المركز الرابع من مجموع تكرارات المعالجات المستخدمة في تناول وعرض الموضوعات المقدمة عن جامعة تبوك بالصحف مجتمعة.
 - كشفت الدراسة أن الاتجاه الإيجابي نحو الجامعة جاء في مقدمة اتجاه الموضوعات الواردة بصحف الدراسة حول الجامعة بنسبة ٦٨.٤٢%، وجاءت صحيفة الشروق أكثر الصحف في التوجه الإيجابي نحو الجامعة وذلك بنسبة ٧٢.٩٢% من إجمالي الموضوعات المنشورة بها عن الجامعة ، بينما كانت صحيفة المدينة أقل الصحف في التوجه الإيجابي نحو الجامعة بنسبة ٦٤.٥٢%، وجاء الاتجاه المحايد بنسبة ٢٤.٢١%، وفي الترتيب الثالث جاءت الموضوعات ذات التوجه السلبي نحو الجامعة وذلك بنسبة ٧.٣٧٥% .
 - أظهرت المعالجة الصحفية لصورة جامعة تبوك في الموضوعات الواردة بالصحف عينة الدراسة أن الجامعة مؤسسة ذات أداء جيد بنسبة بلغت ٣٤.٣٩٥% من إجمالي ما ورد بالصحف حول الجامعة من موضوعات، وفي الترتيب الثاني لأنواع الصورة العامة لجامعة تبوك جاء وصفها بأنها مؤسسة ذات أداء متوازن بنسبة ٣٠.١٨%، وفي الترتيب الثالث أظهرت الموضوعات الواردة عن الجامعة بالصحف أنها تؤدي أدوارها بكفاءة عالية

وذلك بنسبة ٢١.٧٥%، وجاءت صحيفة الجزيرة أكثر الصحف وصفاً لجامعة تبوك بأنها مؤسسة تؤدي أدوارها بكفاءة عالية وذلك بنسبة ٢٧.٧٨% من إجمالي الموضوعات المنشورة بها عن الجامعة، بينما كانت صحيفة عكاظ أقل الصحف وصفاً للجامعة بأنها تؤدي أدوارها بكفاءة عالية وذلك بنسبة ١٦.٤٢% .

- كشفت الدراسة الميدانية أن نسبة من يقرعون الصحف السعودية اليومية بلغت ٦٩.٥% من إجمالي مفردات العينة، كما تبين أن نسبة من لا يقرعون الصحف بلغت ٣٠.٥% من منسوبي الجامعة، وهو ما يعني أنهم لا يتعرضون لأي صحيفة من الصحف اليومية السعودية الورقية بمختلف أنواعها .

- غالبية أفراد العينة الذين يقرؤون الصحف يهتمون بمتابعة الأخبار والموضوعات التي تنشر عن جامعة تبوك في الصحف اليومية ، حيث بلغت نسبتهم ٨٧.٦% من إجمالي عينة من يقرعون الصحف اليومية موزعة إلى ٤٢.٥% يتابعون ما ينشر عن الجامعة دائماً، ونسبة ٤٥.١% يتابعون ما ينشر عن الجامعة من أخبار وموضوعات أحياناً، بينما بلغت نسبة من لا يهتمون بمتابعة الأخبار والموضوعات التي تنشر عن جامعة تبوك في الصحف اليومية ١٢.٤% من إجمالي عينة من يقرعون الصحف .

- جاء الاتصال الشخصي في الترتيب الأول لأهم مصادر حصول المبحوثين علي الأخبار والمعلومات التي تتعلق بالجامعة التي ينتسبون إليها وذلك بوزن مئوي (٢٩.٦٠%) ، وهو ما يعكس قدر كبير من التواصل بين المؤسسة ومنتسبيها من أعضاء هيئة التدريس والموظفين ، كما يدل على مرونة العمليات الاتصالية التي تتم بين المؤسسة وجمهورها الداخلي .

- جاءت عبارة " مؤسسة تمتلك بنية تحتية مناسبة " في مقدمة الملامح الإيجابية لصورة الجامعة التي تعرضها الصحف بالمملكة من وجهة نظر العاملين بالجامعة وذلك بنسبة (٤٧.٨%) ، يليها عبارة "تقدم تعليم نوعي يواكب متطلبات سوق العمل " بنسبة ٤٥.١%، وفي المقابل أن كل من عبارتي " نقص بنيتها التحتية ومرافقها المساندة " ، و"لا تهتم بالرضا الوظيفي لمنسوبيها " جاءت في مقدمة الملامح السلبية لصورة الجامعة التي تعرضها الصحف بالمملكة من وجهة نظر العاملين بالجامعة وذلك بنسبة ٣٨.٩% من الذين يرون بأن الصورة التي تعرضها الصحف بالمملكة عن الجامعة تتضمن ملامح سلبية.

- ترى نسبة ٦٢.٣% من العينة أن الجهود التي تقوم بها الجامعة لتحسين صورتها لدى العاملين بها كافية، وذلك سعياً لتحسين صورتها لدى منسوبيها وتحقيقاً لرضاهم الوظيفي بشكل مستمر، في مقابل نسبة ٣٧.٧% من عينة الدراسة يرون أن ما تقوم به الجامعة من جهود سعياً لتحسين صورتها لدى منسوبيها ليست كافية ، وجاء " عقد لقاءات دورية

مع منسوبي الجامعة"، في مقدمة الجهود التي تبذلها الجامعة لتحسين صورتها لدى منسوبيها من وجهة نظر العاملين بالجامعة وذلك بنسبة ٤١.٨%.

- جاء الأداء الجيد في مقدمة أنواع تقييم العاملين بالجامعة لأدائها كمؤسسة وذلك بنسبة بلغت ٣٣.٢%، يليه تقييم أداء الجامعة على أنها مؤسسة تؤدي دورها بكفاءة عالية وذلك بنسبة ٢٧.٣% من العينة، وفي الترتيب الثالث جاء تقييم أداء الجامعة كمؤسسة من قبل العاملين بها بأنه أداء متوازن وذلك بنسبة بلغت ١٩.٥%، يليها الأداء الضعيف بنسبة ١١.٨% من العينة، وأخيرا ذكرت نسبة ٨.٢% من عينة الدراسة أن أداء الجامعة مقبول.

- وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيا بين درجة اهتمام الباحثين بمتابعة أخبار الجامعة في الصحف السعودية والملاح الإيجابية للصورة الذهنية للجامعة التي تعكسها الصحف عن الجامعة لديهم، كما تبين عدم وجود علاقة ارتباطية دالة بين درجة اهتمام الباحثين بمتابعة أخبار الجامعة في الصحف السعودية والملاح السلبية للصورة الذهنية للجامعة التي تعكسها هذه الصحف عن الجامعة لديهم.

- وجود علاقة ارتباطية إيجابية دالة إحصائيا بين معدل تعرض العاملين بالجامعة للصحف وإدراكهم لواقعية الصورة المقدمة بالصحف عن الجامعة .

- وجود علاقة ارتباطية إيجابية دالة إحصائيا بين معدل تعرض العاملين بالجامعة لأخبار الجامعة بالصحف ودرجة تقييمهم لأداء الجامعة.

توصيات الدراسة :

في ضوء ما سعت الدراسة لتحقيقه من أهداف وما توصلت إليه من نتائج ، توصي الدراسة الحالية بما يلي:

- إجراء دراسات عن الرضا الوظيفي لمنسوبي الجامعة وذلك للتعرف على ما يواجه العاملين بالجامعة من مشاكل وعقبات والوقوف على كيفية مواجهتها سعيا لدعم انتماءهم للجامعة التي ينتمون إليها ويعملون بها.

- يمثل دعم النمو المهني لمنسوبي الجامعة أحد المداخل المهمة في تحسين صورة الجامعة لدى العاملين بها وجمهورها الداخلي ويمكن تحقيق هذا الدعم للنمو المهني بتقديم التشجيع المادي والمعنوي للكفاءات المهنية، واختيار الكفاءات للتربوي، وتوفير مناخ يدعم التميز والإبداع .

- تبني الجامعة لبرامج تحسين الصورة الذهنية للجامعة من خلال توفير دورات تدريبية بصفة دورية في موضوع الصورة الذهنية، وتقديم حزمة برامج ترفيهية متميزة تناسب الجميع .
- الاهتمام بتحقيق أعلى معدلات نشر للموضوعات والأنشطة والفعاليات التي تدور بالجامعة في الصحف الورقية والإلكترونية وهو ما يدعم تبنى العاملين بالجامعة للمزيد من التوجهات الإيجابية نحوها، ويبرز جهودها في تقديم تعليم متميز لطلابها ، بالإضافة إلى الرد على ما ينشر عن الجامعة بالصحف لتصحيح ما قد يشوب صورتها لدى الجمهور العام .
- الاهتمام بوجود وحدة تهتم بمتابعة ما ينشر عن الجامعة من موضوعات بالصحف وشتى وسائل الإعلام وتقديم تقارير دورية عنه للإدارة العليا بالجامعة قبل تقديم الرد عليه تمهيدا لنشره بالصحف وغيرها من وسائل الإعلام .
- تنظيم لقاءات دورية منتظمة مع أعضاء هيئة التدريس ومن في حكمهم وكذلك الموظفين بالجامعة مع المسؤولين بها للوقوف على ما يواجههم من عقبات لتذليل هذه العقبات، وتبادل الرأي معهم حول كيفية النهوض بالأداء العام داخل كافة وحدات الجامعة .
- توجيه اهتمام الصحف إلى الاهتمام بتغطية أخبار الجامعات كمؤسسات تعليمية ، وضرورة اهتمام هذه الصحف باستخدام عناصر الإخراج المختلفة بتوازن مثل الصور الموضوعية وعدم اعتمادها في تغطية أخبار الجامعات على الموضوعات والصور الجاهزة من إدارات العلاقات العامة والإعلام بالجامعات .
- الاهتمام بتعدد قنوات ووسائل الاتصال بين إدارة الجامعة والعاملين بها يسهم في توفير قنوات كافية لتمرير مقترحات العاملين بالجامعة التي ترتبط بتطوير أدائها، وضمان الاستفادة منها في التعرف على ما يواجه الأداء الجامعي الفعال للمؤسسة .

المراجع

١. علي عجوة، كريمان فريد(٢٠٠٨)، إدارة العلاقات العامة بين الإدارة الاستراتيجية وإدارة الأزمات، ط٢، القاهرة ، عالم الكتاب، ص ١٣٩ - ١٤٠.
٢. محمد وهدان (٢٠٠٢) ، عادات وأنماط قراءة الصحف المصرية اليومية لدى عضوات هيئة التدريس بجامعة الأزهر، مجلة البحوث الإعلامية ، القاهرة ، جامعة الأزهر ، العدد الثامن عشر ، ص ٢٧.
٣. عصام موسى (١٩٨٦)، المدخل في الاتصال الجماهيري، أريد، مطبعة الكنانى، ١٩٨٦، ص٨٩-٩٠.
٤. حماد إبراهيم حماد (١٩٨٦) ، صورة الولايات المتحدة في الصحافة المصرية اليومية - دراسة مقارنة بين حقبة الستينات والسبعينات، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ص ١ .
٥. سورة الانفطار ، أية ٧ ، ٨.
٦. المعجم الوجيز (٢٠٠٠)، مجمع اللغة العربية ، مادة صار ، ٢٠٠٠ ، ص٣٧٣.
٧. كرم شلبي (١٩٩٤)، معجم المصطلحات الإعلامية، الطبعة الثانية، بيروت، دار الجيل، ص٤٨١.
٨. على عجوة (٢٠٠٣)، العلاقات العامة والصورة الذهنية، القاهرة، عالم الكتب، ص٤.
٩. المرجع السابق، ص١٠.
١٠. اعتماد خلف معبد (١٩٨٩)، صورة البطل المقدم للطفل المصري في مجتمع الحرب والسلام ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، جامعة عين شمس ، معهد الدراسات العليا للطفولة ، ص٤٩.
١١. سامح محمد محافظه (١٩٩٢)، صورة الجامعات الأردنية كما يراها رجال الصحافة والإعلام الأردنيون، السعودية : مجلة رسالة الخليج العربي، العدد ٤٢ ، ١٩٩٢، ص ٦٧ - ٨٤.
١٢. Bur Bach, H.&Margo.F,A, (١٩٩٣), the media profile of image of teacher in film”Teacher Educations. Quarterly vol.٢٠, no.٢.
١٣. Taylor, C. (١٩٩٨), Image Kindy president in popular culture and classroom , Ph.D. ,Middle Tennessee, State University.

١٤. شريف شفيق زكي (٢٠٠٥)، صورة المهن التي تعرضها الدراما العربية بالتلفزيون وعلاقتها باتجاهات عينة من المراهقين نحو المهن، رسالة ماجستير غير منشورة، القاهرة، جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة.
١٥. شريفة رحمة الله سليمان (٢٠٠٦)، دور العلاقات العامة في تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسات الحكومية من منظور الخدمة الإلكترونية "دراسة حالة إمارة دبي"، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان.
١٦. سفران بن سفر المقاطي (٢٠٠٨)، العوامل المؤثرة في تشكيل الصورة الذهنية عن المؤسسات السعودية القائمة على الحج، مجلة جامعة أم القرى للعلوم التربوية والاجتماعية والانسانية، مج ٢٠، ع ١.
١٧. حسين محمد الحسيني (٢٠٠٨)، دور الصحافة المحلية في دعم الصورة الذهنية للمؤسسات التشريعية لدى الجمهور: دراسة تطبيقية على مجلس الشورى والنواب بمملكة البحرين، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الأهلية، كلية الآداب والتربية والعلوم.
١٨. سماح ماضي متولي (٢٠٠٨)، الصورة الإعلامية للمعلم في الصحف المصرية وعلاقتها بتكوين الاتجاهات لدى عينة من المراهقين والمعلمين نحو المعلم، رسالة دكتوراه غير منشورة جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة.
١٩. حنان سعيد هزاع (٢٠٠٩)، الصورة الذهنية للجامعة لدى المراهقين والمراهقات بالمرحلة الثانوية دراسة مقارنة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة.
٢٠. محمد يوسف حجاج (٢٠٠٩)، الصورة الذهنية المدركة لبعض المظاهر السلبيه للأستاذ الجامعي بكليات التربية البدنية والرياضة في ضوء معايير جودة التعليم العالي، القاهرة، المجلة العلمية للتربية البدنية والرياضية، ع ٥٩، ص ص ٢٨٥ - ٣٠٧.
٢١. ممدوح عبدالله محمد (٢٠٠٩)، الصورة الإعلامية للحكومة المصرية كما تعكسها البرامج الحوارية في القنوات الفضائية وعلاقتها بالصورة الذهنية للحكومة لدى

- شباب الجامعات، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة عين شمس ، معهد الدراسات العليا للطفولة .
٢٢. هشام أحمد عبد النبي (٢٠١٢) ، الصورة الذهنية المكانية لميدان التحرير بعد ثورة ٢٥ يناير لدى طلاب جامعة الإسكندرية والعوامل المؤثرة في تشكيلها ، مجلة الجمعية التربوية للدراسات الاجتماعية ، ع ٣٩ ، ص ص ١٥-١٢٨ .
٢٣. علي عجوة (٢٠٠٣) ، العلاقات العامة والصورة الذهنية ، القاهرة، عالم الكتاب، ص ٤-٣ .
٢٤. عادل العوضي وآخرون (٢٠٠٤)، العلاقات العامة النظرية والتطبيق ، الكويت، الشركة الكويتية العربية ، ص ٢٩٠-٢٩٦ .
٢٥. حنان جنيد (١٩٩٧) ، العلاقات العامة والتنظيم، مدخل إداري ، القاهرة، مكتبة عين شمس، ص ١٩٢ .
٢٦. محمد القضاة، سحر خميس (٢٠٠٨)، الصورة الذهنية لقناة الجزيرة والجزيرة الدولية لدى الشباب الجامعي دراسة ميدانية على طلبة جامعتي قطر واليرموك، المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية، المجلد ١، العدد ١، ص ٣٦ .
٢٧. سليمان صالح (٢٠٠٥)، وسائل الإعلام وصناعة الصورة الذهنية، الكويت، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ص ٢٢ - ٢٣ .
٢٨. علي عجوة (٢٠٠٣)، العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، مرجع سابق، ص ص ٥١-٥٢ .
٢٩. Longman Dictionary of English (١٩٩٢), 1st published, England, Longman Group uk limited, P. ٦٥٨.
٣٠. مى الخاجة (١٩٩٩) ، دور الاتصال في تكوين الصورة الذهنية للمؤسسات العلاجية في دولة الإمارات العربية المتحدة، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد السادس ، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، أكتوبر - ديسمبر ١٩٩٩، ص ١١٠ .
٣١. Zhoo Jing (١٩٩٩), the Importance of Image Survey, Improving Effectiveness of communication programs, Public Relation Quarterly, Vol. ٤٤ , No.٢, PP. ٢٧ - ٢٨.

٣٢. يامين بودهان (٢٠٠٦)، تشكيل الصورة النمطية عن الإسلام والمسلمين في الإعلام الغربي، مجلة الوسيط للدراسات الإعلامية، دار هومة للنشر والتوزيع، العدد ١٢، ص ٣-٤.
٣٣. شادن نصير (٢٠٠٤)، صورة الشرطة عند الجمهور، الصورة الذهنية والرأي العام، القاهرة، ايتراك للنشر والتوزيع، ص ٨١.
٣٤. سليمان صالح، مرجع سابق، ص ١٧.
٣٥. هدى لطيف (٢٠٠٠)، العلاقات العامة، القاهرة، الدار العربية للنشر والتوزيع، ص ٣٩.
٣٦. محمد منير حجاب (٢٠٠٧)، الاتصال الفعال للعلاقات العامة، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ص ١٦٧.
٣٧. ميسون قطب، فانتن عتريس (٢٠٠٧)، ثقافة الصور، الصورة الذهنية للعلامة التجارية بين العولمة وتحديات العصر، مؤتمر فيلادلفيا الدولي الثاني عشر، جامعة حلوان، كلية الآداب والفنون ٢٤-٢٦ ابريل، ص ٢.
٣٨. حمدي البخشوانجي (٢٠٠١)، العلاقات العامة من منظور الخدمة الاجتماعية، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، ص ٥٠.
٣٩. عادل العوضي وآخرون، مرجع سابق، ص ٢٩٣ - ٢٩٥.
٤٠. إبراهيم الخلفي (٢٠٠٢)، الصورة الذهنية عن المرشد النفسي في المجتمع الكويتي، مجلة العلوم التربوية، جامعة قطر، العدد الأول، يناير ٢٠٠٢، ص ٦.
٤١. عادل العوضي وآخرون، مرجع سابق، ص ٢٩٥.
٤٢. حنان جنيد، مرجع سابق، ص ٢٤٦.
٤٣. سليمان صالح، مرجع سابق، ص ٢٨.
٤٤. علي عجوة، العلاقات العامة والصورة الذهنية، مرجع سابق، ص ٦٩-٧٠.
٤٥. زكي هاشم (١٩٩٦)، العلاقات العامة المفاهيم والأسس العلمية، الكويت، شركة ذات السلاسل للطباعة والنشر والتوزيع، ص ٥٧.
٤٦. محمد القضاة، سحر خميس. مرجع سابق، ص ٣٦-٣٧.
٤٧. زكي هاشم، مرجع سابق، ص ٢٩ - ٣٠.

٤٨. حنان جنيد، مرجع سابق ، ص ٢٥١.
٤٩. طاهر عطية (١٩٩١)، فن وعلم العلاقات العامة ، القاهرة، دار النهضة العربية، ص ٢٠٠.
٥٠. صالح خليل أبو أصبع (٢٠٠٩) ، العلاقات العامة والاتصال الإنساني ، القاهرة ، دار الشروق للنشر والتوزيع ، ص ١٦٦.
٥١. زكي هاشم، مرجع سابق ، ص ١٦٣.
٥٢. منال محمود (٢٠٠٢)، العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق ، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، ص ٥٥.
٥٣. عبد المحيي صالح وآخرون. العلاقات العامة والإعلام في الخدمة الاجتماعية ، (الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، ٢٠٠٠) ، ص ١٧٦.
٥٤. علي الشريدة (١٩٩٥)، دور نظم المعلومات الآلية في التأثير المتبادل بين الرأي العام وصناعة القرار. المؤتمر الثاني للعلاقات العامة والإعلام، العلاقات العامة والإعلام في خدمة التنمية، جامعة الكويت، ٤- ٥ ديسمبر ١٩٩٥، ص ١٢٨.
٥٥. همت السقا (٢٠١٠)، دراسات في الإعلام الدبلوماسي والعلاقات العامة، القاهرة، العربية للنشر والتوزيع، ص ٢٥٢-٢٥٣.
٥٦. عبد العزيز تركستاني(٢٠٠٤)، دور أجهزة العلاقات العامة في تكوين الصورة الذهنية للمملكة، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال ، المنتدى الإعلامي السنوى الثاني ، صورة المملكة العربية السعودية في العالم ، ١٨-٢١ شعبان ١٤٢٥هـ، ٢-٥ أكتوبر ٢٠٠٤، ص ٩٧-٩٨.
٥٧. محمد طولبية (٢٠٠٤) ، صورة الإسلام السياسي في الصحافة العربية في المهجر بعد أحداث ١١ سبتمبر ٢٠٠١، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام ، ص ٧٣-٧٥.
٥٨. ميسون قطب، فتن عتريس، مرجع سابق، ص ١٣.
٥٩. أحمد المصري. العلاقات العامة ، (الإسكندرية: مؤسسة شباب الجامعة، ١٩٨٣) ، ص ٤١.

٦٠. راسم الجمال، خيرت عياد (١٩٩٥)، إدارة العلاقات العامة المدخل الاستراتيجي ، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ص ٢٦٥.
٦١. محمد الصحن (١٩٩٨)، العلاقات العامة، المبادئ والتطبيق، الإسكندرية، الدار الجامعية للطباعة والنشر والتوزيع، ص ٢٤٠.
٦٢. زكي هاشم، مرجع سابق، ص ١٦٦.
٦٣. محمد محمد (٢٠٠٧)، العلاقات العامة بمنظمات الرعاية الاجتماعية، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، ص ١٧٢.
٦٤. محمد عبد الحميد (١٩٩٢)، بحوث الصحافة ، القاهرة، عالم الكتب، ص ٩٣.