

## ملخص البحث (عربي)

هذه الدراسة تسلط الضوء على الهوية المرئية والصورة الذهنية لجامعة الطائف كجامعة حكومية بالمملكة العربية السعودية، في الجزء الأول من الدراسة تم عرض الدراسات السابقة متضمناً المفاهيم المتعلقة بهوية وسمعة الجامعة؛ لقد تم استخدام المنهج العلمي بهدف الوصول إلى نوعية الصورة المتكونة لدى الجمهور الداخلي عن جامعة الطائف، اعتماداً على منهج المسح ودراسة الحالة. وباستخدام صحيفة الاستبيان كأداة رئيسية إضافة إلى أسلوب الملاحظة الميدانية والمقابلة غير المقننة، كما استخدم الباحث الأسلوب الإحصائي في التحليل وخرج البحث بعدة نتائج وتوصيات من أهمها:

1. كشفت الدراسة عن صورة ذهنية إيجابية لدى الجمهور الداخلي لجامعة الطائف مع وجود قدر كبير من الضبابية لدى الطلبة بسبب ضعف الاتصال.
2. أكدت نتائج البحث الحاجة لتعزيز الأنشطة الاتصالية للجامعة بما في ذلك تأسيس مركز اعلامي بهدف تحسين صورة الجامعة.
3. نجح شعار الجامعة كأداة رمزية تسويقية إلى حد كبير في التعبير عن رؤيتها ورسالتها والتعبير عن هويتها.

### - مقدمة منهجية عن مشكلة البحث وأهدافه :

تبلورت مشكلة هذا البحث في ضوء ملاحظات إدارة جامعة الطائف . فبالرغم من تطور خطط الجامعة باعتبارها جامعة ناشئة وتوسع برامجها الاكاديمية وبرامج المسؤولية الاجتماعية وتميزها ضمن الجامعات الناشئة حديثاً حيث احتلت المرتبة الرابعة في مجال البحث العلمي وفق معايير الهيئة الوطنية للقياس والتقويم، وفي سياق خطتها الخمسية بعد إعادة الهيكلة تبلور الإحساس بأهمية تحسين صورتها الذهنية لدى مجتمعها الداخلي والخارجي من خلال رسم استراتيجية إعلامية تسهم في تحقيق هذا الهدف. سبق اجراء هذه الدراسة دراسة استطلاعية اولية بهدف تلمس الصورة الحالية من خلال آلية العصف الذهني وجماعات التركيز والملاحظة الميدانية والمقابلات المقننة وغير المقننة كإجراء اولي لدراسة الحالة ومع مراجعة الدراسات السابقة بهدف صياغة مقياس للصورة الداخلية كمرحلة اولي وانحصر مجتمع البحث في طلبة الجامعة وأعضاء هيئة التدريس باعتماد أسلوب العينة العشوائية البسيطة .

تم صياغة المشكلة في ثلاث فرضيات احتمالية اعتمادا على الصورة الذهنية للجامعة كمتغير تابع يتأثر بعدة عوامل تحدد نوعيتها سلبا وإيجابا وقد تم تفصيلها في ثنايا هذا البحث وفي حدود ما يمكن ذكره ضمن شروط النشر في هذه المجلة . استخدم الباحث منهج المسح ودراسة الحالة وفق الطريقة العلمية التي اعتمدها اغلب الدراسات السابقة كما تم اختبار المقاييس احصائيا ومن خلال تحكيم الخبراء والتأكد من صدقها وثباتها وصلاحياتها لقياس ما يجب قياسه حصرا في هذا البحث

### الدراسات السابقة وأدبيات البحث:

#### (١) وجهات نظر الطلبة نحو سمعة الجامعات اللتوانية، ٢٠١٣. (١)

**هدفت** هذه الدراسة قياس سمعة الجامعات اللتوانية من وجهة نظر الطلبة، حيث قام الباحث بتعميم نموذج لقياس سمعة المؤسسة الجامعية من وجهة نظر الطلاب مكون من عدة مؤشرات هي: العالمية، وشروط الدراسة، ومحفزات التعامل العادل، والقيمة المالية، والقيادة العادلة، والمسئولية البيئية، والإعجاب، كما حددت الدراسة عشرة عوامل لسمعة مؤسسة التعليم العالي هي: المشاعر الإيجابية، والسلوك، ونوعية الدراسات، والمواطنة والمسئولية الاجتماعية، والقيادة، والمظهر العام، وشروط العمل، والمنافسة، والمسار المهني، والحوافز.

**وقد** أجرى الباحث دراسة مسحية مقارنة بين أربع جامعات باستخدام الاستبيان عبر الإنترنت، وأرسل الرابط إلى طلبة الجامعات الأربع، وحصل على عينة قوامها ٣٩٨ مفردة مقسمة بين الجامعات عينة الدراسة. وتوصلت الدراسة، **لعدة نتائج أهمها ما يأتي:**

١. أكدت عينة الدراسة أهمية صيانة سمعة الجامعات اللتوانية كقيمة أساسية في عصر التنافس.
٢. أبرز العوامل المؤثرة في قياس سمعة مؤسسة التعليم العالي لدى الطلاب، **تتدرج على النحو الآتي:**
- ١-الابتكارية. ٢- السلوك. ٣- المظهر العام للجامعة. ٤- التنافسية. ٥- نوعية الدراسات بالجامعة .
- ٦-شروط العمل. ٧-المهنية والتقدم الملحوظ. ٨- المناخ العاطفي. ٩- المواطنة والمسئولية الاجتماعية. ١٠- القيادة .

#### (٢) تحليل الصورة الذهنية المتكونة عن جامعة تيمشوارا الغربية برومانيا، ٢٠١٣. (٢)

**سعت** هذه الدراسة إلى قياس هوية وصورة جامعة تيمشوارا الغربية برومانيا والوقوف على العوامل المتنوعة التي شكلت تلك الصورة، وهي دراسة وصفية اعتمدت على منهج المسح باستخدام أداة الاستبيان الإلكتروني لجمع البيانات عن طريق خدمات غوغل الوثائقية المجانية على رابط محدد. Google docs free services. وتمثل المجتمع الكلي إحصائيا في أعضاء هيئة التدريس والطلبة في ١١ كلية من كليات الجامعة في مختلف المراحل الدراسية (بكالوريوس - ماجستير - دكتوراه)، وتم اختيار عينة من مجتمع البحث مكونة من ١٨٣ مفردة. واعتمدت الدراسة على مقياس ليكرت مكون من خمسة مستويات (رقم ١ يشير إلى صورة سلبية بشدة، ورقم ٥ يشير إلى صورة إيجابية بشدة) (سلبية جدا- سلبية- ليس لدي صورة واضحة- إيجابي- إيجابي جدا). **وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها ما يأتي:**

١. الطلبة عينة الدراسة ليس لديهم صورة ذهنية واضحة عن الجامعة كما هو مخطط لها من قبل الإدارة.
٢. الصورة العامة المتكونة تتجه نحو الإيجابية بدرجة متوسطة، مما يستوجب اتخاذ خطوات جادة من قبل الإدارة لتحسين صورة الجامعة.
٣. تشكيل صورة ذهنية إيجابية لدى المستفيدين من الجامعة (العملاء) يتطلب من المنظمة تكوين تأثير إيجابي لمنتجاتها وخدماتها.
٤. من الحيوي تطبيق استراتيجيات تسويقية لاسيما عند تسجيل طلبة جدد .

### (٣) قوة الصورة الذهنية المتخيلة في قراءة التغيير المؤسسي في منظمات التعليم العالي، دراسة حالة على الجامعة التركية العامة الكبرى، ٢٠١٣. (٣)

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على إدراك عضو هيئة التدريس في كليات (جامعة أقرى إبراهيم سيسيني - الجامعة التركية العامة الكبرى) للتغيرات الهيكلية التي حدثت في الجامعة بعد إعادة بنائها ووضع إستراتيجية جديدة لها بعد عام ٢٠٠٧. واستخدم الباحث منهج دراسة الحالة بهدف الحصول على بيانات كمية عن تصورات منسوبي الجامعة قبل إعادة البناء وبعدها، وتصوراتهم المستقبلية الإستراتيجية.

#### وخلص البحث إلى النتائج الآتية:

١. الوظيفة الرئيسية للجامعة هي البحوث وجمع البيانات.
  ٢. الجامعة تفقد خاصيتها العلمية إذا تأثرت بالاتجاهات السياسية في اختيار أعضاء هيئة التدريس.
  ٣. يجب التوازن بين الوظيفة التدريسية والبحث العلمي بهدف خلق جامعة مستقلة من خلال بناء هوية علمية مستقلة للجامعة.
  ٤. أهمية تدعيم الاتصال الداخلي بهدف تعميق الثقة وروح الانتماء للمؤسسة بين جمهورها الداخلي.
- (٤) تحديد أبعاد الصورة الذهنية الترويجية للجامعات البحثية الماليزية، ٢٠١٢. (٤)

كان الهدف من هذه الدراسة تحديد سمات الصورة الذهنية لدى طلبة الدراسات العليا عن الجامعات البحثية في ماليزيا. واعتمد الباحث على عدة عوامل ومؤشرات بهدف قياس الصورة هي:

١. نوعية البرامج الدراسية .
٢. إمكانية الحصول على المنح البحثية.
٣. المصادر العلمية ومدى توفرها.

قام الباحث كذلك بإجراء مقابلات علمية مع خبراء البحث العلمي (المشرفين) لمعرفة آرائهم عن أبعاد صورة الجامعات البحثية وعلاقتها بالطلبة. خرج البحث بمجموعة من النتائج من أهمها: أنه توجد عوامل أساسية لتحسين صورة الجامعات البحثية هي: نوع الإشراف، والتدريس، والإنتاجية الجيدة، والبرامج المقدمة، وثقافة البحث، ودعم البحث والتعليم، والتسهيلات الخدمية والمنح المتاحة للبحث، ومصادر المعلومات والخدمات المكتبية.

**(٥) صورة الجامعة: الأسس والمعاني (استطلاع نظري وعملي)<sup>(٥)</sup>**

قدم البحث إطاراً نظرياً شاملاً عن أهمية الصورة الذهنية للجامعات في عصر العولمة والتنافس، وعرض نموذج دايمود للكشف عن علاقة الجامعة بجمهورها الداخلي والخارجي والعلاقات المتداخلة بين ثقافة المؤسسة ورؤيتها الإستراتيجية من جهة وبين صورتها والحافز التنافسي من جهة أخرى. كما عرض خلفية عن تطور دراسات صورة وهوية الجامعة على مستوى العالم الغربي داخل وخارج ليتوانيا ثم أجرى دراسة تطبيقية على جامعة فيلنيوس Vilnius - وعرضت هذه الدراسة عن الجامعة في عام ٢٠٠٥-٢٠٠٦ بهدف إعادة قياس الصورة الذهنية للجامعة، وقسمت الدراسة إلى مرحلتين: الأولى قياس الصورة الحالية لجامعة فيلنيوس بالمقارنة مع الجامعات اللتوانية الأخرى، والمرحلة الثانية كان هدفها التعرف على التغيرات في تقييم الطلاب بعد الفصل الأول من الدراسة في الجامعة وذلك للتعرف على العوامل المؤثرة في مدى تحقيق أو عدم تحقيق آمالهم المتعلقة بالدراسة في الجامعة، ثم استخدم مسح المجموعات (جماعات التركيز) لجمع البيانات في المرحلتين. وكشفت الدراسات عن أربع نتائج أساسية هي:

١. الإعلام والاتصال في جامعة فيلنيوس يعكس نوعية الاتصال الداخلي في المنظمة ويؤثر في تكوين الصورة الداخلية للمنظمة، مما يعني نظرة نقدية لصورة الجامعة من قبل المجتمع.
٢. نوعية الدراسات في الجامعة تم تقديرها بدرجة متوسط.
٣. لم تؤكد نتائج البحوث الفرض بأن الدرجة الأكاديمية (أستاذ - أستاذ مشارك - أستاذ مساعد) تعكس مستوى تدريس أفضل.
٤. الصورة الذهنية الخارجية للجامعة أفضل من الصورة الداخلية .

**(٦) دراسة سوي (sue) منهج تكاملي للهوية للمرئية للجامعة وصورتها الذهنية دراسة حالة علي جامعة سركيوز بالولايات المتحدة الأمريكية.<sup>(٦)</sup>**

كان هدف هذا البحث هو الكشف عن العلاقة بين الهوية جامعة سركيوز وسمعتها تمثل مجتمع البحث في عينة من العناصر المكونه للعلاقات التجارية للجامعة كتعبير عن هويتها وعينة من الطلبة بهدف الكشف عن الصورة الاكثرتعبيرا عن هوية الجامعة . استخدم منهج دراسة الحالة . باستخدام مقياس فورمر وبيج ٢٠٠٠ لقياس السمعة؛ وهو نموذج يتضمن ثلاث أبعاد لصور الجامعة هي:

- (١) نوعية العروض الاكاديمية للجامعة .
- (٢) نوعية العلاقات الداخلية بالجامعة .
- (٣) العلاقات الوجدانية بالجامعة .

**أهم النتائج التي خرج بها البحث هي :**

- (١) وجود علاقة ذات طابع تطبيقي بين هوية الجامعة وسمعتها .

(٢) الطلبة ذوي المستويات الاكاديمية العالية أكدوا علي العروض الاكاديمية أما الذين أكدوا علي البعد الوجداني ركزوا علي خدمة المجتمع.

سعت الدراسة إلى استطلاع كيفية ومدى فعالية أنشطة التصنيف في قطاع التعليم العالي وكيفية تقييمه وقياسه، وأجرى الباحث مقابلات استطلاعية مع قادة التعليم العالي. وخلص البحث إلى أن تصنيف الجامعة عملية معقدة، لذلك فإن استخدام المدخل التجاري قد يبسط المسألة، في حين خبراء التسويق يناقشون التحديات، إلا أنهم ليس لديهم وجهات نظر متماسكة وموضوعية في عملية التصنيف بالرغم من قدرتهم على توضيح أهداف التصنيف لجامعاتهم، بأسلوب كمي وكيفي.

واقترح البحث عدة معايير لأنشطة التصنيف الواقعي، إلا أن الجدل الرئيسي يتركز على أهداف ودور التصنيف في التعليم العالي مما يستوجب المزيد من التوضيح والوصول إلى منظور قياسي متماسك.

### (٧) تأثير صورة الجامعة على سلوك الطلاب<sup>(٧)</sup>

قام الباحث بتطبيق نموذج يعكس تأثير الصورة الذهنية على رضا الطلبة أو قناعاتهم ومن ثم ولائهم للجامعة: وقام باختيار النموذج على عينة قوامها ٢٦٨٧ طالبا. وقد كشف النموذج أن الصورة عبارة عن بناء يؤثر بشدة على رضا الطلبة، كما أن الصورة الذهنية تؤثر على ولاء الطلبة لجامعاتهم. وخلصت الدراسة التطبيقية إلى أن مؤسسات التعليم العالي إذا كان عليها التنافس من خلال صورتها الذهنية فإن الخطوة الأولى التي يجب اتخاذها هي قياس الصورة الذهنية التي يحملها طلبتها عنها. وقد أثبت البحث أن البناء الذي له أكبر تأثير على رضا الطلبة في التعليم العالي هو الصورة المتكونة لديهم، وهكذا فإن صورة المؤسسة ترتفع أو تهبط عن طريق الدعم، والرضاء يزيد أو يتلاشى مع زيادة أو نقصان الولاء .

### (٨) نحو نموذج لصورة الجامعة: تأثير العلامة التجارية الشخصية، والمكانة الخارجية، والسمعة: (٨)

تركزت هذه الدراسة على التعرف على تأثير صورة الجامعة كمؤسسة وتأثير مكونات هذه الصورة على اتجاهات الطلاب وعلى التزامهم بقواعد الجامعة ودرجة توحدهم معها. بالاعتماد على عينة قوامها ١٦٤٢ طالباً جامعياً. وتوصلت الدراسة إلى أن هناك تأثير لصورة الجامعة على اتجاهات الطلاب نحوها.

### (٩) دراسة في فكر الهوية الذاتية لكلية جامعة الملكة مارجريت Qmuc<sup>(٩)</sup>

هدفت الدراسة الي تشخيص هوية الكلية في مرحلة انتقالية بهدف تطويرها من هوية كلية الي هوية جامعة في اطار خطة تطويرية لتسويق هوية الجامعة الجديدة، تمثل مجتمع البحث في الجمهور الداخلي والخارجي للكلية. مثلت اهم النتائج في التوصية بربط اسم الجامعة باسم الملكة مارجريت والاهتمام بالمكانة الدولية للجامعة بدلا من الطابع المحلي والحفاظ علي الرموز المكونة للعلامة التجارية للجامعة والحفاظ علي نفس التقاليد العلمية للكلية .

(١٠) نحو نموذج لصورة الجامعة<sup>(١٠)</sup>: تأثير العلامة التجارية الشخصية، والمكانة الخارجية، والسمعة تركزت هذه الدراسة على التعرف على تأثير صورة الجامعة كمؤسسة وتأثير مكونات هذه الصورة على اتجاهات الطلاب وعلى التزامهم بقواعد الجامعة ودرجة توحدهم معها. بالاعتماد على عينة قوامها ١٦٤٢ طالباً جامعياً. وتوصلت الدراسة إلى أن هناك تأثير لصورة الجامعة على اتجاهات الطلاب نحوها.

(١١) بناء العلامة التجارية: دراسة حالة على جامعة تروي<sup>(١١)</sup>:

كان الهدف من هذه الدراسة هو عرض وتقييم الاستراتيجيات التي تم توظيفها من قبل جامعة تروي الأمريكية، في إعادة تعريف وتسويق صورة علامتها التجارية، ونجاحها بشكل باهر للحصول على مكانة مرموقة لدى الجمهور ووسائل الإعلام وتحقيق موارد مالية إضافية، لقد حققت الجامعة إستراتيجيتها على مراحل من خلال إدراكها لأهمية البرامج والأنشطة الرياضية في الجامعة في تسويق علامتها التجارية وتحقيق نجاحاتها الكبرى. وخلصت إلى أن الإدراك العام للأنشطة الرياضية للجامعة يعتبر العامل الأساسي في بناء صورة العلامة التجارية، حيث شكل تأثيراً كبيراً في تسجيل الطلبة الجدد في الأنشطة الرياضية وجذب شركاء الجامعة، وسهل فرص التنمية مع الخريجين والممولين الأساسيين.

(١٢) صورة الكلية: مآزق التسويق الاستراتيجي<sup>(١٢)</sup>.

أجرى هذا البحث على مدار عشر سنوات من قبل كلية إدارة الأعمال في الأماكن التجارية للجامعة، وتم إجراء مسح عن طريق البريد الإلكتروني في الدراسة الأولى، والمسح عبر الإنترنت في الدراسة التتبعية الثانية (بعد عشر سنوات) وأشارت نتائج الدراسة إلى تحسن صورة الكلية المرغوبة خلال العشر سنوات، فعندما سئل المبحوثين أي جامعة توصون بها طلبة المستقبل فإن نسبة الذين أوصوا بالكليات المحلية كانت أقل من نسبة الدراسة الأولى السابقة، وبالرغم من تحسن الصورة الذهنية إلا أن سمعة كلية إدارة الأعمال كانت أسوأ، وحاول الباحث تفسير هذه الظاهرة، وأشارت النتائج إلى التناقض بين الصور المتكونة وتوصيات المبحوثين ويرجع ذلك إلى تباطؤ المنظمة في تحسين صورتها في وسائل الإعلام، وعدم وصول ولاء منسوبيها إلى حد الدفاع عنها.

(١٣) هوية وصورة الجامعة: دراسة حالة على الإدارة والطلبة في جامعة لوليا للتكنولوجيا بالسويد<sup>(١٣)</sup>

هدف هذا البحث (وهو رسالة ماجستير في قسم التسويق الصناعي والتجارة الإلكترونية بجامعة لوليا للتكنولوجيا بالسويد) إلى استكشاف ووصف صورة وهوية الجامعة كما يراها الإداريون والطلبة في جامعة لوليا. وتوصلت الدراسة لعدة نتائج أهمها:

١. نسبة كبيرة من العينة كانت قادرة على التعرف على هوية الجامعة. وفي المقابل وجد أنه ليس كل أفراد العينة لديهم اتجاهات إيجابية نحو برامج الجامعة، في حين كان لكل المشاركين في العينة صورة إيجابية عن الجامعة بشكل عام.
٢. من الممكن أن يكون للجامعات السويدية تعليماً مختلفاً عن الجامعات الأخرى.

٣. لابد للجامعات أن يكون لها هوية محددة بهدف بناء صورة ذهنية، ولذلك يجب أن تهتم الجامعة بتميز نفسها وتعريف خصائص هويتها وإدارتها بشكل أفضل.

#### (١٤) المدخل المعرفي لفهم صورة الجامعة: (١٤)

تركزت هذه الدراسة على أهمية المدخل النفسي المعرفي في التعرف على صورة الجامعة لدى طلابها، وذلك بالتطبيق على مجموعتين من طلاب الجامعة. وتوصلت الدراسة إلى أن هناك فروق بين المجموعتين فيما يخص تحديدهم لأكثر عشر جامعات كبرى بالولايات المتحدة الأمريكية حيث استخدموا معايير مختلفة في تحديد ذلك، هذا بالإضافة إلى أن صورة الجامعات لديهم تم تحديدها وفق ثلاثة عوامل وهي: العوامل الأكاديمية، والعوامل الرياضية، ومدى التغطية الإخبارية للجامعة. وأخيراً كان هناك تشابه بين الشباب من طلاب الجامعة في صورة الجامعة.

#### (١٥) تكوين صورة الجامعة وعلاقتها برضا الطلاب عنها: (١٥)

سعت هذه الدراسة إلى التعرف على صورة الجامعة -وفق أبعادها المعرفية والوجدانية- لدى طلابها وعلاقتها بمستوى رضاهم عنها، بالاعتماد على عينة قوامها ٦٧٧٥ طالب وطالبة يدرسون في الجامعة الإسبانية. وتوصلت الدراسة إلى أن المكون المعرفي يفوق المكون العاطفي للصورة لدى الطلبة، كما وجد أن للمكون المعرفي والوجداني تأثير على تشكيل الصورة الذهنية للجامعة. هذا بالإضافة إلى أن الصورة الذهنية أثرت على رضا الطلاب نحو الجامعة.

نسبة لندرة الدراسات العربية في مجال قياس الصورة في مجال قياس صورة الجامعة نستعرض هذه الدراسات حسب أسبقية ظهورها في المملكة العربية السعودية ومصر.

#### ١٦- دراسة بشارة ١٩٩٨ دور العلاقات العامة في دعم فعاليات الجامعة دراسة تطبيقية علي جامعة

#### الملك عبد العزيز في محافظة جدة (١٦) :

هدفت هذه الدراسة الي قياس اتجاهات ومشاعر الجمهور الداخلي والخارجي نحو الجامعة وخدمتها للمجتمع المحلي . استخدم الباحث منهج المسح بالاستبيان علي عينة عشوائية من منتسبي الجامعة والمستفيدين من خدماتها بمدينة جدة . وخرجت الدراسة بعدة نتائج كان اهمها :-

- ١- الصورة العامة لجامعة الملك عبد العزيز تتسم بالإيجابية لدى الجمهور الداخلي وبدرجات متفاوتة لدى الجمهور الخارجي لا سيما اولياء امور الطلبة وجهات العمل المعنية بتشغيل الخريجين .
- ٢- شكلت الصحف المطبوعة مصدر المعلومات الاول عن اخبار الجامعة.

#### (١٧) دراسة الحازمي ٢٠٠٢ آراء الاعلاميين السعوديين نحو جامعة الملك عبد العزيز : دراسة

#### ميدانية (١٧) :

**هدفت** الدراسة الي استطلاع اراء الاعلاميين السعوديين العاملين في وسائل الاعلام الوطنية وتم اختيار عينة عشوائية طبقية قوامها ٢٠٠ مفردة من العاملين في الصحافة والإذاعة والتلفزيون . من اهم النتائج التي خرجت بها هي ان صورة الجامعة اتسمت بالحيادية لدى اغلبية افراد العينة ، واوصت بأهمية تفعيل الاتصال بأجهزة الاعلام ودعم وظيفة العلاقات العامة بالجامعة .

**18) دراسة العقيل ٢٠٠٨ الصورة الذهنية لجامعة الملك سعود وسمعتها لدى الجمهور السعودي دراسة مسحية علي مدينة الرياض (١٨)**

استخدم الباحث منهج المسح بالاستبيان علي عينة عشوائية متعددة المراحل قوامها ٤١١ مفردة وكشفت الدراسة عن عدة نتائج كان اهمها :-

- ١- صورة جامعة الملك سعود تتسم بالإيجابية لدى المجتمع المحلي
- ٢- احتلت المصادر الاعلامية العامة المصدر الاول للمعلومات عن الجامعة واسهامها في تكوين الصورة الذهنية.

**١٩) دراسة البريدي ٢٠٠٨ العلاقة بين الثقافة التنظيمية والرضاء الوظيفي والصورة الانطباعية بالتطبيق علي الكليات التقنية في السعودية (١٩)**

هدفت الدراسة الي فهم ابعاد الثقافة التنظيمية في التعليم التقني بالمملكة من خلال دراسة اتجاهات أعضاء هيئة التدريس والطلاب في التعليم التقني والكشف عن العلاقة بين الرضي الوظيفي والصورة الانطباعية الداخلية والخارجية. تمثلت عينة البحث من ٥٨٣ استاذًا وطالبًا، وخلص البحث الي عدة نتائج أهمها :

- ١- وجود علاقة بين الصورة الذهنية والثقافة التنظيمية للمؤسسة .
- ٢- هناك علاقة ايجابية بين المتغيرين في مجتمع البحث .
- ٣- أوصت الدراسة بأهمية تنفيذ حملات اعلامية مكثفة بهدف بناء صورة ذهنية ايجابية عن التعليم التقني في السعودية .

**٢٠- دراسة أميرة فؤاد ٢٠٠٩ تأثير الصورة الذهنية المدركة من طلاب برنامج الماجستير المهني علي مدى رضائهم وولائهم للجامعة (٢٠)**

**هدفت** الدراسة الي قياس الصورة الذهنية للجامعات المصرية الحكومية والخاصة اعتمادا علي مجموعة من المحددات تمثلت في الاتي :

- المناخ العام للجامعة ، التسهيلات المادية ، جودة الاداء الاكاديمي ، مستوى اعضاء هيئة التدريس ، الثقة، أساليب التقييم والتدريس ' القيادة الجامعية ' ادارة وتنظيم البرامج . مستقبل الخريجين . وذلك بهدف التعرف علي اهم المحددات المسؤولة عن بناء صورة ذهنية ايجابية عن الجامعة من قبل طلابها ودراسة تأثير الصورة العامة المدركة علي ولائهم الأمر الذي يسمح بصياغة استراتيجيات تسويقية مناسبة في ضوء تأثير هذه المحددات .



تمثل مجتمع البحث في طلبة برامج الماجستير المهني بكليات ادارة الاعمال بالجامعات المصرية الحكومية والخاصة بمدينة القاهرة الكبرى واختارت عينة عشوائية من ٧٥٢ مفردة وقامت الباحثة بتصنيف الدراسات السابقة الي أربعة أنواع :

١- دراسات تناولت مفهوم الهوية والصورة الذهنية والسمعة العامة والعلاقة بينهم.

٢- دراسات تناولت العوامل المؤثرة علي الصورة العامة.

٣- دراسات تناولت رضاء وولاء الطلاب.

٤- دراسات تناولت العلاقة بين الصورة العامة للجامعة وبين رضاء وولاء طلابها لها.

في ضوء ذلك طورت الباحثة أداة القياس المناسبة للصورة الذهنية للجامعة. **وخرج البحث بعدة نتائج وتوصيات كان أهمها:**

**إثبات تأثير المحددات العشر علي الصورة العامة للجامعة وعلي الرضاء ومن ثم الولاء** وأكدت علي أهمية تطوير استراتيجيات وسياسات تركز علي بناء ورفع مستوى إدراك الطلاب للمحددات العامة للصورة الذهنية .

**دلالة الدراسات السابقة علي هذا البحث :**

**تعكس** أدبيات البحث في مجال قياس صورة الجامعات حادثة هذا الحقل علي المستوي العالمي، وتكشف عن بداية قوية للاهتمام به مع عولمة التعليم العالي وظهور التصنيف الدولي للجامعات وفق معايير الجودة والاعتماد الاكاديمي وقد استفاد الباحث من الادبيات المعروضة اعلاه في بلورة مقياس علمي لقياس الصورة الذهنية لجامعة الطائف لدي جمهورها الداخلي مع ملاحظة تنوع المشكلات الخاصة بقياس الصورة الذهنية في الدراسات السابقة حيث ربطت بعض الدراسات قياس الصورة بالهوية واخري بثقافة المؤسسة والبعض جمع بين الصورة الداخلية والخارجية. ومع خصوصية طبيعة المؤسسات الجامعية سواء كانت حكومية او مملوكة للقطاع الخاص التجاري فان التراث العلمي الكبير في مجال قياس صورة المؤسسات الأخرى كالشركات مثلا قد ساعد كثيرا في بلورة مقاييس صورة الجامعات اعتمادا علي المزيج التسويقي الخاص بها في سياق المنافسة في سوق التعليم العالي علي المستوي العالمي .

**الدراسة التطبيقية :**

**وصف مجتمع الدراسة:**

يتمثل المجتمع الكلي لهذا البحث في الجمهور الداخلي لجامعة الطائف من طلبة وأعضاء هيئة تدريس حيث بلغ عدد الطلاب المسجلين (٤٢١٧٤) طالب وطالبة . أما العدد الكلي لأعضاء هيئة التدريس فقد بلغ ٢٥٠٠ للعام الدراسي ١٤٣٢-١٤٣٣ وقد تم اختيار عينة قوامها ٤٩١ من الطلبة والطالبات وعينة قوامها ٩٢ مفردة من أعضاء هيئة التدريس موزعة على النحو الآتي :

**جدول رقم (١) يوضح توزيع مجتمع الدراسة من الطلبة تبعاً للكلية<sup>(٢٠)</sup>**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid الحاسبات وتقنية المعلومات	1966	4.7	4.7	4.7
الأداب	6060	14.3	14.3	19.0
التربية	5023	11.9	11.9	30.9
التربية للبنات بالطفلف	2	.0	.0	30.9
التربية للبنات بالخرجة	295	.7	.7	31.6
التربية للبنات بالطفلف	19	.0	.0	31.7
التربية للبنات بقرية	275	.7	.7	32.3
التربية والأداب بقرية	1641	4.4	4.4	36.7
التربية والعلوم بالخرجة	2972	7.0	7.0	43.7
التساميم والاقتصاد المنزلي	816	1.9	1.9	45.7
الشريعة والأنظمة	1021	2.4	2.4	48.1
الشريعة والدراسات الإسلامية	1	.0	.0	48.1
الصينلة	493	1.2	1.2	49.3
الطب	670	2.1	2.1	51.3
الطب والعلوم الطبية	1	.0	.0	51.3
الطبية الزائرون	69	.2	.2	51.5
العلوم	6691	15.9	15.9	67.4
العلوم الإدارية والمالية	3274	7.8	7.8	75.1
العلوم التطبيقية	5	.0	.0	75.1
العلوم السحبة	12	.0	.0	75.2
العلوم الطبية	622	1.5	1.5	76.6
العلوم الطبية التطبيقية	424	1.0	1.0	77.6

Valid العلوم والأداب برنية	1404	3.3	3.3	81.0
المجتمع	1630	3.9	3.9	84.8
المجتمع برنية	39	.1	.1	84.9
المعلمين	141	.3	.3	85.3
الهندسة	465	1.1	1.1	86.4
خدمة المجتمع والتعليم المستمر	5751	13.6	13.6	100.0
Total	42174	100.0	100.0	

## وصف عينة الدراسة:

تم اختيار عينة الدراسة بطريقة عشوائية طبقية وتكونت العينة من (٤٩١) طالب وطالبة ، حيث بلغ عدد الطلاب (٢٠٩) طالب وبلغ عدد الطالبات (٢٨٢) طالبة انظر الجدول رقم (٢) جدول رقم (٢) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة تبعاً للكلية والتخصص والنوع

المجموع الكلي	النسبة المئوية		عدد أفراد العينة		القسم	الكلية
	إناث	ذكور	إناث	ذكور		
٥٣	%٤٧.١٧	%٥٢.٨٣	٢٥	28	السنة التحضيرية	العلوم

٢٧	%٠	%١٠٠	٠	٢٧	العلوم الطبية بتربة (تحضيري)
٢٦	%٤٦.١٥	%٥٣.٨٥	١٢	١٤	الكيمياء
٣٠	%٥٣.٣٣	%٤٦.٦٧	١٦	١٤	الفيزياء
٣٧	%٥٤.٠٥	%٤٥.٩٥	٢٠	١٧	الأحياء
٢٤	%٤١.٦٧	%٥٨.٣٣	١٠	١٤	التقنية الحيوية
١٠	%١٠٠	%٠	١٠	٠	رياضيات
١٦	%٠	%١٠٠	٠	١٦	تربيته عامه (سنة تحضيرية)
٣٤	%٥٨.٨٢	%٤١.١٨	٢٠	١٤	التربية الخاصة
٢٧	%١٠٠	%٠	٢٧	٠	رياض الأطفال
٤٤	%٦٨,١٨	%٣١.٨٢	٣٠	14	الحاسبات وتقنية المعلومات
٢٣	%٤٣.٤٨	%٥٦.٥٢	١٠	13	الطب
١١	%٠	%١٠٠	٠	11	الهندسة
٢٣	%٤٣.٤٨	%٥٦.٥٢	١٠	13	الصيدلة
٣٦	%٦١.١١	%٣٨.٨٩	٢٢		العلوم الإدارية والمالية
٢٥	%١٠٠	%٠	٢٥	٠	العلوم الطبية التطبيقية
٢٣	%١٠٠	%٠	٢٣	٠	التصاميم والاقتصاد المنزلي
٢٢	%١٠٠	%٠	٢٢	٠	المجتمع
٤٩١	-	-	٢٨٢	٢٠٩	المجموع

#### أولاً: إجراءات بناء الاستبانة :

يتضمن إجراءات بناء الاستبانة الإجراءات التي إتبعها الباحث لتحقيق أهداف البحث من خلال الوصف الدقيق للخطوات التي أجراها الباحث بغية الوصول إلى مقياس يتمتع بخصائص قياسية جيدة ، تجلت من خلال العمل على التحقق من صدق المقياس وثباته، ويمكن توضيح إجراءات المتبعة في إعداد المقياس على النحو التالي:

إعداد فقرات المقياس :

بعد أن حدد الباحث فروض البحث عمل علي بناء وإعداد المقياسين معتمداً على الدراسات السابقة والإطار النظري للبحث للتحقق من فروض البحث ،وفي إطار إعداد الاستبانيتين قام الباحث بالخطوات التالية:

#### إعداد الفقرات :

وبناء على ذلك أعد الباحث مقياس الطلاب والذي يشتمل على(٤٢) فقرة ، مقياس اعضاء هيئة التدريس والذي يشتمل على(١١) فقرة فضلا عن إعداد بدائل الإجابة بحسب طريقة ليكرت.

#### التحليل المنطقي للفقرات :

للتحقق من صلاحية فقرات المقياس عرض الباحث المقياس على مجموعة من الخبراء والمختصين ، وقد وافق جميع الخبراء على كل الفقرات وأكدوا صلاحيتها ، وعلى ضوء ذلك تعتبر جميع الفقرات صالحة للاستخدام في البحث .

#### التحليل الإحصائي :

#### أولاً: الخصائص القياسية لعينة الطلبة والطالبات :

#### صدق فقرات المقياس :

إن الاتساق الداخلي للفقرات يعني أن كل فقرة ترمي إلى قياس الوظيفة نفسها التي تقيسها فقرات المقياس الأخرى .(أحمد، ١٩٨١ص ٢٣٩).

يشير المختصون في القياس في مجال العلوم الإنسانية على أن العلاقة العالية بين الفقرة والدرجة الكلية للمقياس تعني أن الفقرة تقيس السمة التي يقيسها المقياس نفسه.

وللتثبت من صدق فقرات المقياس حسب معامل ارتباط (بيرسون) بين درجة كل فقرة والدرجة الكلية ، وبعد التطبيق إتضح أن جميع فقرات المقياس البالغ عددها (٤٢) فقرة صادقة في قياس ما أعدت لقياسه إذ كانت معاملات ارتباط فقراتها بالدرجة الكلية دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠.٠١) حيث كانت القيم الإحتمالية لها أقل من مستوى الدلالة (٠.٠١) ، أنظر الجدول رقم (٣) .

جدول رقم (٣) يوضح ارتباط الفقرات بالدرجة الكلية للمقياس

رقم الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل ارتباط الفقرة بالدرجة الكلية	القيمة الإحتمالية	مستوى الدلالة
١	2.1833	.73053	.927	.000	.٠١
٢	2.2831	.84714	.928	.000	.٠١
٣	2.2424	.85495	.935	.000	.٠١
٤	2.1894	.77642	.934	.000	.٠١
٥	2.4847	.78068	.841	.000	.٠١

.٠١	.000	.921	.84924	2.3014	٦
.٠١	.000	.680	.59835	2.7271	٧
.٠١	.000	.610	.67991	2.7312	٨
.٠١	.000	.917	.85706	1.9878	٩
.٠١	000	.895	.73209	1.8065	١٠
.٠١	000	.926	.71946	2.1650	١١
.٠١	000	.860	.65735	1.5784	١٢
.٠١	000	.945	.78356	2.1507	١٣
.٠١	000	.927	.73055	2.0550	١٤
.٠١	000	.956	.78886	2.1568	١٥
.٠١	000	.947	.83707	2.0367	١٦
.٠١	000	.956	.79451	2.0978	١٧
.٠١	000	.956	.78603	2.0815	١٨
.٠١	000	.941	.80961	2.2546	١٩
.٠١	000	.904	.82639	2.3564	٢٠
.٠١	000	.855	.81607	2.4297	٢١
.٠١	000	.922	.79431	2.3218	٢٢
.٠١	000	.936	.86715	2.2281	٢٣
.٠١	000	.942	.82332	2.2587	٢٤
.٠١	000	.951	.84721	2.1039	٢٥
.٠١	000	.958	.81170	2.1120	٢٦
.٠١	000	.820	.59785	2.6069	٢٧
.٠١	000	.934	.88378	2.4929	٢٨
.٠١	000	.920	.88657	2.6538	٢٩
.٠١	000	.914	.96233	2.3809	٣٠
.٠١	000	.792	1.01762	1.8758	٣١
.٠١	000	.932	1.03007	2.1202	٣٢
.٠١	000	.919	1.03725	2.0407	٣٣
.٠١	000	.861	1.05363	2.0081	٣٤
.٠١	000	.954	.93174	2.1894	٣٥
.٠١	000	.893	.97960	1.9246	٣٦
.٠١	000	.948	.97329	2.1263	٣٧
.٠١	000	.928	.93689	2.0428	٣٨
.٠١	000	.959	.95321	2.3340	٣٩
.٠١	000	.955	.99405	2.2505	٤٠
.٠١	000	.924	.97259	2.1833	٤١
.٠١	000	.945	.94356	2.3849	٤٢

## ٢. صدق المقياس Validity Of Scale

يعد الصدق من الخصائص القياسية المهمة التي يتطلب توافرها في المقياس . ويقصد به مدى صلاحية المقياس في قياس الخاصية أو الظاهرة التي وضع من أجل قياسها (Eble,1972,p43) من خلال التثبت من صدق فقرات المقياس حسب معامل إرتباط (بيرسون) بين درجة كل فقرة والدرجة الكلية ، وبعد التطبيق إتضح أن جميع فقرات المقياس البالغ عددها (٤٢) فقرة صادقة في قياس ما أعدت

لقياسه إذ كانت معاملات إرتباط فقراتها بالدرجة الكلية دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠.٠١) حيث كانت القيم الإحتمالية لها أقل من مستوى الدلالة (٠.٠١) ، أنظر الجدول رقم (٣) وبما أن علاقة الفقرة بالدرجة الكلية تعني أن المقياس يقيس سمة واحدة ، إذن فصدق فقرات المقياس تعني أن المقياس صادق في قياس ما وضع من أجله ، وعلى ضوء ذلك فإن المقياس الحالي صادق في قياس ما وضع لقياسه .

### ٣. حساب ثبات المقياس وفقراته باستخدام معادلة (الفكرونباخ)

وللتثبت من ثبات المقياس وفقراته استخدم الباحث في حساب الثبات معادلة (الفكرونباخ) ، حيث تعد معادلة (الفكرونباخ) من أساليب استخراج الثبات . وقد استخرج الباحث الثبات باستخدام هذه الطريقة حيث بلغت قيمة معامل الثبات (٠.٩٩٤٤) وهذا يشير إلى أن المقياس يتمتع بثبات عالي جداً.

### جدول رقم (٤) يوضح قيمة معامل ألفا كرونباخ للمقياس

ألفا كرونباخ	عدد الفقرات
.9944	٤٢

### جدول رقم (٥) يوضح قيم معامل (ألفا كرونباخ) لفقرات المقياس

رقم الفقرة	متوسط المقياس عند حذف العبارة	تباين المقياس عند حذف العبارة	معامل الإرتباط المصحح بين كل عبارة والدرجة الكلية للمقياس	قيمة معامل ألفا كرونباخ للفقرات
١	90.7556	1003.4544	.9233	.9943
٢	90.6558	996.5609	.9244	.9942
٣	90.6965	995.7098	.9319	.9942
٤	90.7495	1000.3963	.9310	.9942

.9944	.8341	1004.8321	90.4542	٥
.9942	.9942	996.8561	90.6375	٦
٣.994	.6698	1020.7550	90.2118	٧
٣.994	.5968	1020.3363	90.2077	٨
.9942	.9121	996.6303	90.9511	٩
.9943	.8906	1004.8498	91.1324	١٠
.9943	.9228	1004.1304	90.7739	١١
.9944	.8549	1010.5616	91.3605	١٢
.9942	.9418	999.4489	90.7882	١٣
.9943	.9238	1003.4334	90.8839	١٤
.9942	.9537	998.5545	90.7821	١٥
.9942	.9442	996.1333	90.9022	١٦
.9942	.9540	998.1992	90.8411	١٧
.9942	.9534	998.7388	90.8574	١٨
.9942	.9379	998.0899	90.6843	١٩
.9943	.8991	999.0723	90.5825	٢٠
.9943	.8484	1002.2178	90.5092	٢١
.9942	.9185	999.9511	90.6171	٢٢
.9942	.9331	994.9284	90.7108	٢٣
.9942	.9385	997.2424	90.6802	٢٤
.9942	.9485	995.3013	90.8350	٢٥
.9942	.9563	997.0414	90.8269	٢٦
.9944	.8140	1015.3528	90.3320	٢٧
.9942	.9302	994.1007	90.4460	٢٨
.9942	.9157	994.7267	90.2851	٢٩
.9943	.9086	990.7533	90.5580	٣٠
٣.994	.7801	995.5899	91.0631	٣١
.9942	.9273	985.6834	90.8187	٣٢
.9943	.9136	986.1284	90.8982	٣٣
.9944	.8519	989.1544	90.9308	٣٤
.9942	.9512	990.0820	90.7495	٣٥
.9943	.8867	991.0753	91.0143	٣٦
.9942	.9449	987.9607	90.8126	٣٧
.9942	.9241	991.3259	90.8961	٣٨
.9942	.9561	988.5048	90.6049	٣٩
.9942	.9524	986.2721	90.6884	٤٠
.9942	.9199	989.4912	90.7556	٤١
.9943	.9512	988.5048	90.7495	٤٢

### نلاحظ من الجدول السابق أن:

١. العمود الثاني يوضح متوسط المقياس عند حذف العبارة .
٢. العمود الثالث يوضح تباين المقياس عند حذف العبارة .
٣. العمود الرابع يوضح معامل الارتباط المصحح بين كل عبارة والدرجة الكلية للمقياس وتعتبر القيم الموجودة فيه عن (معامل الإتساق الداخلي) .

٤. العمود الخامس يوضح قيمة معامل (ألفاكرونباخ) للفقرات ، فإذا زادت قيمة معامل (ألفاكرونباخ) للفقرات عن قيمة معامل (ألفاكرونباخ) الإجمالية للمقياس ، دل ذلك على أن الفقرة تضعف المقياس وإن حذف هذه الفقرة يؤدي إلى زيادة الثبات .

نلاحظ أن جميع قيم معامل (ألفاكرونباخ) للفقرات انحصرت بين (٠.٩٩٤٤ - ٠.٩٩٢٢) وأن جميعها أقل من قيمة معامل (ألفاكرونباخ) الإجمالية للمقياس البالغة (٠.٩٩٤٤) وهذا يشير إلى أن جميع فقرات المقياس تتمتع بثبات عالي ولذلك جميعها صالحة للاستخدام.

وعلى ضوء حساب قيمة معامل (ألفاكرونباخ) البالغة (٠.٩٩٤٤) فإن الصدق التجريبي للمقياس يساوي (٠.٩٩٧٢) وهو الجذر التربيعي لمعامل الثبات ، وهذا يشير أيضاً إلى أن المقياس يتمتع بصدق تجريبي عالي جداً .

**ثانياً: الخصائص القياسية لمقياس وفقرات عينة أعضاء هيئة التدريس :**

#### **١. صدق فقرات المقياس Items Validity**

إن الإتساق الداخلي للفقرات يعني أن كل فقرة ترمي إلى قياس الوظيفة نفسها التي تقيسها فقرات المقياس الأخرى .(أحمد، ١٩٨١ص٢٣٩). يشير المختصون في القياس في مجال العلوم الإنسانية على أن العلاقة العالية بين الفقرة والدرجة الكلية للمقياس تعني أن الفقرة تقيس السمة التي يقيسها المقياس نفسه. وللتثبت من صدق فقرات المقياس حسب معامل ارتباط (بيرسون) بين درجة كل فقرة والدرجة الكلية ، وبعد التطبيق إتضح أن جميع فقرات المقياس البالغ عددها (١١) فقرة صادقة في قياس ما أعدت لقياسه إذ كانت معاملات ارتباط فقراتها بالدرجة الكلية دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠.٠١) حيث كانت القيم الإحتمالية لها أقل من مستوى الدلالة (٠.٠١) ، أنظر الجدول رقم (٦).

**جدول رقم (٦) يوضح ارتباط الفقرات بالدرجة الكلية للمقياس**

رقم الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل ارتباط الفقرة بالدرجة الكلية	القيمة الإحتمالية	مستوى الدلالة
١	2.5761	.72980	.873	.000	.٠١
٢	2.5978	.57531	.914	.000	.٠١



٠.١	.000	.756	.84995	1.7391	٣
٠.١	.000	.914	.59411	2.5978	٤
٠.١	.000	.619	.20505	1.9565	٥
٠.١	.000	.929	1.20399	3.3913	٦
٠.١	.000	.923	.72198	4.3696	٧
٠.١	.000	.927	1.10999	3.5978	٨
٠.١	.000	.896	.74471	4.4239	٩
٠.١	.000	.924	.86354	4.3152	١٠
٠.١	.000	.952	.94624	4.3043	١١

## ٢. صدق المقياس : Validity Of Scale

يعد الصدق من الخصائص القياسية المهمة التي يتطلب توافرها في المقياس . ويقصد به مدى صلاحية المقياس في قياس الخاصية أو الظاهرة التي وضع من أجل قياسها . (Eble,1972,p43) . من خلال التثبت من صدق فقرات المقياس حسب معامل ارتباط (بيرسون) بين درجة كل فقرة والدرجة الكلية ، وبعد التطبيق إتضح أن جميع فقرات المقياس البالغ عددها (١١) فقرة صادقة في قياس ما أعدت لقياسه إذ كانت معاملات ارتباط فقراتها بالدرجة الكلية دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠.٠١) حيث كانت القيم الإحتمالية لها أقل من مستوى الدلالة (٠.٠١) . وبما أن علاقة الفقرة بالدرجة الكلية تعني أن المقياس يقيس سمة واحدة ، إذن فصدق فقرات المقياس تعني أن المقياس صادق في قياس ما وضع من أجله ، وعلى ضوء ذلك فإن المقياس الحالي صادق في قياس ما وضع لقياسه .

## ٣. حساب ثبات المقياس وفقراته باستخدام معادلة (الفكرونباخ)

وللتثبت من ثبات المقياس وفقراته استخدم الباحث في حساب الثبات معادلة (الفكرونباخ) ، حيث تعد معادلة (الفكرونباخ) من أساليب استخراج الثبات . وقد استخراج الباحث الثبات باستخدام هذه الطريقة حيث بلغت قيمة معامل الثبات (٠.٩٦١٥) وهذا يشير إلى أن المقياس يتمتع بثبات عالي جداً.

## جدول رقم (٧) يوضح قيم معامل (الفكرونباخ) لفقرات المقياس

رقم الفقرة	متوسط المقياس عند حذف العبارة	تباين المقياس عند حذف العبارة	معامل الارتباط المصحح بين كل عبارة والدرجة الكلية للمقياس	قيمة معامل ألفا كرونباخ للفقرات
١	33.2935	49.3964	.8472	.9571
٢	33.2717	50.9034	.8997	.9573

٣	34.1304	49.4993	.7022	٣.961
٤	33.2717	50.6616	.8993	.9570
٥	33.9130	56.7176	.6024	١٤.96
٦	32.4783	42.9336	.9023	.9576
٧	31.5000	48.9341	.9073	.9554
٨	32.2717	44.0902	.9021	.9562
٩	31.4457	48.9531	.8744	.9562
١٠	31.5543	47.1509	.9042	.9548
١١	31.5652	45.7210	.9381	.9535

نلاحظ من الجدول السابق أن :

١. العمود الثاني يوضح متوسط المقياس عند حذف العبارة .
  ٢. العمود الثالث يوضح تباين المقياس عند حذف العبارة .
  ٣. العمود الرابع يوضح معامل الارتباط المصحح بين كل عبارة والدرجة الكلية للمقياس وتعتبر القيم الموجودة فيه عن (معامل الإتساق الداخلي) .
  ٤. العمود الخامس يوضح قيمة معامل (ألفا كرونباخ) لل فقرات ، فإذا زادت قيمة معامل (ألفا كرونباخ) لل فقرات عن قيمة معامل (ألفا كرونباخ) الإجمالية للمقياس ، دل ذلك على أن الفقرة تضعف المقياس وإن حذف هذه الفقرة يؤدي إلى زيادة الثبات .
- نلاحظ أن جميع قيم معامل (ألفا كرونباخ) لل فقرات انحصرت بين (٩٦١٤ - ٩٥٣٥) وأن جميعها أقل من قيمة معامل (ألفا كرونباخ) الإجمالية للمقياس البالغة (٩٦١٥) وهذا يشير إلى أن جميع فقرات المقياس تتمتع بثبات عالي ولذلك جميعها صالحة للاستخدام .
٤. الصدق التجريبي للمقياس :
- على ضوء حساب قيمة معامل (ألفا كرونباخ) البالغة (٩٦١٥) فإن الصدق التجريبي للمقياس يساوي (٩٨٠٦) وهو الجذر التربيعي لمعامل الثبات، وهذا يشير أيضاً إلى أن المقياس يتمتع بصدق تجريبي عالي جداً .

#### العمليات الإحصائية المستخدمة في البحث :

تمت معالجة هذه البيانات باستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) وذلك باستخدام العمليات الإحصائية الآتية:

١. اختبار (كاي تربيع) .

٢. اختبار (ت).
٣. معادلة الفاكرونباخ.
٤. معامل ارتباط سبيرمان.
٥. الوسط الحسابي .
٦. الانحراف المعياري

### عرض جداول الدراسة وتحليلها:

#### أولاً: عرض نتائج مقياس الطلبة والطالبات

يتضمن هذا الفصل عرضاً للنتائج التي توصل إليها الباحث في البحث الحالي على وفق أهدافه ، ومناقشة هذه النتائج التي تمخضت عن التحليل الإحصائي لفروض الدراسة وهي كما يلي:

#### جدول رقم (٨) يوضح التوزيع التكراري لإجابات أفراد العينة على كل عبارات المقياس

الرقم	العبارات	أوافق	لا أدري	لا أوافق
١	غالباً ما تكون الانطباعات التي يكونها الجمهور والآخرين غير موضوعية	184 %٣٧.٥	213 %43.4	94 %19.1
٢	غالبية الانطباعات تقوم على الميول والمشاعر العاطفية	265 %٥٤.٠	100 %20.4	126 %٢٥.٦
٣	تتكون الانطباعات من أحكام متسعة	253 %٥١.٥	104 %٢١.٢	134 %٢٧.٣
٤	عملية الانطباعات غير موضوعية لأنها لا تعتمد على مصادر حقيقية.	٢٠٣ %٤١.٣	١٧٨ %٣٦.٣	١١٠ %٢٢.٤
الرقم	العبارات	أوافق	لا أدري	لا أوافق
٥	تتأثر الانطباعات بتجارب شخصية سابقة.	٣٢٦ %٦٦.٤	٧٧ %١٥.٧	٨٨ %١٧.٩
٦	غالباً ما يعكس المظهر الخارجي ما هو أكثر من جوهر الفرد أو المؤسسة.	٢٧٣ %٥٥.٦	٩٣ %١٨.٩	١٢٥ %٢٥.٥
٧	يجب على القائمين في مجال التعامل مع الجمهور أن ينتبهوا لأهمية الانطباعات.	٣٩٦ %٨٠.٧	٥٦ %١١.٤	٣٩ %٧.٩
الرقم	العبارات	نعم	ليس لي رأي محدد	لا أعرف
٨	هل تعرف شعار المصور لجامعة الطائف	٤٢٤ %٨٦.٤	٢ %.٤	٦٥ %١٣.٢
الرقم	العبارات	معتبر	لا أدري	غير معتبر
٩	ما مدى نجاح شعار المصور للجامعة في التعبير عن هويتها وأهدافه	١٧٧ %٣٦	١٣١ %٢٦.٧	١٨٣ %٣٧.٣
الرقم	العبارات	إيجابية	غير واضحة	سلبية
١٠	إنطباعاتي عن جامعة الطائف	٩٣ %١٨.٩	٢١٠ %٤٢.٨	١٨٨ %٣٧.٣
الرقم	العبارات	أدافع	لا أبالي	أغضب
١١	إذا صادفت شخصاً من خارج جامعة الطائف يتهجم على الجامعة بعدم	١٤٧ %٣٥.٤	٢٢٤ %٤٥.٧	٩٣ %١٨.٩

الرقم	العبارات	موضوعية	كافية	محدودة	غير كافية
١٢	الأنشطة الاتصالية التعريفية للجامعة داخليا وخارجيا	كافية	٤٦ %٩.٤	١٩٢ %٣٩.١	٢٥٣ %٥١.٥
الرقم	العبارات	يظهر	لا يظهر	يظهر أحيانا	
١٣	ظهور شعار جامعة الطائف المعبر عن صورتها المرئية وهويتها في مداخل كليات وإدارات الجامعة.	١٩٣ 39.3%	١٧٩ %36.5	١١٩ %24.2	
١٤	ظهور شعار جامعة الطائف المعبر عن صورتها المرئية وهويتها في الفواتير والمطالبات المالية	١٤٥ 29.5%	٢٢٨ %46.4	١١٨ %٢٤.٠	
١٥	ظهور شعار جامعة الطائف المعبر عن صورتها المرئية وهويتها في مظاريف الخطابات	١٩٧ 40.1%	١٧٤ %35.4	١٢٠ %٢٤.٤	
١٦	ظهور شعار جامعة الطائف المعبر عن صورتها المرئية وهويتها في البطاقات التي تلصق على الرسائل والطرود	١٨١ 36.9%	١٤٧ %٢٩.٩	١٦٣ %٣٣.٢	
١٧	ظهور شعار جامعة الطائف المعبر عن صورتها المرئية وهويتها في بطاقات المناسبات	١٨١ 36.9%	١٧٧ %36.0	١٣٣ %27.1	
الرقم	العبارات	أوافق	لا أدرى	لا أوافق	
١٨	ظهور شعار جامعة الطائف المعبر عن صورتها المرئية وهويتها في نماذج تقديرات التكلفة	١٧٣ 35.2%	١٨٥ %37.7	١٣٣ %27.1	
١٩	ظهور شعار جامعة الطائف المعبر عن صورتها المرئية وهويتها في النشرة المصورة	٢٣٩ 48.7%	١٣٨ %28.1	١١٤ %23.2	
٢٠	ظهور شعار جامعة الطائف المعبر عن صورتها المرئية وهويتها في الإعلانات الكبيرة المصورة	٢٨٦ 58.2%	٩٤ %19.1	١١١ %22.6	
٢١	ظهور شعار جامعة الطائف المعبر عن صورتها المرئية وهويتها في مراكز التسجيل والقبول	٣١٤ %٦٤.٠	٧٤ %15.1	١٠٣ %21.0	
٢٢	ظهور شعار جامعة الطائف المعبر عن صورتها المرئية وهويتها في الملفات	٢٥٩ %٥٢.٧	١٣١ %26.7	١٠١ %20.6	
٢٣	ظهور شعار جامعة الطائف المعبر عن صورتها المرئية وهويتها في النشرات الإخبارية ومطبوعات الجامعة	٢٥٣ %٥١.٥	٩٧ %19.8	١٤١ %28.7	
٢٤	ظهور شعار جامعة الطائف المعبر عن صورتها المرئية وهويتها في التقويم السنوي	٢٤٦ 50.1%	١٢٦ %25.7	١١٩ %24.2	
٢٥	ظهور شعار جامعة الطائف المعبر عن صورتها المرئية وهويتها في كتب المقررات والمذكرات الجامعية	٢٠٤ 41.5%	١٣٤ %27.3	١٥٣ %31.2	
٢٦	ظهور شعار جامعة الطائف المعبر عن صورتها المرئية وهويتها في ورق المعاملات والرسائل	١٩٢ %٣٩.١	١٦٢ %33.0	١٣٧ %27.9	
الرقم	العبارات	يسهم	يسهم إلى	لا يسهم	

الرقم	العبارات	ممتاز	جيد جداً	مقبول	ضعيف	
٢٧	هل تعتقد أن فتح أقسام جديدة من بينها قسم علمي أكاديمي لعلوم الاتصال والإعلام يساهم في تطوير مكانة جامعة الطائف ويوسع فرصها في المنافسة نحو التميز	327 %٦٦.٦	135 %27.5	29 %5.9		
٢٨	نوعية التعليم في جامعة الطائف	53 %١٠.٨	213 %43.4	148 %30.1	77 %15.7	
٢٩	نوعية الطلبة في جامعة الطائف	77 %١٥.٧	227 %46.2	127 %25.9	60 %12.2	
٣٠	نوعية الكليات في جامعة الطائف	60 %١٢.٢	176 %35.8	146 %29.7	109 %22.2	
٣١	منظر جامعة الطائف وكلياتها من الداخل	45 %9.2	92 %18.7	111 %22.6	243 %49.5	
٣٢	إدارة جامعة الطائف	56 %١١.٤	125 %25.5	132 %26.9	178 %36.3	
٣٣	أخبار جامعة الطائف في وسائل الإعلام	53 %١٠.٨	115 %23.4	122 %24.8	201 %40.9	
٣٤	المظهر الخارجي لجامعة الطائف	59 %١٢.٠	97 %19.8	124 %25.3	211 %43.0	
٣٥	الرضى الوظيفي لمندسبي جامعة الطائف	40 %8.1	148 %30.1	168 %34.2	135 %27.5	
٣٦	حب طلبة جامعة الطائف لجامعتهم	41 %8.4	95 %19.3	141 %28.7	214 %43.6	
٣٧	خدمة جامعة الطائف للمجتمع	42 %8.6	141 %28.7	145 %29.5	163 %33.2	
٣٨	خدمات جامعة الطائف الداخلية	35 %7.1	121 %24.6	165 %33.6	170 %34.6	
٣٩	نوعية التعليم في جامعة الطائف	53 %١٠.٨	173 %35.2	150 %30.5	115 %23.4	
٤٠	الأنشطة الطلابية في جامعة الطائف	60 %12.2	139 %28.3	156 %31.8	136 %٢٧.٧	
٤١	المطبوعات والمنشورات الإعلانية عن جامعة الطائف	65 %13.2	90 %18.3	206 %42.0	130 %26.5	
٤٢	أعضاء هيئة التدريس في جامعة الطائف	55 %11.2	184 %37.5	147 %29.9	105 %21.4	

## ثانياً: مناقشة نتائج مقياس الطلبة والطالبات :

للإجابة عن فروض البحث والتحقق منها قام الباحث بحساب الوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل فقرة من فقرات المقياس وقد تم إعطاء الدرجات (٤ ، ٣ ، ٢ ، ١) كأوزان للأسئلة ذات البدائل الأربعة حيث تم إعطاء الدرجة (٤) كوزن للبديل الأول ، والدرجة (٣) كوزن للبديل الثاني، والدرجة (٢) كوزن للبديل الثالث والدرجة (١) كوزن للبديل الرابع، كما تم إعطاء الدرجات (٣ ، ٢ ، ١)، كأوزان للأسئلة ذات

البدائل الثلاثة حيث تم إعطاء الدرجة (٣) كوزن للبدل الأول، والدرجة (٢) كوزن للبدل الثاني، والدرجة (١) كوزن للبدل الثالث وكذلك قام الباحث بتكسيم المتغيرات الاسمية ومن ثم استخدم إختبار (كاي تربيع) لمعرفة دلالة الفروق بين إجابات أفراد العينة على فقرات المقياس.

### الفرض الأول :

#### (الصورة الذهنية المتكونة لدى الجمهور الداخلي لجامعة الطائف صورة إيجابية)

للتحقق من هذا الفرض قام الباحث بحساب الوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات أفراد عينة البحث لكل فقرة على حدة ، ولاختبار وجود فروق ذات دلالة إحصائية لنتائج إجابات أفراد العينة على بدائل الإجابات المختلفة للفرض الأول، استخدم الباحث إختبار مربع كاي لدلالة الفروق بين إجابات فقرات كل الفرض مجتمعة.

لقد قام الباحث بحساب الوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات أفراد عينة البحث لكل فقرة على حدة ، والجدول رقم (٩) يوضح ذلك:

#### جدول رقم (٩) يوضح الوسط الحسابي والانحراف المعياري واتجاه الفقرات للفرض الأول

الرقم	الفقرات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اتجاه الفقرة
١	غالبًا ما تكون الانطباعات التي يكونها الجمهور والآخرين غير موضوعية.	2.1833	.73053	إيجابي
٢	غالبية الانطباعات تقوم على الميول والمشاعر العاطفية.	2.2831	.84714	إيجابي
٣	تتكون الانطباعات من احكام متسرة.	2.2424	.85495	إيجابي
٤	عملية الانطباعات غير موضوعية لانها لا تعتمد على مصادر حقيقية.	2.1894	.77642	إيجابي
٥	تتأثر الانطباعات بتجارب شخصية سابقة.	2.4847	.78068	إيجابي
٦	غالبًا ما يعكس المظهر الخارجي ما هو أكثر من جوهر الفرد أو المؤسسة.	2.3014	.84924	إيجابي
٧	يجب على القائمين في مجال التعامل مع الجمهور ان ينتبهوا لاهمية الانطباعات.	2.7271	.59835	إيجابي
٨	هل تعرف الشعار المصور لجامعة الطائف	2.7312	.67991	إيجابي
٩	ما مدى نجاح الشعار المصور للجامعة في التعبير عن هويتها وأهدافها	1.9878	.85706	إيجابي
١٠	انطباعاتي عن جامعة الطائف	1.8065	.73209	إيجابي
١١	إذا صادفت شخصا من خارج جامعة الطائف يتهجم على الجامعة بعدم موضوعية	2.1650	.71946	إيجابي
١٢	الانشطة الاتصالية التعريفية للجامعة داخليا وخارجيا	1.5784	.65735	إيجابي
١٣	مداخل كليات وإدارات الجامعة.	2.1507	.78356	إيجابي
١٤	الفواتير والمطالبات المالية	2.0550	.73055	إيجابي
١٥	مظاريف الخطابات	2.1568	.78886	إيجابي
١٦	البطاقات التي تلتصق على الرسائل والطرود	2.0367	.83707	إيجابي
١٧	بطاقات المناسبات	2.0978	.79451	إيجابي
١٨	نماذج تقديرات التكلفة	2.0815	.78603	إيجابي
١٩	النشرة المصورة	2.2546	.80961	إيجابي
٢٠	الإعلانات الكبيرة المصورة	2.3564	.82639	إيجابي

٢١	مراكز التسجيل والقبول	2.4297	.81607	إيجابي
٢٢	الملفات	2.3218	.79431	إيجابي
٢٣	النشرات الإخبارية ومطبوعات الجامعة	2.2281	.86715	إيجابي
٢٤	التقويم السنوي	2.2587	.82332	إيجابي
٢٥	كتب المقررات والمذكرات الجامعية	2.1039	.84721	إيجابي
٢٦	ورق المعاملات والرسائل	2.1120	.81170	إيجابي
٢٧	هل تعتقد ان فتح أقسام جديدة من بينها قسم علمي أكاديمي لعلوم الاتصال والإعلام يسهم ويوسع فرصها في المنافسة نحو التميز	2.6069	.59785	إيجابي
الرقم	الفقرات	الوسط الحسابي	الإنحراف المعياري	اتجاه الفقرة
٢٨	نوعية التعليم في جامعة الطائف	2.4929	.88378	إيجابي
٢٩	نوعية الطلبة في جامعة الطائف	2.6538	.88657	إيجابي
٣٠	نوعية الكليات في جامعة الطائف	2.3809	.96233	إيجابي
٣١	منظر جامعة الطائف وكلياتها من الداخل	1.8758	1.01762	إيجابي
٣٢	إدارة جامعة الطائف	2.1202	1.03007	إيجابي
٣٣	أخبار جامعة الطائف في وسائل الإعلام	2.0407	1.03725	إيجابي
٣٤	المظهر الخارجي لجامعة الطائف	2.0081	1.05363	إيجابي
٣٥	الرضى الوظيفي لمنتسبي جامعة الطائف	2.1894	.93174	إيجابي
٣٦	حب طلبة جامعة الطائف لجامعتهم	1.9246	.97960	إيجابي
٣٧	خدمة جامعة الطائف للمجتمع	2.1263	.97329	إيجابي
٣٨	خدمات جامعة الطائف الداخلية	2.0428	.93689	إيجابي
٣٩	نوعية التعليم في جامعة الطائف	2.3340	.95321	إيجابي
٤٠	الأنشطة الطلابية في جامعة الطائف	2.2505	.99405	إيجابي
٤١	المطبوعات والمنشورات الإعلانية عن جامعة الطائف	2.1833	.97259	إيجابي
٤٢	أعضاء هيئة التدريس في جامعة الطائف	2.3849	.94356	إيجابي

يلاحظ من الجدول رقم (٩) أن جميع قيم الوسط الحسابي للفقرات (١ - ٢٧) البالغ عددها (٢٧) فقرات أكبر من قيمة الوسط النظري (١.٥) وأن جميع قيم الوسط الحسابي للفقرات (٢٨ - ٤٢) البالغ عددها (١٥) فقرة عدا الفقرتين (٣١ و ٣٦) أكبر من قيمة الوسط النظري (٢) وهذا يشير إلى أن الصورة الذهنية المتكونة لدى الجمهور الداخلي لجامعة الطائف صورة إيجابية. كما نجد أن قيم الإنحراف المعياري للفقرات (١ - ٢٧) تراوحت ما بين (٠.٨٦٧١٥ - ٠.٥٩٧٨٥) وأن قيم الإنحراف المعياري للفقرات (٢٨ - ٤٢) تراوحت ما بين (١.٥٣٦٣ - ٠.٨٨٣٧٨) وهذا يدل على تجانس إجابات أفراد العينة ولاختبار وجود فروق ذات دلالة إحصائية لنتائج إجابات أفراد العينة على بدائل الإجابات المختلفة للفرض الأول، استخدم الباحث إختبار مربع كاي لدلالة الفروق بين إجابات فقرات الفرض الأول مجتمعة، الجدول رقم (١٠) يوضح ذلك :

جدول رقم (١١) يوضح نتائج إختبار (كاي تربيع) للتعرف على دلالة الفروق للإجابات على فقرات الفرض الأول

عدد الأفراد	الوسط الحسابي	الإنحراف المعياري	قيمة كاي تربيع المحسوبة	القيمة الإحتمالية	مستوى الدلالة
٤٩١	92.9389	32.3531	595.263	.000	.٠٥

من الجدول رقم (١١) نلاحظ أن قيمة مربع كاي بلغت (٥٩٥.٢٦٣) وأن القيمة الإحصائية لها قد بلغت (٠.٠٠٠) وهي أقل من مستوى الدلالة (٠.٠٥) وهذا يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية في توزيع استجابات أفراد العينة على الفقرات المختلفة (أوافق ، لا أدري ، لا أوافق ، ممتاز ، جيد جداً ، مقبول ، ضعيف) . ويفسر الباحث هذه النتيجة إلى أن الصورة الذهنية المتكونة لدى الجمهور الداخلي لجامعة الطائف صورة إيجابية.

### الفرض الثاني :

#### (الانطباعات التي يكونها الجمهور والآخرين عن جامعة الطائف غير موضوعية)

للتحقق من هذا الفرض قام الباحث بحساب الوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات أفراد عينة البحث لكل فقرة على حدة ، ولإختبار وجود فروق ذات دلالة إحصائية لنتائج إجابات أفراد العينة على بدائل الإجابات المختلفة للفرض الثاني ، استخدم الباحث إختبار مربع كاي لدلالة الفروق بين إجابات فقرات كل الفرض مجتمعة.

لقد قام الباحث بحساب الوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات أفراد عينة البحث لكل فقرة على حدة ، والجدول رقم (١١) يوضح ذلك :

#### جدول رقم (١١) يوضح الوسط الحسابي والانحراف المعياري واتجاه الفقرات للفرض الثاني

الرقم	الفقرات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اتجاه الفقرة
١	غالباً ما تكون الانطباعات التي يكونها الجمهور والآخرين غير موضوعية.	2.1833	.73053	إيجابي
٢	غالبية الانطباعات تقوم على الميول والمشاعر العاطفية.	2.2831	.84714	إيجابي
٣	تتكون الانطباعات من احكام متسرعة.	2.2424	.85495	إيجابي
٤	عملية الانطباعات غير موضوعية لانها لا تعتمد على مصادر حقيقية.	2.1894	.77642	إيجابي
٥	تتأثر الانطباعات بتجارب شخصية سابقة.	2.4847	.78068	إيجابي
٦	غالباً ما يعكس المظهر الخارجي ما هو اكثر من جوهر الفرد أو المؤسسة.	2.3014	.84924	إيجابي
٧	يجب على الفانمين في مجال التعامل مع الجمهور ان ينتبهوا لأهمية الانطباعات.	2.7271	.59835	إيجابي

يلاحظ من الجدول رقم (١١) أن جميع قيم الوسط الحسابي للفقرات البالغ عددها (٧) فقرات أكبر من قيمة الوسط النظري (١.٥) وهذا يشير إلى أن الانطباعات التي يكونها الجمهور والآخرين عن جامعة الطائف غير موضوعية. كما نجد أن قيم الانحراف المعياري لهذه الفقرات تراوحت ما بين (٠.٨٥٤٩٥ - ٠.٥٩٨٣٥) وهذا يدل على تجانس إجابات أفراد العينة . ولإختبار وجود فروق ذات دلالة إحصائية لنتائج إجابات أفراد العينة على بدائل الإجابات المختلفة للفرض الثاني، استخدم الباحث إختبار مربع كاي لدلالة الفروق بين إجابات فقرات الفرض الثاني مجتمعة ، الجدول رقم (١٢) يوضح ذلك :

جدول رقم (١٢) يوضح نتائج اختبار (كاي تربيع) للتعرف على دلالة الفروق للإجابات على فقرات الفرض الثاني

عدد	الوسط	الانحراف	قيمة كاي تربيع	القيمة	مستوى
-----	-------	----------	----------------	--------	-------



الأفراد	الحسابي	المعياري	المحسوبة	الإحتمالية	الدلالة
٤٩١	16.4114	5.05861	859.519	.000	.٠٥

من الجدول رقم (١٢) نلاحظ أن قيمة مربع كاي بلغت (٨٥٩.٥١٩) وأن القيمة الإحتمالية لها قد بلغت (٠.٠٠٠) وهي أقل من مستوى الدلالة (٠.٠٥) وهذا يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية في توزيع استجابات أفراد العينة على الفقرات المختلفة (أوافق ، لا أدري ، لا أوافق) . ويفسر الباحث هذه النتيجة إلى أن الإنطباعات التي يكونها الجمهور والآخرين عن جامعة الطائف غير موضوعية.

#### الفرض الثالث: (يظهر شعار جامعة الطائف المعبر عن صورتها المرئية وهويتها في كافة الأماكن)

للتحقق من هذا الفرض قام الباحث بحساب الوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات أفراد عينة البحث لكل فقرة على حدة ، واختبار وجود فروق ذات دلالة إحصائية لنتائج إجابات أفراد العينة على بدائل الإجابات المختلفة للفرض الثالث ، استخدم الباحث إختبار مربع كاي لدلالة الفروق بين إجابات فقرات كل الفرض مجتمعة. لقد قام الباحث بحساب الوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات أفراد عينة البحث لكل فقرة على حدة، والجدول رقم (١٣) يوضح ذلك :

#### جدول رقم (١٣) يوضح الوسط الحسابي والانحراف المعياري واتجاه الفقرات للفرض الثالث

الرقم	الفقرات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اتجاه الفقرة
١	مداخل كليات وإدارات الجامعة.	2.1507	.78356	إيجابي
٢	الفواتير والمطالبات المالية	2.0550	.73055	إيجابي
٣	مظارييف الخطابات	2.1568	.78886	إيجابي
٤	البطاقات التي تلتصق على الرسائل والطرود	2.0367	.83707	إيجابي
٥	بطاقات المناسبات	2.0978	.79451	إيجابي
٦	نماذج تقديرات التكلفة	2.0815	.78603	إيجابي
٧	النشرة المصورة	2.2546	.80961	إيجابي
٨	الإعلانات الكبيرة المصورة	2.3564	.82639	إيجابي
٩	مراكز التسجيل والقبول	2.4297	.81607	إيجابي
١٠	الملفات	2.3218	.79431	إيجابي
١١	النشرات الإخبارية ومطبوعات الجامعة	2.2281	.86715	إيجابي
١٢	التقويم السنوي	2.2587	.82332	إيجابي
١٣	كتب المقررات والمذكرات الجامعية	2.1039	.84721	إيجابي
١٤	ورق المعاملات والرسائل	2.1120	.81170	إيجابي

يلاحظ من الجدول رقم (١٣) أن جميع قيم الوسط الحسابي للفقرات البالغ عددها (١٤) فقرة أكبر من قيمة الوسط النظري (١.٥) وهذا يشير إلى أن شعار جامعة الطائف المعبر عن صورتها المرئية وهويتها يظهر في كافة الأماكن كما نجد أن قيم الانحراف المعياري لهذه الفقرات تراوحت ما بين (٠.٧٣٠٥٥ - ٠.٨٦٧١٥) وهذا يدل على تجانس إجابات أفراد العينة. ولاختبار وجود فروق ذات دلالة

إحصائية لنتائج إجابات أفراد العينة على بدائل الإجابات المختلفة للفرض الثالث استخدم الباحث إختبار مربع كاي لدلالة الفروق بين إجابات فقرات الفرض الثالث مجتمعة ، الجدول رقم (١٥) يوضح ذلك :

جدول رقم (١٤) يوضح نتائج إختبار (كاي تربيع) للتعرف على دلالة الفروق للإجابات على فقرات الفرض الثالث

عدد الأفراد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة كاي تربيع المحسوبة	القيمة الإحتمالية	مستوى الدلالة
٤٩١	30.6436	10.76091	1468.829	.000	.٠٥

من الجدول رقم (١٤) نلاحظ أن قيمة مربع كاي بلغت (١٤٦٨.٨٢٩) وأن القيمة الإحتمالية لها قد بلغت (٠.٠٠٠) وهي أقل من مستوى الدلالة (٠.٠٥) وهذا يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية في توزيع استجابات أفراد العينة على الفقرات المختلفة (يظهر ، يظهر أحياناً ، لا يظهر) . ويفسر الباحث هذه النتيجة إلى أن شعار جامعة الطائف المعبر عن صورتها المرئية وهويتها يظهر في كافة الأماكن.

#### الفرض الرابع (نوعية التعليم في جامعة الطائف نوعية ممتازة)

للتحقق من هذا الفرض قام الباحث بحساب الوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات أفراد عينة البحث لكل فقرة على حدة ، وللاختبار وجود فروق ذات دلالة إحصائية لنتائج إجابات أفراد العينة على بدائل الإجابات المختلفة للفرض الرابع ، استخدم الباحث إختبار مربع كاي لدلالة الفروق بين إجابات فقرات كل الفرض مجتمعة . لقد قام الباحث بحساب الوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات أفراد عينة البحث لكل فقرة على حدة، والجدول رقم (١٥) يوضح ذلك :

جدول رقم (١٥) يوضح الوسط الحسابي والانحراف المعياري واتجاه الفقرات للفرض الرابع

الرقم	الفقرات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اتجاه الفقرة
١	نوعية التعليم في جامعة الطائف	2.4929	.88378	إيجابي
٢	نوعية الطلبة في جامعة الطائف	2.6538	.88657	إيجابي
٣	نوعية الكليات في جامعة الطائف	2.3809	.96233	إيجابي
٤	منظر جامعة الطائف وكلياتها من الداخل	1.8758	1.01762	إيجابي
٥	إدارة جامعة الطائف	2.1202	1.03007	إيجابي
٦	أخبار جامعة الطائف في وسائل الإعلام	2.0407	1.03725	إيجابي
الرقم	الفقرات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اتجاه الفقرة
٧	المظهر الخارجي لجامعة الطائف	2.0081	1.05363	إيجابي
٨	الرضى الوظيفي لمنتسبي جامعة الطائف	2.1894	.93174	إيجابي
٩	حب طلبة جامعة الطائف لجامعتهم	1.9246	.97960	إيجابي
١٠	خدمة جامعة الطائف للمجتمع	2.1263	.97329	إيجابي

١١	خدمات جامعة الطائف الداخلية	2.0428	93689	إيجابي
١٢	نوعية التعليم في جامعة الطائف	2.3340	95321	إيجابي
١٣	الأنشطة الطلابية في جامعة الطائف	2.2505	99405	إيجابي
١٤	المطبوعات والمنشورات الإعلانية عن جامعة الطائف	2.1833	97259	إيجابي
١٥	أعضاء هيئة التدريس في جامعة الطائف	2.3849	94356	إيجابي

يلاحظ من الجدول رقم (١٥) أن جميع قيم الوسط الحسابي للفقرات البالغ عددها (١٥) فقرة عدا فقرتين أكبر من قيمة الوسط النظري (٢) وهذا يشير إلى أن نوعية التعليم في جامعة الطائف نوعية ممتازة . كما نجد أن قيم الإنحراف المعياري لهذه الفقرات تراوحت ما بين (١.٠٥٣٦٣ - ٠.٩٩٤٠٥) وهذا يدل على تجانس إجابات أفراد العينة. ولإختبار وجود فروق ذات دلالة إحصائية لنتائج إجابات أفراد العينة على بدائل الإجابات المختلفة للفرض الرابع استخدم الباحث اختبار مربع كاي لدلالة الفروق بين إجابات فقرات الفرض الرابع مجتمعة ، الجدول رقم (١٦) يوضح ذلك :

جدول رقم (١٦) يوضح نتائج إختبار (كاي تربيع) للتعرف على دلالة الفروق للإجابات على فقرات الفرض الرابع

عدد الأفراد	الوسط الحسابي	الإنحراف المعياري	قيمة كاي تربيع المحسوبة	القيمة الإحتمالية	مستوى الدلالة
٤٩١	33.0081	13.73807	505.766	.000	.٠٥

من الجدول رقم (١٦) نلاحظ أن قيمة مربع كاي بلغت (٥٠٥.٧٦٦) وأن القيمة الإحتمالية لها قد بلغت (٠.٠٠٠) وهي أقل من مستوى الدلالة (٠.٠٥) وهذا يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية في توزيع استجابات أفراد العينة على الفقرات المختلفة (ممتاز ، جيد جداً، مقبول ، ضعيف) . ويفسر الباحث هذه النتيجة إلى أن نوعية التعليم في جامعة الطائف نوعية ممتازة.

#### الفرض الخامس (انطباعات الطلبة والطالبات عن جامعة الطائف إيجابية)

للتحقق من هذا الفرض قام الباحث بحساب الوسط الحسابي والإنحراف المعياري لإجابات أفراد عينة البحث لكل فقرة على حدة ، وللاختبار وجود فروق ذات دلالة إحصائية لنتائج إجابات أفراد العينة على بدائل الإجابات المختلفة للفرض الخامس ، استخدم الباحث إختبار مربع كاي لدلالة الفروق بين إجابات فقرات كل الفرض مجتمعة.

لقد قام الباحث بحساب الوسط الحسابي والإنحراف المعياري لإجابات أفراد عينة البحث لكل فقرة على حدة ، والجدول رقم (١٧) يوضح ذلك :

جدول رقم (١٧) يوضح الوسط الحسابي والإنحراف المعياري واتجاه الفقرات للفرض الخامس

الرقم	الفقرات	الوسط الحسابي	الإنحراف المعياري	اتجاه الفقرة
١	انطباعاتي عن جامعة الطائف	1.8065	.73209	إيجابي

يلاحظ من الجدول رقم (١٧) أن قيمة الوسط الحسابي للفقرة أكبر من قيمة الوسط النظري (١.٥) وهذا يشير إلى أن انطباعات الطلبة والطالبات عن جامعة الطائف إيجابية . ولإختبار وجود فروق ذات دلالة إحصائية لنتائج إجابات أفراد العينة على بدائل الإجابات المختلفة للفرض الخامس استخدم الباحث إختبار مربع كاي لدلالة الفروق بين إجابات فقرات الفرض الخامس مجتمعة ، الجدول رقم (١٨) يوضح ذلك :

جدول رقم (١٨) يوضح نتائج اختبار (كاي تربيع) للتعرف على دلالة الفروق للإجابات على فقرات الفرض الخامس

عدد الأفراد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة كاي تربيع المحسوبة	القيمة الإحتمالية	مستوى الدلالة
٤٩١	1.8065	.73209	47.246	.000	.٠٥

من الجدول رقم (١٨) نلاحظ أن قيمة مربع كاي بلغت (٤٧.٢٤٦) وأن القيمة الإحتمالية لها قد بلغت (٠.٠٠٠) وهي أقل من مستوى الدلالة (٠.٠٥) وهذا يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية في توزيع استجابات أفراد العينة على الفقرات المختلفة (إيجابية ، غير واضحة ومشوشة، سلبية) . ويفسر الباحث هذه النتيجة إلى أن انطباعات الطلبة والطالبات عن جامعة الطائف إيجابية.

**الفرض السادس (فتح أقسام جديدة من بينها قسم علمي أكاديمي لعلوم الإتصال والإعلام يسهم في تطوير مكانة جامعة الطائف ويوسع فرصها في المنافسة نحو التميز).** للتحقق من هذا الفرض قام الباحث بحساب الوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات أفراد عينة البحث لكل فقرة على حدة ، ولإختبار وجود فروق ذات دلالة إحصائية لنتائج إجابات أفراد العينة على بدائل الإجابات المختلفة للفرض السادس استخدم الباحث إختبار مربع كاي لدلالة الفروق بين إجابات فقرات كل الفرض مجتمعة . لقد قام الباحث بحساب الوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات أفراد عينة البحث لكل فقرة على حدة، والجدول رقم (١٩) يوضح ذلك :

جدول رقم (١٩) يوضح الوسط الحسابي والانحراف المعياري واتجاه الفقرات للفرض السادس

الرقم	الفقرات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اتجاه الفقرة
١	هل تعتقد أن فتح أقسام جديدة من بينها قسم علمي أكاديمي لعلوم الإتصال والإعلام يسهم في تطوير مكانة جامعة الطائف ويوسع فرصها في المنافسة نحو التميز	2.6069	.59785	إيجابي

يلاحظ من الجدول رقم (١٩) أن قيمة الوسط الحسابي للفقرة أكبر من قيمة الوسط النظري (١.٥) وهذا يشير إلى أن فتح أقسام جديدة من بينها قسم علمي أكاديمي لعلوم الإتصال والإعلام يسهم في تطوير مكانة جامعة الطائف ويوسع فرصها في المنافسة نحو التميز . ولإختبار وجود فروق ذات دلالة إحصائية لنتائج إجابات أفراد العينة على بدائل الإجابات المختلفة للفرض السادس استخدم الباحث إختبار مربع كاي لدلالة الفروق بين إجابات فقرات الفرض السادس مجتمعة ، الجدول رقم (٢٠) يوضح ذلك :

جدول رقم (٢٠) يوضح نتائج إختبار (كاي تربيع) للتعرف على دلالة الفروق للإجابات على فقرات  
الفرض السادس

عدد الأفراد	الوسط الحسابي	الإنحراف المعياري	قيمة كاي تربيع المحسوبة	القيمة الإحتمالية	مستوى الدلالة
٤٩١	2.6069	.59785	278.827	.000	.٠٥

من الجدول رقم (٢٠) نلاحظ أن قيمة مربع كاي بلغت (٢٧٨.٨٢٧) وأن القيمة الإحتمالية لها قد بلغت (٠.٠٠٠) وهي أقل من مستوى الدلالة (٠.٠٥) وهذا يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية في توزيع استجابات أفراد العينة على الفقرات المختلفة (يسهم ، يسهم إلى حد ما ، لا يسهم) . ويفسر الباحث هذه النتيجة إلى أن فتح أقسام جديدة من بينها قسم علمي أكاديمي لعلوم الإتصال والإعلام يسهم في تطوير مكانة جامعة الطائف ويوسع فرصها في المنافسة نحو التميز .

الفرض السابع (توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة البحث في الصورة الذهنية الإيجابية المتكونة لدى الجمهور الداخلي لجامعة الطائف حسب متغير النوع - ذكر ، أنثى)

لحساب الفروق بين أفراد عينة البحث حسب متغير النوع (ذكر ، أنثى) قام الباحث بحساب الوسط الحسابي والإنحراف المعياري واختبار (ت) ، الجدول رقم (٢١) يوضح ذلك :

جدول رقم (٢١) يوضح قيم الوسط الحسابي والإنحراف المعياري والقيمة التائية لقياس الفرق بين أفراد عينة البحث حسب متغير النوع (ذكر ، أنثى)

النوع	الوسط الحسابي	الإنحراف المعياري	القيمة التائية	القيمة الإحتمالية	مستوى الدلالة
ذكور	96.2010	35.03608	70.482	000	.٠٥
إناث	90.5213	30.04720			

نلاحظ من الجدول أعلاه أن القيمة التائية قد بلغت (٧٠.٤٨٢) وأن القيمة الإحتمالية لاختبار (ت) كانت مقدارها (٠.٠٠٠) وهي أقل من مستوى الدلالة (٠.٠٥) ، وهذا يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة البحث في الصورة الذهنية الإيجابية المتكونة لدى الجمهور الداخلي لجامعة الطائف حسب متغير (النوع - ذكر) لصالح الذكور .

ثالثاً عرض نتائج مقياس أعضاء هيئة التدريس :

يتضمن هذا الفصل عرضاً للنتائج التي توصل إليها الباحث في البحث الحالي على وفق أهدافه، ومناقشة هذه النتائج التي تمخضت عن التحليل الإحصائي لفروض الدراسة تمثلت عينة اعضاء هيئة التدريس مناصفة بين الذكور والاناث وسحبت بطريقة عشوائية طبقية من كل كلية من كليات الجامعة قوامها ٩٢ مفردة .

## جدول رقم (٢٢) يوضح التوزيع التكراري لإجابات أفراد العينة على كل عبارات المقياس

الرقم	العبارات	أشعر بالأمان	أشعر بالقلق	لا أشعر بشيء
١	ما الذي يخطر ببالك عندما تسمع اسم جامعة الطائف	184 %٣٧.٥	213 %43.4	94 %19.1
الرقم	العبارات	مستقبل واعد بالانجازات	مستقبل ملئ بالمصاعب والتحديات	مستقبل .....
٢	ما الذي يخطر ببالك عندما تفكر في مستقبل جامعة الطائف	٥٩ %٦٤.١	٢٩ %٣١.٥	٤ %٤.٤
الرقم	العبارات	طالب متميز وناجح	طالب محبط	طالب ...
٣	ما الذي يخطر ببالك عندما تفكر في طلبة جامعة الطائف	٢٤ %٢٦.١	٢٠ %٢١.٧	٤٨ %٥٢.٢
الرقم	العبارات	حسنة	غير واضحة	سلبية
٤	ما هي الصورة الذهنية الحالية المتكونة عن جامعة الطائف	٦٠ %٦٥.٣	٢٧ %٢٩.٣	٥ %٥.٤
الرقم	العبارات	أن تحافظ على هبتها الحالية	أن تكون بهيئة أفضل مما هي عليه	-----
٥	ما الهيئة التي تحتاج أن تكون عليها جامعة الطائف	٤ %٤.٣	٨٨ %٩٥.٧	---
الرقم	العبارات	أوافق بشدة	أوافق	ليس لي رأي
٦	هناك علاقة قوية بين هوية جامعة الطائف المعبر عنها بشعارها وبين الصورة الذهنية المتكونة عنها	١٢ %١٣	٤٢ %٤٥.٧	٢١ %٢٢.٨
الرقم	العبارات	أوافق بشدة	أوافق	ليس لي رأي
٧	تأسيس مركز إنتاج إعلامي يهيئ البيئة التدريبية لتأسيس قسم علمي أكاديمي لعلوم الاتصال والإعلام، يساهم في تدعيم الإستراتيجية الإعلامية لجامعة الطائف	٤٤ %٤٧.٨	٤٠ %٤٣.٥	٧ %٧.٦
٨	الصورة الذهنية الحالية لجامعة الطائف وسمعتها لا تتكافأ مع واقعها الفعلي	١٤ %١٥.٢	٥٠ %٥٤.٣	١٣ %١٤.٢
٩	تفعيل شبكة الاتصال داخل الجامعة من خلال المشاركة في الأنشطة والفعاليات يساهم في عكس صورة ذهنية حسنة لدى المجتمع المحلي والجمهور الخارجي للجامعة	٤٧ %٥١.١	٤١ %٤٤.٥	٢ %٢.٢
١٠	الإنجازات الكبيرة في البنية التحتية للجامعة والتوسع في القبول وفتح الأقسام الجديدة والكليات يتطلب إعادة صياغة هوية الجامعة وصورتها المرئية. بهدف بناء صورة ذهنية جديدة تعكس حقيقة الجامعة	٤٣ %٤٦.٦	٤٢ %٤٥.٧	٣ %٣.٣
١١	النشاط الاتصالي الداخلي القوي يجذب وسائل الإعلام ويفرض نفسه وبالتالي يخلق السمعة الطيبة	٤٧ %٥١.١	٣٤ %٣٧	٧ %٧.٦
١	لا أوافق بشدة	لا أوافق	لا أوافق بشدة	لا أوافق بشدة

## الأسئلة المفتوحة :

الرقم	العبارات	مراجعة البرامج	مراجعة الأهداف	إعادة هيكلة إدارية	تنشيط البرامج الإعلامية
١٢	ما التغييرات التي تقترح إجراؤها في شخصية جامعتنا من أجل تضيق أي فجوة بين صورتها الحالية والصورة التي نطمح أن نكون عليها	٤٩ %٣٢.٥	٣٨ %٢٥.٢	٣٥ %٢٣.٢	٢٩ %١٩.١
الرقم	العبارات	نحن جامعة متميزة	نحن جامعة حكومية	نحن جامعة ...	نحن جامعة ...

	يتوقف مستقبلها على السياسات المركزية لوزارة التعليم العالي	تريد اللحاق بالعصر بالتصميم الأكيد والتخطيط العلمي		
١١ %١٢	٢٨ %٣٠.٤	٥٣ %٥٧.٦	من نحن ، وماذا نريد ، وكيف نصل للتميز والريادة تحقيق الرؤية الجامعة	١٣

١٤. ما هي مقترحاتك لرسم إستراتيجية إعلامية جديدة لجامعة الطائف تسهم في عكس صورتها الذهنية الحقيقية وتساعد في تحقيق رؤيتها والتعريف برسالتها. فقد تركزت أغلبية المقترحات في الآتي:

أ. مراجعة الخطة الإستراتيجية للجامعة في ضوء المتغيرات الجديدة.

ب. التوسع في فتح أقسام وكليات جديدة.

ج. الاهتمام بالأنشطة الإعلامية والاتصالية وتأسيس مركز علمي للإعلام وعلوم الاتصال بالجامعة.

د. الاهتمام بالفروع الجامعة وتقوية صلتها بالمركز.

هـ. الاهتمام بظروف الأساتذة المتعاقدين وتحسين أوضاعهم المادية.

رابعاً: مناقشة نتائج مقياس أعضاء هيئة التدريس :

للإجابة عن فروض البحث والتحقق منها قام الباحث بحساب الوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل فقرة من فقرات المقياس وقد تم إعطاء الدرجات (١ ، ٢ ، ٣ ، ٤ ، ٥) كأوزان للأسئلة ذات البدائل الخمسة حيث تم إعطاء الدرجة (٥) كوزن للبديل الأول ، والدرجة (٤) كوزن للبديل الثاني، والدرجة (٣) كوزن للبديل الثالث والدرجة (٢) كوزن للبديل الرابع ، والدرجة (١) كوزن للبديل الخامس ، كما تم إعطاء الدرجات (١ ، ٢ ، ٣) كأوزان للأسئلة ذات البدائل الثلاثة حيث تم إعطاء الدرجة (٣) كوزن للبديل الأول ، والدرجة (٢) كوزن للبديل الثاني، والدرجة (١) كوزن للبديل الثالث. وكذلك قام الباحث بتكسيم المتغيرات الاسمية ومن ثم أستخدم اختبار (كاي تربيع) لمعرفة دلالة الفروق بين إجابات أفراد العينة على فقرات المقياس.

**الفرض الأول (الصورة الذهنية المتكونة لدى أعضاء هيئة التدريس بجامعة الطائف صورة حسنة).**

للتحقق من هذا الفرض قام الباحث بحساب الوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات أفراد عينة البحث لكل فقرة على حدة ، واختبار وجود فروق ذات دلالة إحصائية لنتائج إجابات أفراد العينة على بدائل الإجابات المختلفة للفرض الأول ، أستخدم الباحث اختبار مربع كأي لدلالة الفروق بين إجابات فقرات كل الفرض مجتمعة.

لقد قام الباحث بحساب الوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات أفراد عينة البحث لكل فقرة على حدة، والجدول رقم (٢٣) يوضح ذلك :

جدول رقم (٢٣) يوضح الوسط الحسابي والانحراف المعياري واتجاه الفقرات للفرض الأول

الرقم	الفقرات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اتجاه الفقرة
١	ما الذي يخطر ببالك عندما تسمع اسم جامعة الطائف	2.5761	.72980	إيجابي

٢	ما الذي يخطر ببالك عندما تفكر في مستقبل جامعة الطائف	2.5978	.57531	إيجابي
٣	ما الذي يخطر ببالك عندما تفكر في طلبية جامعة الطائف	1.7391	.84995	إيجابي
٤	ما هي الصورة الذهنية الحالية المتكونة عن جامعة الطائف	2.5978	.59411	إيجابي
٥	ما الهيئة التي تحتاج أن تكون عليها جامعة الطائف	1.9565	.20505	إيجابي
٦	هناك علاقة قوية بين هوية جامعة الطائف المعبر عنها بشعارها وبين الصورة الذهنية المتكونة عنها	3.3913	1.20399	إيجابي
الرقم	الفقرات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	إتجاه الفقرة
٧	تأسيس مركز إنتاج إعلامي يهيئ البيئة التدريبية لتأسيس قسم علمي أكاديمي لعلوم الاتصال والإعلام، يسهم في تدعيم الإستراتيجية الإعلامية لجامعة الطائف	4.3696	.72198	إيجابي
٨	الصورة الذهنية الحالية لجامعة الطائف وسمعتها لا تتكافأ مع واقعها الفعلي	3.5978	1.10999	إيجابي
٩	تفعيل شبكة الاتصال داخل الجامعة من خلال المشاركة في الأنشطة والفعاليات يسهم في عكس صورة ذهنية حسنة لدي المجتمع المحلي والجمهور الخارجي للجامعة	4.4239	.74471	إيجابي
١٠	الانجازات الكبيرة في البنية التحتية للجامعة والتوسع في القبول وفتح الأقسام الجديدة والكليات يتطلب إعادة صياغة هوية الجامعة وصورتها المرئية بهدف بناء صورة ذهنية جديدة تعكس حقيقة الجامعة	4.3152	.86354	إيجابي
١١	النشاط الاتصالي الداخلي القوي يجذب وسائل الإعلام ويفرض نفسه وبالتالي يخلق السمعة الطيبة	4.3043	.94624	إيجابي

يلاحظ من الجدول رقم (٢٣) أن قيم الوسط الحسابي للفقرات (١ ، ٢ ، ٣ ، ٤ ، ٥) أكبر من قيمة الوسط النظري لها البالغ (١.٥) وأن قيم الوسط الحسابي للفقرات (٦ ، ٧ ، ٨ ، ٩ ، ١٠ ، ١١) أكبر من قيمة الوسط النظري لها البالغ (٢.٥) وهذا يشير إلى أن الصورة الذهنية المتكونة لدى أعضاء هيئة التدريس بجامعة الطائف صورة إيجابية.

ولاختبار وجود فروق ذات دلالة إحصائية لنتائج إجابات أفراد العينة على بدائل الإجابات المختلفة للفرض الأول ، استخدم الباحث إختبار مربع كاي لدلالة الفروق بين إجابات فقرات الفرض الأول مجتمعة، الجدول رقم (٢٤) يوضح ذلك :

جدول رقم (٢٤) يوضح نتائج إختبار (كاي تربيع) للتعرف على دلالة الفروق للإجابات على فقرات

#### الفرض الأول

عدد الأفراد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة كاي تربيع المحسوبة	القيمة الاحتمالية	مستوى الدلالة
٩٢	35.8696	7.65638	114.500	.000	.٠٥



من الجدول رقم (٢٤) نلاحظ أن قيمة مربع كاي بلغت (١١٤.٥٠٠) وأن القيمة الاحتمالية لها قد بلغت (٠.٠٠٠) وهي أقل من مستوى الدلالة (٠.٠٥) وهذا يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية في توزيع استجابات أفراد العينة على الفقرات المختلفة .

ويفسر الباحث هذه النتيجة إلى أن الصورة الذهنية المتكونة لدى أعضاء هيئة التدريس بجامعة الطائف صورة إيجابية.

#### الفرض الثاني (تأسيس مركز إنتاج إعلامي يساهم في تدعيم الإستراتيجية الإعلامية لجامعة الطائف).

للتحقق من هذا الفرض قام الباحث بحساب الوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات أفراد عينة البحث لكل فقرة على حدة ، واختبار وجود فروق ذات دلالة إحصائية لنتائج إجابات أفراد العينة على بدائل الإجابات المختلفة للفرض الثاني ، استخدم الباحث اختبار مربع كاي لدلالة الفروق بين إجابات فقرات كل الفرض مجتمعة.

لقد قام الباحث بحساب الوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات أفراد عينة البحث لكل فقرة على حدة ، والجدول رقم (٢٥) يوضح ذلك :

#### جدول رقم (٢٥) يوضح الوسط الحسابي والانحراف المعياري واتجاه الفقرات للفرض الثاني

الرقم	الفقرات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اتجاه الفقرة
٧	تأسيس مركز إنتاج إعلامي يهيئ البيئة التدريبية لتأسيس قسم علمي أكاديمي لعلوم الاتصال والإعلام، يساهم في تدعيم الإستراتيجية الإعلامية لجامعة الطائف	4.3696	.72198	إيجابي

يلاحظ من الجدول رقم (٢٥) أن قيمة الوسط الحسابي للفقرة (٧) البالغ (٤.٣٦٩٦) أكبر من قيمة الوسط النظري البالغ (٢.٥) وهذا يشير إلى أن تأسيس مركز إنتاج إعلامي يهيئ البيئة التدريبية لتأسيس قسم علمي أكاديمي لعلوم الاتصال والإعلام، يساهم في تدعيم الإستراتيجية الإعلامية لجامعة الطائف. ولإختبار وجود فروق ذات دلالة إحصائية لنتائج إجابات أفراد العينة على بدائل الإجابات المختلفة للفرض الثاني، استخدم الباحث اختبار مربع كاي لدلالة الفروق بين إجابات فقرات الفرض الثاني مجتمعة ، الجدول رقم (٢٦) يوضح ذلك :

#### جدول رقم (٢٦) يوضح نتائج اختبار (كاي تربيع) للتعرف على دلالة الفروق للإجابات على فقرات

#### الفرض الثاني

عدد الأفراد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة كاي تربيع المحسوبة	القيمة الاحتمالية	مستوى الدلالة
٩٢	4.3696	.72198	63.913	.000	.٠٥

من الجدول رقم (٢٦) نلاحظ أن قيمة مربع كاي بلغت (٦٣.٩١٣) وأن القيمة الإحصائية لها قد بلغت (٠.٠٠٠) وهي أقل من مستوى الدلالة (٠.٠٥) وهذا يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية في توزيع استجابات أفراد العينة على الفقرات المختلفة .

ويفسر الباحث هذه النتيجة إلى أن تأسيس مركز إنتاج إعلامي يهيئ البيئة التدريبية لتأسيس قسم علمي أكاديمي لعلوم الاتصال والإعلام، يسهم في تدعيم الإستراتيجية الإعلامية لجامعة الطائف.

**الفرض الثالث (تفعيل شبكة الاتصال داخل الجامعة من خلال المشاركة في الأنشطة والفعاليات يسهم في عكس صورة ذهنية حسنة لدى المجتمع المحلي والجمهور الخارجي للجامعة)**

للتحقق من هذا الفرض قام الباحث بحساب الوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات أفراد عينة البحث لكل فقرة على حدة ، ولإختبار وجود فروق ذات دلالة إحصائية لنتائج إجابات أفراد العينة على بدائل الإجابات المختلفة للفرض الثالث ، استخدم الباحث إختبار مربع كاي لدلالة الفروق بين إجابات فقرات كل الفرض مجتمعة.

لقد قام الباحث بحساب الوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات أفراد عينة البحث لكل فقرة على حدة ، والجدول رقم (٢٧) يوضح ذلك :

**جدول رقم (٢٧) يوضح الوسط الحسابي والانحراف المعياري واتجاه الفقرات للفرض الثالث**

الرقم	الفقرات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اتجاه الفقرة
٩	تفعيل شبكة الاتصال داخل الجامعة من خلال المشاركة في الأنشطة والفعاليات يسهم في عكس صورة ذهنية حسنة لدى المجتمع المحلي والجمهور الخارجي للجامعة	4.4239	.74471	إيجابي

يلاحظ من الجدول رقم (٢٧) أن قيمة الوسط الحسابي للفقرة (٩) البالغ (٤.٤٢٣٩) أكبر من قيمة الوسط النظري البالغ (٢.٥) وهذا يشير إلى أن تفعيل شبكة الاتصال داخل الجامعة من خلال المشاركة في الأنشطة والفعاليات يسهم في عكس صورة ذهنية حسنة لدى المجتمع المحلي والجمهور الخارجي للجامعة. ولإختبار وجود فروق ذات دلالة إحصائية لنتائج إجابات أفراد العينة على بدائل الإجابات المختلفة للفرض الثالث، استخدم الباحث إختبار مربع كاي لدلالة الفروق بين إجابات فقرات الفرض الثالث مجتمعة، الجدول رقم (٢٨) يوضح ذلك :

**جدول رقم (٢٨) يوضح نتائج إختبار (كاي تربيع) للتعرف على دلالة الفروق للإجابات على فقرات**

**الفرض الثالث**

عدد الأفراد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة كاي تربيع المحسوبة	القيمة الاحتمالية	مستوى الدلالة
٩٢	4.4239	.74471	77.478	.000	.٠٥

من الجدول رقم (٢٨) نلاحظ أن قيمة مربع كاي بلغت (٧٧.٤٧٨) وأن القيمة الإحصائية لها قد بلغت (٠.٠٠٠) وهي أقل من مستوى الدلالة (٠.٠٥) وهذا يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية في توزيع استجابات أفراد العينة على الفقرات المختلفة .

ويفسر الباحث هذه النتيجة إلى أن تفعيل شبكة الاتصال داخل الجامعة من خلال المشاركة في الأنشطة والفعاليات يسهم في عكس صورة ذهنية حسنة لدى المجتمع المحلي والجمهور الخارجي للجامعة .

### الخاتمة وتشمل: النتائج والتوصيات والمقترحات :

١. أثبتت نتائج البحث الفرضية القائلة بأن الصورة الذهنية المتكونة لدى الجمهور الداخلي لجامعة الطائف صورة إيجابية بشكل عام مع وجود قدر كبير من الضبابية وعدم الوضوح لدى عدد كبير من المبحوثين ولا سيما الطلبة، وهذا يرجع لضعف الأنشطة الاتصالية والإعلامية للجامعة على المستوى الداخلي والخارجي، وبسبب هذا العامل توجد الانطباعات السلبية عن الجامعة لدى بعض الطلبة بدلاً من الصورة الذهنية الإيجابية المدركة لهوية الجامعة وحقيقتها.

٢. شعار جامعة الطائف المعبر عن صورتها المرئية التسويقية يحظى بإدراك متفاوت لدى المبحوثين من حيث دلالاته الرمزية والتعبيرية عن هوية الجامعة، حيث يرمز الباب عن الفلاسفة إلى بداية الرحلة نحو المستقبل وهو يرمز لدخول الإنسان عالم المعرفة المرتبطة بالبحث أو الإبداع ، كما أن استخدام الزجاج مع المعادن في تصميم الشعار في مدخل بوابة الجامعة يعطي الانطباع بشفافية المنظمة، لذلك يمكن القول أن الشعار الجامعة قد نجح إلى حد كبير في التعبير عن رؤيتها ورسالتها.

٣. عكست نتائج البحث الحاجة لتعزيز روح الانتماء للمؤسسة لدى نسبة مقدره من طلبتها وهذا ناجم عن ضعف الاتصال الداخلي في الجامعة .

٤. ضعف البرامج الاتصالية والإعلامية الفعالة أدى إلى بروز النمط الاتصالي الهجومي السلبي تجاه الإدارة وبعض أعضاء الإدارة بالنسبة للطلاب قد تعني الإدارة المباشرة على مستوى القسم أو عمادة الكلية أو إحدى العمدات الخدمية المرتبطة مباشرة بالطلاب، وهذا يعني أهمية التنسيق والاتصال الإداري بين مختلف إدارات الجامعة ووكالاتها وكلياتها لتعميق التواصل مع الطالب باعتباره محور العملية التعليمية.

٥. احتلت الانترنت المرتبة الأولى كمصدر للمعلومات لدى طلبة الجامعة في تكوين انطباعاتهم عن جامعتهم. وبما أن هذا الوسيط يحوي كل ما هو إيجابي وسلبي بحكم صعوبة التحكم في تدفق المعلومات سواء كان صحيحة أو شائعات فإن هذا من جانب آخر يكشف عن ضعف الاتصال المباشر على المستوى الداخلي في الجامعة.

### التوصيات والمقترحات :

بناءً على ما توصلت إليه الدراسة من نتائج فإن الباحث يورد فيما يلي بعض التوصيات

### والمقترحات:

١. تأسيس مركز إنتاج إعلامي متكامل يقوم بإنتاج المواد السمعية البصرية والمطبوعة تعكس أنشطة الجامعة وتقوم بتسويقها داخلياً وخارجياً وبالتالي تحسين صورتها.

٢. أهمية التنسيق والتكامل بين إدارات الجامعة المعنية بالاتصال والإعلام كإدارة العلاقات العامة وإدارة الوسائط التعليمية وغيرها من الإدارات من خلال استراتيجية إعلامية تهدف الي تحسين صورة جامعة الطائف لدي جمهورها الداخلي والخارجي.
٣. إجراء المزيد من البحوث لقياس الصورة الذهنية للجامعة لدى الجمهور الخارجي لا سيما طلبة المرحلة الإعدادية بالطائف وأولياء الأمور والإدارات التعليمية، ولقياس صورة الجامعة في وسائل الإعلام المحلية، ومنتديات الطلبة في الانترنت.

هوامش ومصادر البحث :

1- Remus Lonut, NaghiandLavinia Diana Tiplea, Analyzing University of Timisoara Perceived Image. 2013.

- 2- MehraliCalp, The Power of Metaphorical Images In Reading the Institutional Change In Higher Education Organizations: The Case of Large Turkish Public University.2013.
- 3- Noordini Abdallah, NooradiniSherif, NorzaidiDaud, Determining Brand Image Diminution of Malysian Research Universities: A Qualitative Approach, In: Journal of Applied Sciences Researches, Vol.8, N.5, 2012
- 4-Greta Drutiekienė, Op.Cit. Pp.167 – 262.
- 5- Chris Shapo, Exploring Rationales for Branding a University: Should We be Seeking to Measure Branding in UK Universities?, In: Journal of Brand Management, Vol.18 N.6, Macmillan pub, 2011, Pp.411– 422.
- 6- Helena Alves, The Influence of University Image on Student Behavior, Emerad Group Pub., 2010. Net Search at: <http://www.emeraldinsight.com>
- 7-Sung, Minjung., Un Yang., Sung, Toward The Model of University Image: The Influence of Brand Personality, External Prestige & Reputation. In: Journal of Public Relations Research, Vol 20, No 4, 2008.
- 8- Jason W.Lee, Kimberly S.Miloch, Patrick Kraft, Building The Brand: A Case Study of Troy University, In: Sport Marketing Quarterly, Vol.17 N.3, West Virginia University USA, 2008, Pp.178– 182.
- 9- Robert E.Stevens, C.WilliamM.Conkey, Henry S.Cole Kenneth E.Clow, College Image: A Strategic Marketing Dilemma, In: Services Marketing Quarterly, Vol.29 N.3, 2008, Net Search at: <http://smg.haworthpress.com>
- 10- Caroline Siegbahn, Jenny Oman, Identity & Image of a University, Case Studies of Management & Students at Lulea University of Technology. Master Thesis Department of Business Administration and social sciences, Lulea University of Technology, 2004. Net Search at: <http://pure.ltu.se/portal/files/30931905/LTU-SHU-EX-04071-SE.pdf>
- 11- Sue WestcottAlessandrietal,An integrative approach to university visual identity and reputation .Corporate reputationreview Vlum9 No.4 2006 pp.258– 270 net search at [www.plaggrave-journals.com](http://www.plaggrave-journals.com)
- 12-M.Arpan,Laura., et al., A cognitive Approach to Understanding University Image. In: Corporate Communication: An International Journal, Vol. 8, No 2, 2003.

13- Helena Alves. The influence of university image on student Behavior, E mired group pub.2010 .net search at <http://www.emeraldinsight.com> Palacio, Asuncion Beerli., et.al., The Configuration of The University Image & Its Relationship With The Satisfaction of Students. In: Journal of Educational Administration, Vol.40, No 5, 2002.

14- Queen Margret university college. Net search at [www.qmuc.as.uk/stplan.html](http://www.qmuc.as.uk/stplan.html)>

١٥- بشارة س. ج. دور العلاقات الامة في دعم فعالية الجامعات . دراسة تطبيقية علي جامعة الملك عبد العزيز في محافظة جدة . رسالة ماجستير (غير منشورة ) كلية الادارة والاقتصاد جامعة الملك عبد العزيز ٢٠٠٨

١٦- الحازمي م. و. اراء الاعلاميين السعوديين نحو جامعة الملك عبد العزيز . دراسة ميدانية . مجلة البحوث الاعلامية العدد ١٩ دار البيان للطباعة والنشر القاهرة يناير ٢٠٠٣ ص ص ٤٣٥ - ٤٧٥

١٧- فيصل محمد العقيل الصورة الذهنية لجامعة الملك سعود وسمعتها لدى الجمهور السعودي : دراسة مسحية علي مدينة الرياض . رسالة ماجستير (غير منشورة ) جامعة الملك سعود ٢٠٠٨

١٨- د عبد الله البريدي ، العلاقة بين الثقافة التنظيمية والرضاء الوظيفي والصورة الانطباعية بالتطبيق علي الكليات التقنية في المملكة العربية السعودية . المجلة العلمية للإدارة المجلد الاول العدد الثاني الرياض يناير-يونيو ٢٠٠٨ ص ص ٧-٤٦

١٩- د اميرة فؤاد احمد مهران ، تأثير الصورة الذهنية المدركة من طلاب برنامج الماجستير المهني علي مدى رضائهم وولائهم للجامعة . مجلة المحاسبة والادارة والتامين العدد ٧٤ السنة ٤٨ - القاهرة ٢٠٠٩

٢٠- الدكتور فريد هاشم فلمبان ( وكيل الدراسات العليا بجامعة الطائف ) مقابلة بمكتبه ( غير مقننة ) بتاريخ ١٨ / ١٠ / ١٤٣٢ هـ الساعة ٩ صباحاً

٢١- أ.د. عبد الإله بن عبد العزيز باناجة ( مدير الجامعة ) مقابلة ( غير مقننة ) بمكتبه بجامعة الطائف بتاريخ ٢١ / ١٠ / ١٤٣٢ هـ الساعة ١١ صباحاً .

٢٢- د. محمد الطويرقي ( وكيل جامعة الطائف ) مقابلة بتاريخ ١٧ / ١٢ / ١٤٣٢ هـ بمكتبه بالجامعة الساعة ٩ صباحاً .

٢٣ - د. عبد الله الشهري، عمادة تقانة المعلومات بجامعة الطائف مقابلة تاريخ ١ / ٤ / ٢٠١٣