

عمادة الدراسات العليا  
جامعة القدس

الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية لدى الطلبة في قطاع غزة والعوامل  
المؤثرة فيها

ياسمين خميس البوبو

رسالة ماجستير

القدس - فلسطين

1442هـ / 2021م

الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية لدى الطلبة في قطاع غزة والعوامل  
المؤثرة فيها

إعداد:

ياسمين خميس البوبو

بكالوريوس تكنولوجيا المعلومات الحاسوبية - جامعة القدس المفتوحة (2004)

المشرف: الدكتورة/ سامية عبدالله بالمنعم

قدمت هذه الدراسة استكمالاً لمتطلبات درجة الماجستير في التنمية المستدامة مسار  
بناء المؤسسات والتنمية البشرية - معهد التنمية المستدامة / جامعة القدس

1442هـ / 2021م



جامعة القدس  
عمادة الدراسات العليا  
معهد التنمية المستدامة

## إجازة الرسالة

الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية لدى الطلبة في قطاع غزة والعوامل المؤثرة فيها

اسم الطالبة: ياسمين خميس محمد البوبو

الرقم الجامعي: 21620400

إشراف الدكتورة: سامية عبد الله عبد المنعم.

نوقشت هذه الرسالة وأجريت بتاريخ 2021/05/27 من أعضاء لجنة المناقشة المدرجة  
أسمائهم وتواقيعهم

التوقيع: .....  
التوقيع: .....  
التوقيع: .....

1- رئيس اللجنة: الدكتورة: سامية عبد الله عبد المنعم

2- ممتحناً داخلياً: الدكتور عبد الوهاب الصباغ

3- ممتحناً خارجياً: الدكتور إسماعيل قاسم

القدس - فلسطين

1442 هـ - 2021 م

## الإهداء

مههما قدمت ومههما أنجزت لا استطيع ايفائهم حقهم علي

أهدي هذا العمل المتواضع إلى من سهروا الليالي

وإلى من لم يبخلوا علي حتى بأرواحهم

إلى من دعموني وساندوني حتى وصلت إلى ما أنا عليه الآن والحمد لله

إلى الأكرمين، من أحمد الله انني ابنتهم

إلى روح والدي الرجل المبجل، الذي لم ولن يتكرر رحمه الله واسكنه الله الفردوس الأعلى مع الأنبياء

والصديقين والشهداء وحسن أولئك رفيقاً

وإلى والدي السيدة المثابرة المكافحة لأجل أبنائها نادرة الوجود

وإلى أخوتي وأخواتي وأبنائهم وعائلتي سندي وعزوتي من بعد الله ثم من بعد والديّ

الباحثة: ياسمين خميس البويو

## الإقرار

أقر أنا معدة الرسالة التي تحمل عنوان: "الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية لدى الطلبة في قطاع غزة والعوامل المؤثرة فيها" بأنها قُدمت لجامعة القدس، لنيل درجة الماجستير، وأنها نتيجة بحثي الخاص باستثناء ما تم الإشارة حيثما ورد، وأن هذه الدراسة، أو أي منها لم يقدم لنيل درجة عليا لأي جامعة، أو معهد آخر

التوقيع: 

ياسمين خميس محمد البوبو

التاريخ: 2021/06/03

## مصطلحات الدراسة

ورد في الدراسة المصطلحات التالية:

### الجامعة:

تُعرف الجامعة بأنها المركز الأساسي المنوط به تشكيل القوى البشرية المنتجة للمجتمع، وتتوزع مخرجاتها البشرية على كافة القطاعات المجتمعية، وتسكن طبقاته، وكلما كان هذا العائد جيداً كلما قويت الدعامة الأساسية للنهوض بالمجتمع (عبود، 2007، ص 281).

### الصورة الذهنية:

يتكون المفهوم من كلمتين؛ الأولى الصورة وهي ظاهر الشيء، والثانية الذهنية وهي ما يتعلق بالعقل والتفكير، وتعرف الصورة الذهنية بأنها الصورة والتصور الذي يتكون في الذهن عن الجامعة، وقد تكون الصورة إيجابية، أو سلبية، وتمثل انطباع الفرد عن المؤسسة المستهدفة "الجامعة"، ومدى قبوله لها، وترتبط الصورة الذهنية بمعرفة الفرد وميوله وسلوكه تجاه هذه المؤسسة "الجامعة"، ولها ثلاث مكونات (ابعاد الصورة الذهنية): الصورة الذهنية المعرفية، والوجدانية، والسلوكية، ولها آثار على الميزة التنافسية (Ramdana, Rahayua, Wibowoa, & Dirgantaria, 2020, p. 359).

### ابعاد الصورة الذهنية:

1- **المكون المعرفي:** يتضمن أفكار الفرد وآراءه ومرجعياته المعرفية نحو الجامعة، حيث تعد الأفكار والآراء أحد مصادر العمليات العقلية العليا للفرد. ويعرف المكون المعرفي بأنه المعلومات التي يدركها الفرد حول موضوع ما، أو قضية أو شخص، أو منظمة، وتعد هذه المعلومات مصدر أساس لبناء الصورة الذهنية.

2- **المكون السلوكي:** أوجه النشاط الإنساني، وسلوك الفرد في ضوء القرارات والأحكام التي يتخذها تجاه الجامعة بناءً على ما يحمله من خزين متراكم من الصور الذهنية. حيث يعكس المكون السلوكي الصورة الذهنية المشكّلة، وبالتالي تتبع أهمية قياس الصورة الذهنية في أنها أحد متطلبات التنبؤ بسلوك الأفراد.

3- **المكون الوجداني:** الشحنات العاطفية الانفعالية سلبية وإيجابية التي تتسم بها الأفكار والانطباعات تجاه الجامعة، ويدخل في إطار ذلك الصفات التي تتصف بها الجامعة. والمكون الوجداني يعكس الميل الايجابي أو السلبي تجاه الموضوع أو القضية أو الشخص أو المنظمة، ويتكون البعد الوجداني في ضوء البعد المعرفي، وعادة يتمثل المكون الوجداني من خلال الاشباعات التي تتحقق لدى الفرد من الموقف أو الشيء أو المنظمة. (الصليبي و زعرور 2017)

### **العوامل المؤثرة في تكوين الصورة الذهنية بشكل عام:**

و هي العوامل المؤثرة في تكوين الصورة الذهنية بالنسبة للمؤسسات وهي ( العوامل المادية – العوامل الشخصية – العوامل الاجتماعية – العوامل التنظيمية – العوامل الإعلامية – العوامل التقنية ).

1- **العوامل المادية:** يقصد بها التجهيزات المتوفرة بالجامعة، ومكان إقامتها، وفروعها، وأقسامها، ومباني الجامعة، ومدى قبول الطلبة لهذه المباني والتجهيزات، ودورها في توفير خدمة تعليمية مميزة.

2- **العوامل الشخصية:** تتمثل بالسمات الذاتية للأفراد، ومستوى تعليمهم، وثقافتهم، وعاداتهم، ومرجعياتهم الاتصالية، ودافعيتهم تجاه المعلومات المتعلقة بالمنظمة، وقدراتهم في تفسير وتحليل المعلومات.

3- **العوامل الاجتماعية:** تتمثل العوامل الاجتماعية بجماعات التأثير المختلفة، مثل الأسرة، والأصدقاء، ومؤسسات المجتمع المحلي، واتصال الفرد بهذه الجماعات، وثقته بها، إضافة إلى الاتجاهات في الرأي العام، والقيم السائدة في المجتمع وثقافته.

4- **العوامل التنظيمية:** تتمثل العوامل التنظيمية باستراتيجية المنظمة في إدارة الصورة الذهنية لها، وفلسفتها، وثقافتها التنظيمية، وسياسات الإنتاج والهيكل التنظيمية لها، وطبيعة الاتصالات وفعاليتها، والرسائل الاتصالية التي تنقلها وسائل الإعلام المختلفة، إضافة إلى اتصالاتها الشخصية المباشرة بين العاملين والجمهور، والأعمال الاجتماعية التي تقوم بها، ومدى التزامها بالمسؤولية الاجتماعية.

5- **العوامل الإعلامية:** تتمثل بالجهود الإعلامية والتسويقية التي تقدمها المنظمة، وتؤثر في صورتها لدى الجمهور، خاصةً قدرة هذه العوامل على تغطية كافة الجماهير، وبيان كافة الأحداث

والمواقف الإيجابية والسلبية للمنظمة، وحجم الاهتمام الذي توليه وسائل الإعلام المحلية والاتصالية لأخبار المنظمة وأنشطتها المختلفة.

6- **العوامل التقنية:** تعد العوامل التقنية من أهم جوانب نجاح الجامعة؛ خاصة وأن الجامعات منبر العلم والمعرفة، وبالتالي فإنها مطالبة بمواكبة التقنيات، والعوامل التقنية تتحدد في إطار التطور الذي يشهده العالم، ومدى التزام الجامعة بتحسين خدماتها لتتفق وتتكيف مع التطور الحاصل، إضافة إلى توفير الجامعة للأجهزة والمختبرات التقنية المناسبة، كما يجب الأخذ بعين الاعتبار التطور الذي تشهده وسائل الاتصال والإعلام، خاصة مع ظهور وسائل الاتصال الاجتماعي، والتي يمكن أن تستغلها الجامعة في نشر أنشطتها وبرامجها، والتفاعل الإيجابي مع الجمهور الداخلي والخارجي. (معمرى، 2015، ص 59 - 60)، و(عيواج، 2018، ص 28).

### العوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية للجامعة

ترتبط صورة الجامعة بهويتها، وهوية الجامعة تعني الكيفية أو الطريقة والأساليب التي ترغب الجامعة في أن تحدد لها لنفسها، وموقعها بين مؤسسات التعليم العالي، أو هي الخصائص المرتبطة بالجامعة وتميزها عن غيرها، وربط هوية الجامعة بأصحاب العلاقة مثل: الطلبة، والعاملون، والوسائل الإعلامية المرئية وغير المرئية، والمجتمع المحلي، والمنافسون، ووزارة التربية والتعليم، وغيرهم. حيث تتكون هوية الجامعة من أربعة عناصر رئيسية، وهي:

1- **الاتصالات والهوية المرئية حيث تتكون من:** (اتصالات الجامعة و الطابع المعماري والموقع للجامعة بالإضافة الى ملامح و مرافق الجامعة)

2- **الجوانب السلوكية للجامعة:** تتكون من: ( سلوك الجامعة و سلوك مسؤوليها و العاملين فيها)

3- **ثقافة الجامعة:** تتكون من: ( فلسفة الجامعة و اهدافها و رسالتها و مبادئها و جنسيتها بالإضافة الى تصورات قيادة الجامعة و تاريخها)

4- **أوضاع السوق:** تتكون من: ( طبيعة الجامعة و طرق التدريس و استراتيجيات السوق والمنافسة). (درة والمجاني، 2010، ص 384)

## المخلص

هدفت الدراسة التعرف إلى مستوى الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية عند طلبتها، والكشف عن أبرز العوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية في المحافظات الجنوبية، ولتحقيق أهداف الدراسة استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي، حيث مجتمع الدراسة يتكون من (41362) طالب وطالبة من الجامعات الفلسطينية. تم استخدام الاستبانة كأداة لجمع البيانات، حيث طبقت على عينة بلغت (380) طالباً وطالبة اختيروا بطريقة عشوائية طبقية من جامعة الأقصى، وجامعة الأزهر، وجامعة فلسطين، والجامعة الإسلامية، وجامعة القدس المفتوحة، فاستجاب منهم (372) طالباً وطالبة، بنسبة استجابة بلغت (77.50%).

فتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج جاء أهمها أن مستوى الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية لدى طلبتها مرتفعاً وبلغ الوزن النسبي للدرجة الكلية (74.75%). وحصل البعد الوجداني على المرتبة الأولى بوزن نسبي (76.02%)، يليه البعد المعرفي بوزن نسبي (74.17%)، وأخيراً البعد السلوكي بوزن نسبي (74.05%). وجاء الوزن النسبي للعوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية بالمحافظات الجنوبية مرتفعاً (75.11%)، وكانت أبرز هذه العوامل هوية الجامعة بوزن نسبي (78.57%)، ثم ثقافة الجامعة بوزن نسبي (76.80%)، يليه رؤية ورسالة الجامعة (75.08%)، يليه السمعة الأكاديمية (73.49%)، وأخيراً التكنولوجيا المتوفرة (72.36%). وتبين وجود علاقة موجبة بين العوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية وصورتها الذهنية عند طلبتها بنسبة (74.75%)، وتبين وجود أثر للعوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية على صورتها الذهنية عند طلبتها بنسبة (75.11%)، وأشارت النتائج أنه لا توجد فروق بين استجابات أفراد عينة الدراسة حول مستوى الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية والعوامل المؤثرة فيها تعزى لمتغيرات الجامعة ومكان السكن والمستوى الدراسي والكلية، فقط ظهرت فروق تعزى لمتغير الجنس لصالح الإناث.

وفي ضوء نتائج الدراسة أوصت الباحثة الجامعات الفلسطينية بتقديم خدمات وبرامج أكاديمية تواكب التطورات، وأن تضع ضمن سياساتها آليات لتحسين الصورة الذهنية عند طلبتها، وتنمية ميولهم الإيجابية تجاه الجامعة ومرافقها.

وأوصت الباحثة بعقد ندوات وأيام دراسية يلتقي بها الطالب مع إدارة جامعته لتبادل الأفكار ومنح الطالب المعلومات الكافية حول جامعته وإدارتها وسياساتها، ورفع مستوى الاهتمام بالمناسبات الوطنية والإسلامية؛ لأن لها تأثير قوي في بناء وتكوين الصورة الذهنية للجامعة.

**الكلمات المفتاحية: - الجامعة - الصورة الذهنية - العوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية.**

# **The mental image of Palestinian universities among students in the Gaza Strip and the factors affecting them.**

**Preparation: Yasmin K. Al- Bobo**

**Supervision: Prof. Samia A. Abdel Moneim**

## **Abstract**

The study aimed to recognize the level of mental photo for Palestinian universities and to reveal the most prominent affecting factors in constructing the Palestinian universities' mental photo in Southern provinces. Also to recognize the relationship between the Palestinian universities' mental photo and its mental photo inside the students, and tests the effect of some demographic variables (gender, the university, the place of living, The Academic level, and the college) on responses of the sample around the Palestinian universities' mental photo and the influencing factors in. to achieve the study objectives, the researcher used the descriptive-analytical approach and the questionnaire as a collecting data tool. The researcher applied the questionnaire on (380) students (Male and Female) which these samples were collected stratified random from Al-Aqsa, Al-Azhar, Palestine, Islamic, and Al-Quds open universities. (372) male and female students answered in a response rate reached to (77.50%).

The study found some results noted the most significant that the level of the Palestinian universities' mental photo for its students was high and the relative weight reached to the total score (74.4%). The affective dimension got ranked first in relative weight (76.2%), and it is followed by the cognitive dimension in relative weight (74.17%), and finally the behavioral dimension in relative weight (74.05%). The relative weight for influencing factors in building the Palestinian universities' mental photo in Southern provinces was high (75.7%). The most important factor was university's identity in relative weight (78.57%), then university's culture in relative Weight (76.80%), and it is followed by university's vision and letter (75.08%), and its followed by the academic reputation in (73.49%), at the final the available technology in (72.36%). That showed there is a positive relationship between the Palestinian universities' mental photo and its mental photo inside the students. And found there is an impact for effecting factors in constructing the Palestinian universities' mental photo on its mental photo inside the students. The results moreover indicated there are no differences between individuals responses study sample around the level of mental photo for Palestinian universities and the influencing factors due to the university's variables, the place of living, the academic level, and the college.

In the light of study results, the researcher recommends Palestinian universities to provide services and academic programs keep up with developments, Also put in its policies mechanisms to improve the mental photo for its students and their positive tendencies towards the university and its facilities.

**Keywords:** The university \_ The mental photo \_The influencing factors in building the mental photo.

# الفصل الأول

## الإطار العام للدراسة

1.1 المقدمة

1.2 مشكلة الدراسة

1.3 أسئلة الدراسة

1.4 أهمية الدراسة

1.5 أهداف الدراسة

1.6 أنموذج الدراسة

1.7 فرضيات الدراسة

1.8 حدود الدراسة

## الفصل الأول

### الإطار العام للدراسة

#### 1.1 المقدمة

يحظى موضوع الصورة الذهنية على اهتمام الباحثين والمختصين في الأدبيات الإدارية والتسويقية؛ لأنها تفسر جزء من سلوك المستفيدين، و تبني نتيجة لانطباعات وخبرات متراكمة لدى الطالب، ويصعب إزالتها بمرور الوقت، رغم أنه يمكن تغييرها أو تعديلها (لفتة، 2016، ص 49). إلا أن هناك عوامل شخصية، وتنظيمية، وأسرية، واجتماعية، واقتصادية وعوامل أخرى تؤثر في الصورة الذهنية للجامعات (الجامعات الفلسطينية) وتعمل على تكوينها. فمن هذا المنطلق تأتي الدراسة الحالية لفهم وتحليل طبيعة بناء وتكوين الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية، والعوامل المؤثرة فيها، مع بيان أبرزها وأكثر قوة تأثير في بناء الصورة الذهنية ضمن أبعادها المختلفة. وفي سياق متصل أشار كل من (Ayub, et. al, 2015; Riel & Balmer, 2016) إلى أن الصورة الذهنية موضوع مهم لكنه غير ملموس يدعم استراتيجية المنظمة في تسويق منتجاتها وخدماتها، وهي أصل استراتيجي يسهم في استدامة الميزة التنافسية، مع بيئة مشجعة للبقاء. كما أشار (دويدات والمرشدي، 2013) أن الجامعات أكثر المنظمات التي تحتاج إلى بناء صورة ذهنية إيجابية قوية. حيث إنها أحد المرتكزات والمكتسبات الرئيسية التي تراعيها إدارات الجامعات وتوليها درجة كبيرة من الأهمية. وأكد (Belli et. al, 2015) أن الصورة الذهنية تسهم في جذب أعضاء هيئة التدريس المميزين، وأشار (Azoury et. al,

2014) أن جذب المزيد من الطلاب واقناعهم بخدمات الجامعة التعليمية والإدارية يكون عبر بناء صورة ذهنية إيجابية، ؛ لأن الصورة الذهنية أصبحت ذات طابع تصنيفي للجامعات.

ويتضح من العرض السابق أن الصورة الذهنية مرتبطة بانطباعات، وتتبع هذه الانطباعات من خبرات وتجارب مباشرة وغير مباشرة، ويحصل الفرد على هذه الانطباعات والخبرات المتراكمة من خلال عوامل ومتغيرات متباينة ومتعددة، و من خلال هذه المنطلق وجب التركيز وعلى معرفة الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية لدى طلبتها والاهتمام و معرفة العوامل المؤثرة في بنائها لدى الطلبة .

## 1.2 مشكلة الدراسة

تواجه الجامعات الفلسطينية بقطاع غزة و التي بلغت اعداد طلبتها (الجامعات عينة الدراسة )خلال العام (2020/2019) حسب الكتاب الاحصائي لوزارة التعليم العالي ( جامعة الازهر، 16899 طالب وطالبة - الجامعة الإسلامية، 24514 طالب وطالبة - جامعة الأقصى، 25770 طالب وطالبة - جامعة فلسطين ، 8115 طالب وطالبة-جامعة القدس المفتوحة، 50000 طالب وطالبة) تحديات عظيمة بسبب الحصار الاسرائيلي، والظروف الاستثنائية التي تمر على قطاع غزة، وانخفاض قدرات الطلبة على الإيفاء بالتزاماتهم المالية، فتجاهلت بعض الجامعات الفلسطينية بعض الاستراتيجيات التسويقية كإطار لخفض تكلفة الخدمات التعليمية، وكان لذلك أثر على الصورة الذهنية حول الجامعات، ومن خلال احتكاك الباحثة ببعض الطلبة والطالبات وجدت تذرر وتنافر في آرائهم حول الجامعة وسمعتها وخدماتها الإدارية والتعليمية؛ مما يشير إلى اهتزاز الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية بقطاع غزة، لذا تسعى الدراسة الحالية لفهم وتحليل طبيعة الصورة الذهنية التي يكونها الطلبة عن جامعاتهم ومعرفة وتحليل العوامل المؤثرة فيها من أجل ترتيبها وتوضيح أبرزها وتقديم التوصيات اللازمة لتعزيزها لتحسين صورة الجامعات الذهنية لدى طلبتها.

وما دفع الباحثة إلى إجراء الدراسة الحالية، الأهمية التي تحظى بها الصورة الذهنية بالنسبة لسمعة الجامعة وقدراتها على النمو والاستمرارية والتنافس، خاصةً وأن الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة تعمل في سوق تنافسي، حيث أشارت وزارة التربية والتعليم ضمن الكتاب الاحصائي التربوي السنوي لعام (2020م) أن عدد المؤسسات الأكاديمية في قطاع غزة تبلغ (26) مؤسسة، منها (8) جامعات، و(18) كلية، وتعددت خصائصها فمنها أهلية، أو تتبع نظام التعليم المفتوح، ومنها جامعات

ومؤسسات حكومية وأخرى خاصة (وزارة التربية والتعليم، 2020، ص 75)، وهذا التباين في خصائص الجامعات قد يفتح آفاقاً لتعدد العوامل التي تؤثر في الصورة الذهنية، وتعددها أيضاً يزيد التنافس فيما بينها، وعلى اعتبار أن الصورة الذهنية تعزز الميزة التنافسية، فإن هذه الجامعات تلجأ إلى استراتيجيات مختلفة لتكوين الصورة الذهنية، وهذا يعد من أهم مبررات إجراء الدراسة الحالية.

كذلك جاءت الدراسة الحالية استجابة لتوصيات ومقترحات بعض الدراسات السابقة ذات العلاقة، حيث أوصت دراسة كل من (صليبي وزعرور، 2019؛ والحياي وخلف، 2014؛ والشديفات، 2013؛ ودوبدار والمرشدي، 2013) بإجراء دراسات لقياس الصورة الذهنية للجامعات، ودراسة العوامل المؤثرة فيها.

### 1. 3 أسئلة الدراسة

انطلاقاً من مشكلة الدراسة فإن الدراسة تسعى للإجابة عن الأسئلة التالية:

- 1- ما مستوى الصورة الذهنية عن الجامعات الفلسطينية لدى طلبتها في المحافظات الجنوبية
- 2- ما أبرز العوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية في المحافظات الجنوبية؟
- 3- هل توجد علاقة بين العوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية وصورتها الذهنية لدى طلبتها بالمحافظات الجنوبية؟
- 4- هل يوجد أثر للعوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية على صورتها الذهنية لدى طلبتها.
- 5- هل يوجد فروق بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة حول مستوى الصورة الذهنية عن الجامعات الفلسطينية لدى طلبتها بالمحافظات الجنوبية باختلاف متغيرات (الجنس، والجامعة، ومكان السكن، والمستوى الدراسي، والكلية)؟

## 1. 4 أهمية الدراسة

تنقسم أهمية الدراسة إلى:

### 1. 4. 1 أهمية نظرية:

1. تنبثق أهمية الدراسة من حساسية وخصوصية الموضوع الذي تتناوله؛ حيث تعد الصورة الذهنية ذات طابع يؤثر في نمو واستمرارية المؤسسة الأكاديمية وقدرتها على تسويق خدماتها.
2. تكمن أهمية الدراسة في أنها تتعلق بموضوع يتعلق بقدرات المؤسسة الأكاديمية على التنافس وجذب الطلبة لبرامجها وخدماتها التعليمية.
3. الوقوف على العوامل المؤثرة في الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية؛ يعزز القدرة على فهم وتحليل ميول الطلبة، واتجاهاتهم نحو البرامج الأكاديمية المطروحة، ويمنحهم الجامعات إدراك حول سبل التأثير في تكوين الصورة الذهنية.

### 1. 4. 2 أهمية تطبيقية:

1. قد تفيد نتائج الدراسة الحالية القائمين على الجامعات الفلسطينية، وصناع القرار في مجالس إدارة هذه الجامعات؛ لأنها توضح لهم الصورة الذهنية لدى الطلبة في الجامعات الفلسطينية و خاصة الجامعات قيد الدراسة حيث بلغ اعداد طلبتها ( جامعة الازهر، 16899 طالب وطالبة - الجامعة الإسلامية، 24514 طالب وطالبة - جامعة الأقصى، 25770 طالب وطالبة -جامعة فلسطين ، 8115 طالب وطالبة-جامعة القدس المفتوحة، 50000 طالب وطالبة) ، و توضح الصورة الذهنية والعوامل المؤثرة فيها، بما يفتح لهم آفاق لتعزيز الجوانب الإيجابية في الصورة الذهنية وعلاج الجوانب السلبية.
2. تقدم الدراسة نتائج وتوصيات تفيد القائمين على تسويق الخدمات الجامعية؛ حيث توضح لهم بعض الجوانب التي تحظى باهتمام الطلبة والمجتمع المحلي، بما يجعلهم قادرين على صياغة استراتيجيات تسويق تتوافق مع حاجات المجتمع المحلي والطلبة.
3. تقدم الدراسة نتائج وتوصيات تفيد القائمين لتقديمها الى الممولين و الجهات المانحة؛ حيث توضح لهم بعض الجوانب التي تحظى باهتمام الطلبة والمجتمع المحلي، و توضح النواص التي تحتاجها الجامعات لتتال الصورة الذهنية الإيجابية لدى طلبتها و المجتمع المحلي.

4. تفيد نتائج وتوصيات الدراسة دائرة العلاقات العامة والدوائر ذات العلاقة في الجامعات الفلسطينية؛ لأنها الجهة التي تسعى لمعرفة الصورة الذهنية وتسعى لتحسينها.
5. تقدم الدراسة نتائج وتوصيات ومقترحات؛ تفيد الباحثين والمختصين، وتفتح لهم آفاقاً مستقبلية لدراسة موضوع الصورة الذهنية والعوامل المؤثرة فيها في مجتمعات مشابهة وفئات أخرى.

## 1. 5 أهداف الدراسة

تسعى الدراسة الحالية إلى تحقيق التالي:

- 1- معرفة واقع الصورة الذهنية عن الجامعات الفلسطينية لدى طلبتها في المحافظات الجنوبية.
- 2- الكشف عن أبرز العوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية في المحافظات الجنوبية.
- 3- التحقق من وجود علاقة بين العوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية وصورتها الذهنية لدى طلبتها بالمحافظات الجنوبية.
- 4- اختبار الفروق بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة حول مستوى الصورة الذهنية عن الجامعات الفلسطينية لدى طلبتها بالمحافظات الجنوبية باختلاف متغيرات (الجنس، والجامعة، ومكان السكن، والمستوى الدراسي، والكلية).
- 5- التعرف إلى الفروق بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة حول العوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية بالمحافظات الجنوبية باختلاف متغيرات (الجنس، والجامعة، ومكان السكن، والمستوى الدراسي، والكلية).

## 1. 6 فرضيات الدراسة

الفرضية الرئيسية الأولى: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين العوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية وصورتها الذهنية لدى الطلبة.

وينبثق عنها الفرضيات الفرعية التالية:

1. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين رؤية ورسالة الجامعات الفلسطينية وصورتها الذهنية لدى الطلبة.

2. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين ثقافة الجامعات الفلسطينية وصورتها الذهنية لدى الطلبة.

3. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين هوية الجامعات الفلسطينية وصورتها الذهنية لدى الطلبة.

4. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين السمعة الأكاديمية للجامعات الفلسطينية وصورتها الذهنية لدى الطلبة.

5. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين التكنولوجيا المتوفرة في الجامعات الفلسطينية وصورتها الذهنية لدى الطلبة.

الفرضية الرئيسية الثانية: يوجد أثر دال إحصائياً عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) للعوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية على صورتها الذهنية لدى طلبتها.

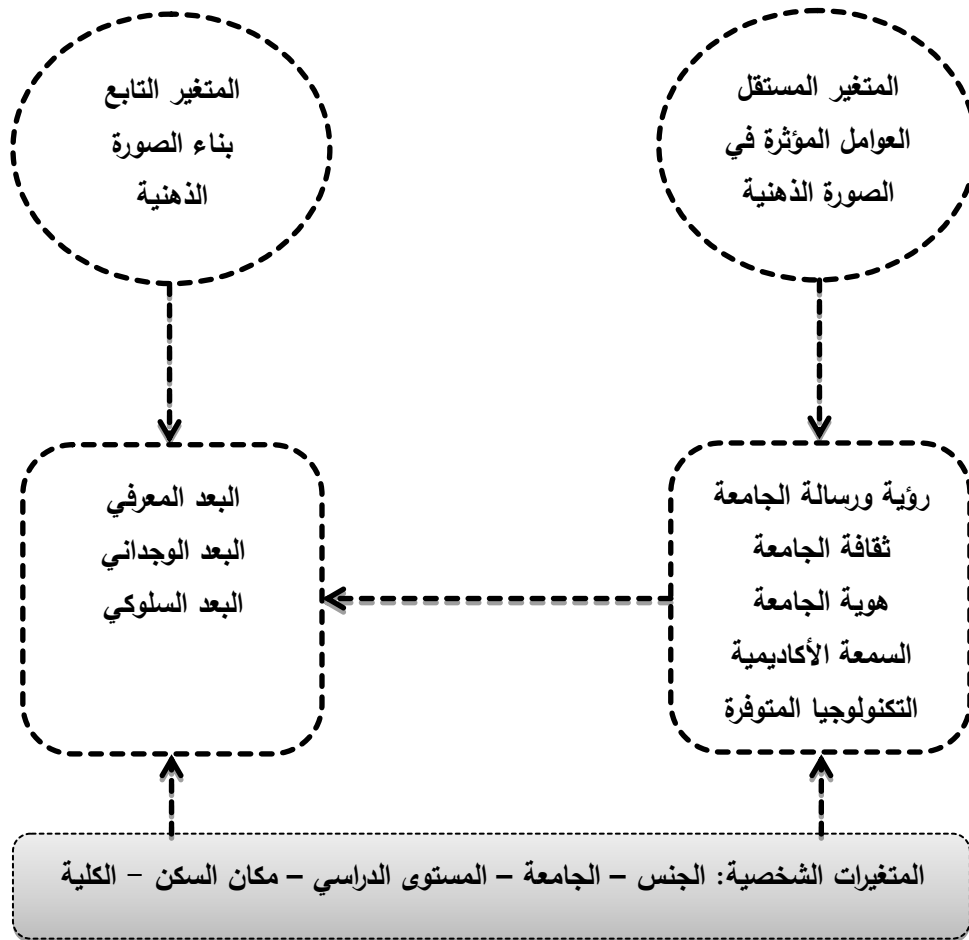
الفرضية الرئيسية الثالثة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة حول مستوى الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية لدى طلبتها في المحافظات الجنوبية تعزى لمتغيرات: الجنس والجامعة ومكان السكن والمستوى الدراسي والكلية.

الفرضية الرئيسية الرابعة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة حول العوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية في المحافظات الجنوبية تعزى لمتغيرات: الجنس والجامعة ومكان السكن والمستوى الدراسي والكلية.

و تمت صياغة الفرضيات على هذا النحو حيث يتم دراسة العلاقة ثم التحقق من أكثر العوامل إسهاماً في تنمية الصورة الذهنية، حيث أن إيجاد الأثر يكون بعد التحقق من وجود علاقة حتى لو كانت الباحثة تعلم بأن هناك علاقة فيجب أن تتحقق منها لذا وضعت بالأهداف التحقق من وجود علاقة، لأن وجود أثر يعني وجود علاقة أكيدة لكن وجود علاقة لا يعني وجود أثر أكيد.

## 1. 7 أنموذج الدراسة

- ✓ المتغير المستقل: العوامل المؤثرة في الصورة الذهنية.
  - ✓ المتغير التابع: بناء الصورة الذهنية.
  - ✓ المتغيرات الشخصية: الجنس، الجامعة، المستوى الدراسي، مكان السكن، الكلية.
- ويمكن تضمين هذه المتغيرات وأبعادها في الأنموذج التالي:



شكل رقم (1) أنموذج متغيرات الدراسة

المصدر: المصادر إعداد الباحثة في ضوء الأدبيات السابقة مثل (الصليبي وزعرور، 2019؛ والرميدي، 2017؛ ولفته، 2016، وفريجات، 2015؛ وقبلان، 2015؛ والحماد، 2014)، و حسب ما ورد في الجداول رقم (2. 1؛ و2. 3)

## 1. 8 حدود الدراسة

تحدد الدراسة في إطار التالي:-

1. **الحدود الموضوعية:** تتحدد الدراسة في إطار الموضوع الذي تتناوله "الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية عند طلبتها والعوامل المؤثرة فيها".

2. **الحدود المكانية:** اقتصرت الدراسة على الجامعات الفلسطينية بالمحافظات الجنوبية.

3. **الحدود المؤسسية:** طبقت مفردات هذه الدراسة على الجامعات التالية: جامعة الأزهر، وجامعة الأقصى، وجامعة فلسطين، والجامعة الإسلامية، وجامعة القدس المفتوحة؛ كونها تعد كبرى الجامعات الفلسطينية بقطاع غزة.

الباحثة حاولت جاهدة تطبيق الدراسة على كافة الجامعات الفلسطينية بمحافظات فلسطين الجنوبية، وهي عبارة عن (6 جامعات نظامية و2 جامعة للتعليم المفتوح)، وقامت الباحثة بتحديد الجامعات الأكبر الاقدم من حيث عدد الطلبة وعدد البرامج الأكاديمية، علماً بأنه تم استثناء جامعات: غزة والأمة والإسراء فقط، بمعنى أن الباحثة طبقت الدراسة على 5 من أصل 8 جامعات.

4. **الحدود البشرية:** اقتصرت الدراسة على عينة من طلبة الجامعات التالية: جامعة الأزهر، وجامعة الأقصى، وجامعة فلسطين، والجامعة الإسلامية، وجامعة القدس المفتوحة؛ وذلك ضمن المستويين الثالث والرابع.

5. **الحدود الزمنية:** أجريت الدراسة خلال العام (2020م).

## الفصل الثاني

### الإطار النظري والدراسات السابقة

2. 1 المبحث الأول: الصورة الذهنية للجامعات

2. 2 المبحث الثاني: العوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية

2. 3 المبحث الثالث: الإطار المفاهيمي للجامعات

2. 4 المبحث الرابع: الدراسات السابقة والتعقيب عليها

## الفصل الثاني

### الإطار النظري والدراسات السابقة

تمهيد:-

تتناول الدراسة متغيري العوامل المؤثرة في الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية، والصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية عند طلبتها، ويعرض الفصل الثاني أدبيات الدراسة النظرية من خلال أربعة مباحث، تناولت الباحثة من خلال المبحث الأول مفهوم الجامعة وأهدافها، ووظائفها، كما تناول المبحث الثاني الصورة الذهنية من حيث المفهوم والأهمية والسمات المميزة وأبعاد الصورة الذهنية، كما تناول المبحث الثالث العوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية للجامعات، وتجارب بعض الجامعات العربية والعالمية في تحسين صورتها الذهنية، أما المبحث الرابع فاختص بالدراسات السابقة والتعقيب عليها بهدف بيان الفجوة البحثية للدراسة الحالية.

#### 1.1 المبحث الأول: الصورة الذهنية للجامعات

تعد الصورة الذهنية من المفاهيم التي حظيت باهتمام كبير من علماء الإدارة والعلاقات العامة، والباحثين والمختصين في هذه المجالات؛ كون تحسينها هدفاً من أهداف معظم المؤسسات الإنتاجية والخدمية، وتناولت الباحثة من خلال هذا المبحث مفهوم الصورة الذهنية، وسماتها، ومصادر بناء الصورة الذهنية وأبعادها.

## 1.1.1 مفهوم الصورة الذهنية

تتبع مفاهيم وتعريفات الصورة الذهنية بحاجة إلى تمعن ودقة؛ لأن الصورة تعني التخيل أو الشكل والوحي والخيال، وهذا تعريف بعيد عن مفهوم الصورة الذهنية؛ لأن مفهوم الصورة الذهنية له صدى إعلامي وتسويقي، ولديه ارتباط بعواطف الفرد ومشاعره وميوله، وغالباً ما تستند إلى واقع تجرية.

ومصطلح الصورة الذهنية يعود في أصوله إلى الكلمة اللاتينية (Image)، بمعنى رسم أو صورة متصلة بالعقل، ومردود الكلمة يرجع إلى المحاكاة والتمثيل، فعرفها قاموس ويبستر أنها تقديم العقل لأي شيء، لا يمكن تقديمه للحواس بشكل مباشر، بمعنى أنها تخيل لما أدركته الحواس. وتعني أيضاً مجموعة إدراكات يكونها الفرد حول شيء ما بطريقة الصورة (Kotler, 2003, p. 729).

وتُعرف الصورة الذهنية بأنها مجموعة من المعارف والتجارب والخبرات المتراكمة، التي تتشكل في ذهن المستهلكين، وترسم انطباعاتاً معينة من خلال عدة وسائل اتصالية تؤثر في سلوكهم تجاه المنظمة أو الشيء، مما يجعلهم لديهم ارتباط عاطفي، واتجاهات وعادات اجتماعية تجاهها (الشيخ، 2009، ص 13).

وعرف كوتلر وكيلر الصورة الذهنية بأنها مجموعة أفكار ومشاعر ومعتقدات يكونها الفرد تجاه شيء ما (Kotler & Keller, 2012).

كما عُرِفَت الصورة الذهنية بأنها الخزين المتراكم من الأفكار والانطباعات والأحكام الموجودة في ذهن الإنسان والتي تكونت بفعل قدرات حسية مباشرة أو غير مباشرة تجاه فرد أو جماعة أو منظمة أو ظاهرة، وبشكل هذا الخزين مصدراً من مصادر التفكير، والتي تقود إلى اتخاذ قرارات وأحكام تجاه المواقف والأشياء، وعادة ما يكون الخزين المتراكم من الصور الذهنية مشحوناً بعاطفة بحيث تكون الانطباعات والأحكام سلبية أو إيجابية (موسى، 2014، ص 56 - 57).

وعرف فريجات (2015، ص 807) الصورة الذهنية بأنها الناتج النهائي للانطباعات الذاتية التي تتكون عند الأفراد إزاء شيء، أو نظام، أو منشأة، أو منظمة ولهذه الانطباعات تأثير على حياة الفرد، وتتكون هذه الانطباعات من خلال تجارب مباشرة أو غير مباشرة، وترتبط هذه التجارب بعواطف الفرد واتجاهاته وعقائده بغض النظر عن صحة المعلومات التي تتضمنها تجاربه؛ لأنها تمثل واقعاً صادقاً عن الفرد ذاته.

وهي أيضاً عملية معرفية نفسية نسبية تعود لأصول ثقافية واجتماعية مبنية على إدراك الفرد الاختياري المباشر وغير المباشر لسمات وخصائص شيء ما أو جماعة أو منظمة، وتشكيل انطباعات واتجاهات عاطفية، تسفر عن توجهات سلوكية في إطار مجتمع معين (الزغبى، 2015، ص 10).

والصورة الذهنية عبارة عن مجموعة من المعتقدات والمشار التي تريد المؤسسة أن تتبادر إلى أذهان المصالح والاهتمام عندما يفكرون في هذه المؤسسة (قاشي وبو درجة، 2016، ص 6).

والصورة الذهنية للجامعة تعني الانطباع الذي يكونه المجتمع أو الأفراد عن المؤسسة الأكاديمية وهو مرتبط بالمشاعر، وقد يكون انطباع سلبي أو إيجابي، وقد يكون صحيحاً أو خاطئاً، وقد يكون مبنياً على حقائق أو غيرها، ويتأثر بمدى الإدراك والاتجاهات والتنشئة الأسرية والاجتماعية، وهو قابل للتغيير حسب المواقف، كما تمثل الانطباعات التي يكونها الفرد عن الجامعة بناءً على معرفة أو تحليل أو مشورة (صليبي وزعرور، 2019، ص 4 - 5).

## التعريف الاجرائي

من خلال التعريفات السابقة استخلصت الباحثة التعريف التالي للصورة الذهنية :

الصورة الذهنية للجامعات عبارة عن الخارطة الذهنية المعرفية التراكمية المكونة لدى المجتمع و الافراد عن المؤسسة الاكاديمية و التي ترتبط بالمشاعر و التي تكون الانطباع عن المؤسسة الاكاديمية والذي قد يكون سلبيا او ايجابيا. وتتكون هذه الخارطة من خلال مجموعة عوامل تؤثر على المجتمع والافراد.

### 1.1.2 السمات المميزة للصورة الذهنية

يتضح من عرض التعريفات المتعلقة بالصورة الذهنية؛ أنها تبنى على أساس أفكار تجارب مباشرة أو غير مباشرة، لذلك نجد أن الصورة الذهنية لها سمات متباين ومختلفة، نظراً لاختلاف الموقف أو الشيء المختص بالصورة الذهنية، ومن أهم سمات الصورة الذهنية ما يلي (موسى، 2014، ص 57 - 58):

1- تتسم الصورة الذهنية بأن لها إطار زمني سابق؛ بمعنى أن تكوين الصورة الذهنية يكون بناءً على خبرات ومعارف سابقة، ولا نطلق على الانطباعات الآتية بأنها صورة ذهنية.

- 2- تتسم الصورة الذهنية بأن لها إطار ذاتي حسي؛ بمعنى أن الصورة الذهنية تتبع من قدرات الفرد الحسية، وهي تعبر عن استيعاب الفرد لمثير أو التعرض لموقف يؤثر حسيًا.
- 3- تباين الصورة الذهنية: تختلف الصورة الذهنية حول موقف أو شيء معين بين فرد وآخر، وهذا يرجع إلى اختلاف القدرات الحسية بين الأفراد وتفضيلاتهم المختلفة.
- 4- ترتبط الصورة الذهنية بالعاطفة؛ لا تعد العاطفة مكون شرطي لتكوين الصورة الذهنية، لكنها تسهم بشكل كبير في تكوينها.
- 5- الصورة الذهنية مكونة للاتجاه؛ تعد الصورة الذهنية أحد أهم مصادر تكوين الاتجاهات.
- 6- الصورة الذهنية ديناميكية متغيرة؛ قد يكون التغيير سريعاً أبو بطيئاً، والتغيير في الصورة الذهنية يكون نتيجة التفاعل مع المثيرات.
- 7- الصورة الذهنية تمثل تفكير استدلالي؛ لأن التفكير الاستدلالي انتقال من الخاص إلى العام، فتعرض الفرد لمثير يجعله يكون صورة ذهنية حوله، وبالتالي اصدار حكم عام.
- 8- الصورة الذهنية أداة تتحكم في القرارات؛ فهي مقياس يحدد ويضبط السلوك والأحكام أو ردود الأفعال تجاه المثيرات والمواقف.

وأضاف الدسوقي (2005، 7 - 9) سمات أخرى للصورة الذهنية، وتتمثل بما يلي:

- 1- عدم الدقة: الصورة الذهنية لا تتسم بدقة عالية؛ لأنها قد لا تعبر عن الواقع الفعلي، وتبنى على انطباعات شخصية.
- 2- الثبات ومقاومة التغيير: رغم أن الصورة الذهنية متغيرة؛ إلا أنها تميل للثبات لوقت طويل.
- 3- التعميم وتجاهل الفروق الفردية: تقوم الصورة الذهنية على التعميم المبالغ فيه، ولا تنظر للفروق الفردية.
- 4- التنبؤ بالمستقبل: تسهم الصورة الذهنية في التنبؤ بسلوك الأفراد وتصرفاتهم المستقبلية.
- 5- تخطي حدود الزمان والمكان: الصورة الذهنية لا ترتبط بزمان أو مكان، فقد يبني الفرد صورة ذهنية عن منظمة خارج إطار دولته، ويبني صورة ذهنية حول شخصية تاريخية لما يعايشها فيتخطى بذلك حاجز الزمن.

### 1. 1. 3 مصادر بناء الصورة الذهنية

تشير الأدبيات السابقة أن هناك مصدرين لبناء الصورة الذهنية، وذلك على النحو التالي ( Boyle, 2002, p. 2)؛ و(الكيلاني، 2009، ص 12)؛ و(لفته، 2016، ص 55):

- 1- المصدر الأول: الخبرة المباشرة: تتمثل بعلاقة المستهلك بعناصر المنظمة، وتعامله مع موظفيها، وتردده على مرافقها، وتبنى بناءً على الاحتكاك والاتصال المباشر بها، وجميع المواقف التي تواجهه في هذا الاحتكاك والاتصال تمنحه انطباعات ذاتية حول المنظمة.
- 2- المصدر الثاني: الخبرة غير المباشرة: تعني الخبرة المنقولة؛ وتشمل كافة وسائل الإعلام المسموعة والمرئية، وهذه الأدوات والوسائل الإعلامية ترسل رسائل تمنح المستهلك انطباعات حول المنظمة، فضلاً عن الرسائل الشخصية التي قد تصل للمستهلك من الأسرة والأصدقاء والآخرين.

وترى الباحثة أن المصدران السابقان لهما أثر في تكوين الصورة الذهنية؛ لذا استغلت الجامعات الفلسطينية طرق مختلفة في بناء العلاقة بينها وبين المستهلكين من طلبة حاليين، أو طلبة متوقعين، وبناءً على ذلك تعددت وسائل الاتصال بين الجامعة وجمهورها، خاصةً في ظل ظهور الاتصال الرقمي، والذي أصبح يشهد تطوراً وأهمية بالغة بالنسبة للجمهور الداخلي والخارجي للجامعة.

### 1. 1. 4 أبعاد الصورة الذهنية

اتفق كثير من علماء الإدارة والعلاقات العامة، والباحثين والمختصين مثل (موسى، 2014، ص 140 - 141)، و(حركات، 2019، ص 13 - 14)، و(فريحات، 2015، ص 25 - 26)، و(الفرا، 2018، ص 16)، و(عيواج، 2018، ص 26) أن أبعاد الصورة الذهنية عبارة عن ثلاث مكونات رئيسية: مكون معرفي، ومكون سلوكي، ومكون وجداني، وفيما يلي توضيح لكل مكون منها:

4- المكون المعرفي: يتضمن أفكار الفرد وآراءه ومرجعياته المعرفية نحو الجامعة، حيث تعد الأفكار والآراء أحد مصادر العمليات العقلية العليا للفرد. ويعرف المكون المعرفي بأنه المعلومات التي يدركها الفرد حول موضوع ما، أو قضية أو شخص، أو منظمة، وتعد هذه المعلومات مصدر أساس لبناء الصورة الذهنية.

5- **المكون السلوكي:** أوجه النشاط الإنساني، وسلوك الفرد في ضوء القرارات والأحكام التي يتخذها تجاه الجامعة بناءً على ما يحمله من خزين متراكم من الصور الذهنية. حيث يعكس المكون السلوكي الصورة الذهنية المشككة، وبالتالي تتبع أهمية قياس الصورة الذهنية في أنها أحد متطلبات التنبؤ بسلوك الأفراد.

6- **المكون الوجداني:** الشحنات العاطفية الانفعالية سلبية وإيجابية التي تتسم بها الأفكار والانطباعات تجاه الجامعة، ويدخل في إطار ذلك الصفات التي تتصف بها الجامعة. والمكون الوجداني يعكس الميل الايجابي أو السلبي تجاه الموضوع أو القضية أو الشخص أو المنظمة، ويتكون البعد الوجداني في ضوء البعد المعرفي، وعادة يتمثل المكون الوجداني من خلال الاشباع التي تتحقق لدى الفرد من الموقف أو الشيء أو المنظمة. (الصليبي و زعرور 2017)

فلقد اختارت الباحثة الأبعاد أعلاه حيث هي الأكثر استخداماً و الادق استخداماً لقياس الصورة الذهنية و هذا ما هدفت اليه الدراسة و هو الوصول الى ادق النتائج.

وفي ضوء ذلك قامت الباحثة بإعداد مصفوفة للتعرف إلى أكثر أبعاد الصورة الذهنية شيوعاً، ومناسبتها لخصائص الجامعة، والجدول رقم (2. 1) يعرض ذلك:

جدول (2. 1): أبعاد الصورة الذهنية في الدراسات التطبيقية

الأبعاد	الدراسة
الصورة المدركة - الصورة المرغوبة - الصورة الذاتية	دويدر والمرشدي، 2013
البعد المعرفي - البعد السلوكي - البعد الوجداني	العاصي، 2015
البعد المعرفي - البعد السلوكي - البعد الوجداني	صليبي وزعرور، 2017
البعد المعرفي - البعد السلوكي - البعد الوجداني	زد والصهبي، 2018
الصورة المدركة - الصورة المرغوبة - الصورة الذاتية	الفرا، 2018
البعد المعرفي - البعد الوجداني - البعد السلوكي - البعد الاجتماعي	لفته، 2019
البعد المعرفي - البعد السلوكي - البعد الوجداني	الشاعر، 2019
القبول - الثقة - الجودة - الاعتمادية - الشهرة	الحلو، 2019
البعد المعرفي - البعد السلوكي - البعد الوجداني	التميمي، 2019

وللتوضيح أكثر قامت الباحثة بتوضيح الأبعاد المستخدمة في كل دراسة من خلال الجدول التالي:

جدول (2. 2): مصفوفة أبعاد الصورة الذهنية في الدراسات التطبيقية

الشهرة	الاعتمادية	الجودة	الثقة	القبول	الصورة الذاتية	الصورة المرغوبة	الصورة المدركة	البعد الوجداني	البعد السلوكي	البعد الوجداني	البعد المعرفي	الأبعاد اسم الباحث
					✓	✓	✓					دويدر والمرشدي، 2013
									✓	✓	✓	العاصي، 2015
									✓	✓	✓	صليبي وزعرور، 2017
									✓	✓	✓	زد والصهبي، 2018
					✓	✓	✓					الفر، 2018
								✓	✓	✓	✓	لفتة، 2019
									✓	✓	✓	الشاعر، 2019
✓	✓	✓	✓	✓								الخلو، 2019
									✓	✓	✓	التميمي، 2019

## 1. 1. 5 المزايا التي تحققها الصورة الذهنية الايجابية للمؤسسة

تكوين صورة إيجابية لدى الأفراد نحو منظمة ما، يحقق لها مزايا وفوائد كثيرة، ومنها ما ذكره (فريجات، 2015، ص 27) على النحو التالي:

- 1- جذب المواهب والقدرات من العاملين للعمل بأقسامها.
- 2- تدعيم العلاقة بين المؤسسة وجمهورها الداخلي والخارجي.
- 3- القناعة لدى الجهات الرسمية والحكومية بأهمية دورها الاجتماعي.
- 4- تنمي استعداد الجماهير لإصدار الأحكام تجاه المؤسسة بمختلف المواقف.
- 5- تدعيم علاقات المؤسسة مع الجهات التشريعية والتنفيذية للدولة.
- 6- تقنع المستثمرين وتجذب الاستثمارات.
- 7- تحقق ميزة تنافسية، ويكون لها سمعة جيدة.
- 8- ينتبه الجمهور لسياسات وجهودها التسويقية بدقة.

### خلاصة المبحث الأول:

يتضح من عرض المبحث الثاني أن الصورة الذهنية تحظى بأهمية بالغة بالنسبة لكافة المؤسسات خاصة المؤسسات الأكاديمية والجامعات؛ لأنها تسهم في تعزيز الميزة التنافسية، وتجعل المؤسسة مرتبطة بمجتمعها ومحيطها الخارجي، ولها أهداف تسويقية للمنتجات والخدمات.

ولبناء الصورة الذهنية هناك مصدرين رئيسين؛ مصادر مباشرة من خلال احتكاك الفرد بالمؤسسة، ومصادر غير مباشرة، وغالباً تكون من الأسرة والمجتمع المحلي ووسائل الإعلام والأصدقاء، وللصورة الذهنية ثلاثة أبعاد اتفق عليها معظم المهتمين بالصورة الذهنية في مجال إدارة الأعمال والعلاقات العامة والتسويق، وهي: البعد المعرفي، والبعد الوجداني، والبعد السلوكي.

## 2. 2 المبحث الثاني: العوامل المؤثرة في الصورة الذهنية

تعد دراسة العوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية من الجوانب التي تحظى باهتمام كبير؛ لأن هذه العوامل تشكل نقطة الأساس لتحسين الصورة الذهنية للجامعة أو المؤسسة؛ وتعرض الباحثة من خلال هذا المبحث العوامل المؤثرة في تكوين وبناء الصورة الذهنية في المؤسسات، والعوامل المؤثرة في تكوينها بالنسبة للمؤسسات الأكاديمية والجامعات، كما توضح الباحثة من خلال هذا المبحث طرق وأساليب تشكيل الصورة الذهنية للجامعة وتحسينها.

### 2. 2. 1 العوامل المؤثرة في تكوين الصورة الذهنية بشكل عام

اطلعت الباحثة على عدد من الدراسات والأدبيات السابقة ذات العلاقة بالصورة الذهنية، والعوامل المؤثرة فيها، ووجدت اتفاق إلى حد ما حول هذه العوامل، وجاءت هذه العوامل كما وردت عند (معمر، 2015، ص 59 - 60)، و(عيواج، 2018، ص 28) على النحو التالي:

7- **العوامل المادية:** يقصد بها التجهيزات المتوفرة بالجامعة، ومكان إقامتها، وفروعها، وأقسامها، ومباني الجامعة، ومدى قبول الطلبة لهذه المباني والتجهيزات، ودورها في توفير خدمة تعليمية مميزة.

8- **العوامل الشخصية:** تتمثل بالسمات الذاتية للأفراد، ومستوى تعليمهم، وثقافتهم، وعاداتهم، ومرجعياتهم الاتصالية، ودافعيتهم تجاه المعلومات المتعلقة بالمنظمة، وقدراتهم في تفسير وتحليل المعلومات.

9- **العوامل الاجتماعية:** تتمثل العوامل الاجتماعية بجماعات التأثير المختلفة، مثل الأسرة، والأصدقاء، ومؤسسات المجتمع المحلي، واتصال الفرد بهذه الجماعات، وثقته بها، إضافة إلى الاتجاهات في الرأي العام، والقيم السائدة في المجتمع وثقافته.

10- **العوامل التنظيمية:** تتمثل العوامل التنظيمية باستراتيجية المنظمة في إدارة الصورة الذهنية لها، وفلسفتها، وثقافتها التنظيمية، وسياسات الإنتاج والهيكل التنظيمية لها، وطبيعة الاتصالات وفعاليتها، والرسائل الاتصالية التي تنقلها وسائل الإعلام المختلفة، إضافة إلى اتصالاتها الشخصية المباشرة بين العاملين والجمهور، والأعمال الاجتماعية التي تقوم بها، ومدى التزامها بالمسؤولية الاجتماعية.

11- **العوامل الإعلامية:** تتمثل بالجهود الإعلامية والتسويقية التي تقدمها المنظمة، وتؤثر في صورتها لدى الجمهور، خاصةً قدرة هذه العوامل على تغطية كافة الجماهير، وبيان كافة الأحداث والمواقف الإيجابية والسلبية للمنظمة، وحجم الاهتمام الذي توليه وسائل الإعلام المحلية والاتصالية لأخبار المنظمة وأنشطتها المختلفة.

12- **العوامل التقنية:** تعد العوامل التقنية من أهم جوانب نجاح الجامعة؛ خاصةً وأن الجامعات منبر العلم والمعرفة، وبالتالي فإنها مطالبة بمواكبة التقنيات، والعوامل التقنية تتحدد في إطار التطور الذي يشهده العالم، ومدى التزام الجامعة بتحسين خدماتها لتتنفق وتتكيف مع التطور الحاصل، إضافة إلى توفير الجامعة للأجهزة والمختبرات التقنية المناسبة، كما يجب الأخذ بعين الاعتبار التطور الذي تشهده وسائل الاتصال والإعلام، خاصةً مع ظهور وسائل الاتصال الاجتماعي، والتي يمكن أن تستغلها الجامعة في نشر أنشطتها وبرامجها، والتفاعل الإيجابي مع الجمهور الداخلي والخارجي.

يتضح من العوامل السابقة أن الجامعة يمكنها التأثير على الصورة الذهنية عبر فهم وتحليل هذه العوامل، وأخذها بعين الاعتبار في الحملات التسويقية، وتصميم البرامج الأكاديمية، ويتضح أن تلبية حاجات المجتمع المحلي من برامج أكاديمية متنوعة يفيد في تحسين صورتها الذهنية من خلال تلك العوامل.

## 2.2.2 العوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية للجامعة

ترتبط صورة الجامعة بهويتها، وهوية الجامعة تعني الكيفية أو الطريقة والأساليب التي ترغب الجامعة في أن تحدد لها نفسها، وموقعها بين مؤسسات التعليم العالي، أو هي الخصائص المرتبطة بالجامعة وتميزها عن غيرها، وربط هوية الجامعة بأصحاب العلاقة مثل: الطلبة، والعاملون، والوسائل الإعلامية المرئية وغير المرئية، والمجتمع المحلي، والمنافسون، ووزارة التربية والتعليم، وغيرهم (درة والمجاني، 2010، ص 384). حيث تتكون هوية الجامعة من أربعة عناصر رئيسية، وهي:

5- **الاتصالات والهوية المرئية:** وتتكون من:

أ. اتصالات الجامعة.

ب. الطابع المعماري للجامعة وموقعها.

ج. الملامح والمرافق المرئية للجامعة.

6- الجوانب السلوكية للجامعة: تتكون من:

أ. سلوك الجامعة العام.

ب. سلوك المسؤولية بالجامعة.

ج. سلوك العاملين في الجامعة.

7- ثقافة الجامعة: تتكون من:

أ. فلسفة الجامعة، وأهدافها، ورسلتها، ومبادئها.

ب. جنسية الجامعة.

ج. تصورات قيادة الجامعة، وتاريخها.

8- أوضاع السوق: تتكون من:

أ. طبيعة الجامعة، من حيث طرق التدريس والبحث.

ب. استراتيجيات السوق والمنافسة.

كما ترتبط الصورة الذهنية للجامعة بسمعتها، وعرفت السمعة بأنها المرآة التي تعكس تاريخ الجامعة، وهناك من ينظر إلى سمعة الجامعة بأنها صورتها عند الجمهور، وهناك من يرى بأن سمعة الجامعة مفهوم أكثر اتساعاً من صورة الجامعة، لكن يتفق الجميع على أن سمعة الجامعة تؤثر بشكل كبير في صورتها الذهنية، وأن هذه الصورة يمكن اكتسابها من خلال تحسين سمعتها الأكاديمية والإدارية والتقنية (منال، 2000، ص 206).

وإدارة صورة الجامعة الذهنية، تتمثل بمجموعة من العمليات، وهي على النحو التالي (منال، 2000: 207):

1- بناء صورة الجامعة وما يتصل به من مفاهيم وتقنيات.

2- تغيير صورة الجامعة وما يتصل به من مفاهيم وتقنيات.

3- إبراز صورة الجامعة وما يتصل به من مفاهيم وتقنيات.

4- الاستفادة من المدخلات البشرية وغير البشرية، لتحقيق مخرجات مخطط لها.

وفي ضوء ما سبق ومن خلال اطلاع الباحثة على عدد من الدراسات السابقة ذات العلاقة بالعوامل المؤثرة في الصورة الذهنية، تورد الجدول التالي لتوضيح العوامل التي درسها الباحثون لبناء الصورة الذهنية:

جدول (2. 3): العوامل المؤثرة في الصورة الذهنية في الدراسات التطبيقية

العوامل	الدراسة
الاتصالات والهوية المرئية - الجوانب السلوكية للجامعة - ثقافة الجامعة - أوضاع السوق	درة والمجاني، 2010
عوامل شخصية وعوامل اجتماعية وعوامل تنظيمية	الحماد، 2014
عوامل شخصية وعوامل اجتماعية وعوامل تنظيمية	فريحات، 2015
رؤية المنظمة وثقافة المنظمة وهوية المنظمة وتواصلها مع الزبائن	الزعيبي، 2015
عوامل شخصية: التعليم والخبرة المباشرة عوامل اجتماعية: تأثير الجماعات والقيم والعادات عوامل تنظيمية: الرؤية والرسالة والثقافة والتقنيات والاتصالات	القبلان، 2016
العلامة التجارية - المنتجات والخدمة - إدارة وفلسفة المؤسسة - بيئة العمل الداخلية - أداء العاملين - الاتصالات	صادق، 2016
العلامة التجارية - المنتجات - إدارة المؤسسة - بيئة العمل - الاتصالات والتقنيات	أبو عكر، 2016
عوامل شخصية: التعليم والثقافة عوامل اجتماعية: الرأي العام وتأثير الجماعات وثقافة المجتمع وقيمه عوامل تنظيمية: السياسات، المنتجات، الأنشطة، توفر المعلومات، وسائل الاتصال، خدمة المجتمع، السمعة، والتقنيات الحديثة	الرميدي، 2017
الرؤية والثقافة والفلسفة والإدارة والاتصالات والتقنيات	Zayd, 2018
من جانب المستفيد: الكلمة ورأي العائلة والأصدقاء والحاجات والتفضيلات والتجارب السابقة من جانب المؤسسة: الرؤية والرسالة والثقافة والهوية والاتصالات والمسؤولية الاجتماعية	بوناب، 2019
الرؤية والثقافة والهوية والاتصالات والتقنيات	Shiri, Alipoor, & Azimi, 2019
الرؤية والثقافة والهوية والاتصالات	Maarouf, 2019

وقامت الباحثة ببناء مصفوفة العوامل من خلال هذه الدراسات على النحو التالي:

جدول (4.2): مصفوفة العوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية في الدراسات التطبيقية

العوامل	عوامل شخصية	وعوامل اجتماعية	وعوامل تنظيمية	الاتصالات والهوية المرئية	الجوانب السلوكية للجامعة	أوضاع السوق	رؤية المنظمة	وثقافة المنظمة	هوية المنظمة	تواصلها مع الزبائن	العلامة التجارية	المنتجات والخدمات	إدارة وفلسفة المؤسسة	بيئة العمل الداخلية	أداء العاملين	اسم الباحث
				✓	✓	✓										درة والمجاني، 2010
		✓	✓													الحماد، 2014
		✓	✓													فريحات، 2015
							✓	✓	✓	✓						الزعبي، 2015
			✓	✓												القبلان، 2016
✓	✓	✓	✓	✓												صادق، 2016
✓	✓	✓	✓	✓												أبو بكر، 2016
																الرميدي، 2017
		✓					✓	✓								Zayd, 2018
		✓				✓			✓							بوناب، 2019
		✓				✓	✓	✓								Shiri, Alipoor, & Azimi, 2019
		✓				✓	✓	✓								Maarouf, 2019

## 2. 2. 3 تشكيل الصورة الذهنية للجامعة

تشكيل صورة الجامعة الذهنية بحاجة إلى الأخذ بعين الاعتبار المكون المادي الوظيفي للجامعة، والذي يرتبط بالمباني والمرافق والقاعات والمختبرات والساحات والشعار والرسوم والشعار، إضافة إلى المكون السيكلوجي، وهو الاعتقادات والمشاعر والاتجاهات التي ترتبط بأنماط السلوك لكل من يتصل بالجامعة أو يسمع عنها، كما ترتبط بثقافة الجامعة وفلسفتها، ورسالتها، ورؤيتها، وأعرافها، وقيمها (درة والمجاني، 2010، ص 387).

وبناء وتشكيل الصورة الذهنية للجامعة عملية معقدة، ومركبة، وطويلة؛ لأن هناك اعتبارات مختلفة وعوامل متباينة في بناء الصورة الذهنية الايجابية، ويجب أن تكون هذه الصورة مرتبطة بالملاحم التالية للجامعة:

- 1- وجود رؤية ورسالة وتخطيط استراتيجي خاص بها، وبأسلوبها في العمل والتعليم.
- 2- توفير قيادات واعية تتوفر لديها كافة عناصر الإبداع والرؤية الخلاقة والتحويل والتغيير المناسب.
- 3- توفر موارد بشرية مؤهلة قادرة على قيادة العمل الإداري والأكاديمي.

وهذا يتطلب مجموعة من الخطوات والإجراءات، وأهمها:

- 1- حسن اختيار الموارد البشرية.
- 2- توفير برامج تدريب مستمرة.
- 3- تحديد واضح للمهام والمسؤوليات.
- 4- توفر قدرات ومهارات ومعارف واتجاهات لإتمام المهام وانجاز الأعمال.
- 5- معرفة واضحة للماضي والحاضر، والتنبؤ الجيد بمتطلبات المستقبل.
- 6- توفر الأساليب والأدوات اللازمة لتقديم خدمات مميزة.
- 7- توفر معايير واضحة لقياس الأداء الفعلي ومقارنته بالمخطط له.
- 8- تحقيق التغذية الراجعة.
- 9- توفر الحوافز والمكافآت للعاملين.
- 10- الاهتمام بجمهور الجامعة الداخلي والخارجي.

- 11- اتباع الأساليب اللازمة للجودة والنوعية العالمية.
- 12- الاهتمام بتحقيق نتائج ملموسة كالفوز بالمسابقات والحصول على تصنيف عالمي.
- 13- العناية الفائقة بوظائف الجامعة المختلفة من تعليم وبحث علمي وخدمة المجتمع.
- 14- التواصل المفتوح الداخلي والخارجي، الأفقي والعمودي. (الصليبي و زعرور 2017)

## 2. 2. 4 تجارب عربية ودولية في تحسين الصورة الذهنية للجامعة

### 1 - تجربة جامعة رودس:

جامعة رودس هي مؤسسة جنوب أفريقية عمرها 104 وتتمتع بسمعة راسخة في التميز الأكاديمي. تقع رودس في جراهامزتاون في مقاطعة كيب الشرقية بجنوب إفريقيا، وهي جامعة صغيرة تتمتع بامتياز وجودها بين أفضل معدلات النجاح والتخرج الجامعي في جنوب إفريقيا، ومعدلات نجاح الدراسات العليا المتميزة ، وأفضل مخرجات بحثية لكل عضو أكاديمي ( Togo, & Lotz-Sisitka, 2013, p. 675).

ونظراً لظروف تتعلق بالعنصرية وجدت الجامعة أنها بداية العام (1980)، حتى نهاية عام (1996) في تراجع مستمر من حيث أعداد الطلبة، وبعد إجراء دراسات طويلة مستعرضة اتضح أن الصورة الذهنية للجامعة تراجعت عند الطلبة الوافدين خاصةً الأفارقة، فقام مجلس إدارة الجامعة بتوجيه سياساته نحو تحسين الصورة الذهنية للجامعة، وبدأت من خلال مؤتمرات ضد العنصرية، ثم غيرت جزء كبير من خططها وبرامجها الأكاديمية، وأدخلت تخصصات جديدة تتعلق بمختلف الديانات السماوية، لأن بعض من التراجع كان لأسباب دينية، كما استقطبت كوادر بشرية مؤهلة وقادرة على تلبية حاجات المجتمع في القرن الحادي والعشرين (Greyling, 2007).

ومن خلال التجربة يمكن الاستفادة أن تحسين الصورة الذهنية بحاجة إلى قبول التغيرات، واستقطاب كوادر بشرية مؤهلة، والاعتماد على أدلة قياسية، لفهم زوايا وجوانب التحسين اللازمة.

### 2 - تجربة جامعة المسيلة:

أنشأت جامعة ولاية المسيلة في عام 1985 من خلال فتح معهد للتعليم العالي في الميكانيك كأحد أفرع جامعة محمد بوضياف، ثم في عام 1989 تم فتح معهد الهندسة المدنية و معهد التقنيات

الحضرية. وفي عام 1992 أصبحت مركز جامعي، أما في عام 2001 أصبحت جامعة، مع أربع كليات و23 قسماً. حالياً يوجد بالجامعة سبع كليات، معهدين وثلاثة وعشرون مختبراً للبحث معتمدة من طرف وزارة التعليم العالي والبحث العلمي. يقدر عدد الموظفين بالجامعة حالياً حوالي 1265 موظفاً من متعاقدين ودائمين. ومن المعروف عن الجامعة جودة وكفاءة أساتذتها المقدر عددهم بحوالي 1402 والذين يقدمون دروساً في شتى الميادين لحوالي 29629 طالباً ([https://www.univ-msila.dz/ar/?page\\_id=473](https://www.univ-msila.dz/ar/?page_id=473)).

وتبرز تجربتها في تحسين الصورة الذهنية من خلال تبني سياسات متوازنة بين الجمهور الداخلي والخارجي، واعتمدت على سياسات للتسويق الداخلي والخارجي، حيث تؤمن إدارة الجامعة بأن تحسين السمعة وبناء صورة ذهنية إيجابية يفترض أن يكون باتجاه العاملين ثم المستفيدين، ومن ثم مخاطبة كافة الأطراف المعنية، والتنسيق والتشبيك لأجل كسب رضا الطلبة ومؤسسات المجتمع المحلي، وجاء اهتمام الجامعة بتحسين الصورة الذهنية، ووضع ذلك ضمن خططها الاستراتيجية وأهدافها بعد اشتداد حدة المنافسة بين الجامعات الجزائرية (اسعيداني وضيف، 2020).

### 3 - جامعة بلغراد:

تأسست جامعة بلغراد في عام 1808 كمدرسة بلغراد العليا في صربيا الثورية بموجب القانون، حيث تم تعريفها بأنها معهد علمي للتعليم العالي والمهني، ثم تم دمجها مع الأقسام القائمة في كراغوييفاتش في جامعة واحدة. وجامعة بلغراد جامعة عامة تقع في منطقة البلقان، وتعد من أقدم وأكبر جامعة في صربيا، وواحدة من أهم المراكز التعليمية والبحثية في أوروبا وفي مدينة بلغراد عاصمة دولة صربيا التي تعد أكبر المدن الصربية حيث يصل عدد سكان المدينة مليون و200 ألف نسمة مما يجعلها أكبر مدينة في جنوب شرق أوروبا. تمكن طلابها من المعارف والعلوم الاستثنائية ليس فقط من خلال تطوير نموهم و تطورهم الفكري.

وأبرز أهدافها: تنمية الصفات الإنسانية والقيم الأخلاقية لديهم كما تعمل علي إثارة رغبتهم في ان يصبحوا قادة لبلدانهم ، والسعي نحو وضع أقوى المعايير في التعليم العالي، وتشجيع النمو الفكري والشخصي، وتحفز طلابها على العمل وبذل الجهد الهادف الذي يخدم رفاهية المجتمع والبشرية.

وتتملك الجامعة 31 كلية و12 معهد بحث ومكتبة الجامعة و9 مراكز جامعية و8 مباني أكاديمية، بالإضافة الى أضخم المكتبات في صربيا التي تضم مليون ومئة ألف كتابًا ومرجعًا، كما توفر الجامعة 180 برنامج دراسي في عدد من المجالات كالعلوم الإجتماعية والعلوم الطبية والعلوم الطبيعية والرياضية والتكنولوجية كما تتميز الجامعة بالعلوم الطبية مثل الطب البشري والأسنان والصيدلة.

اعتمدت على خطة استراتيجية طويلة الأمد (30) سنة، وينبثق عنها خطط فرعية قصيرة (3) سنوات، وخصصت ضمن خططها آليات وسياسات لتحسين صورتها الذهنية، وكان أبرز هذه السياسات الدمج في التعليم بين اللغتين الصربية والانجليزية؛ نظراً لطبيعة وخصائص المجتمع المحلي وطلبتها، والطلبة الوافدين، ثم اهتمت بقضايا الرضا والولاء الوظيفي لدى العاملين في أقسامها.

ثم قامت بتطوير أنظمتها الإدارية، واعتمدت على أفضل التقنيات العلمية، ومنحت طلبتها مجال التعلم عن بعد، كما اتبعت سياسات تميزها عن الجامعات الأخرى، منها طريقة عرض المناهج والمقررات الدراسية، والاهتمام بمهارات البحث العلمي للعاملين والطلبة، كذلك اعتبرت نفسها معلم سياحي في مدينة بلغراد، وعقدت علاقات قوية مع بلدية المدينة ومؤسساتها المختلفة لتوجيه حركة السياح نحو الجامعة وزيارة مرافقها (Marković, 2016).

### خلاصة المبحث الثاني:

تناولت الباحثة من خلال المبحث الثالث العوامل المؤثرة في تشكيل وبناء الصورة الذهنية بشكل عام، ثم تناولت عوامل الصورة الذهنية في الجامعات، واتضح أن أبرزها رؤية ورسالة الجامعة، وهويته، وثقافتها، والسمعة الأكاديمية لها، إضافة إلى التكنولوجيا المتوفرة واعتماد الجامعة على التقنيات، كما اتضح من عرض المبحث الثالث أن هناك خطوات وسياسات يمكن الاستناد إليها لتحسين الصورة الذهنية أبرزها وجود رؤية ورسالة وخطط تنبئ التميز والتفرد، واختيار موارد بشرية مؤهلة وتتمتع بخبرات وسمعة جيدة، وفتح قنوات اتصال وتواصل مع المؤسسات المحلية والجامعات العالمية، والاهتمام بقضايا المجتمع المحلي.

## 2. 3 المبحث الثالث: الإطار المفاهيمي للجامعات.

تلعب الجامعات والمؤسسات الأكاديمية دوراً مهماً وحيوياً في تشكيل شخصية الطلبة، وتحسين ميولهم، وإكسابهم مهارات وقدرات تساعدهم على التأقلم مع متطلبات العصر، وما يشهده من تطور وتوجه نحو عالم المعرفة. وبالتالي يقع على عاتق الجامعات تكوين جيل قادر على مواجهة تحديات المستقبل، واعياً ومدركاً لمسؤولياته.

فالجامعات اليوم لا تقاس بالأرقام القياسية المتمثلة بأعداد الطلبة، أو أعداد أعضاء هيئة التدريس ورتبهم الأكاديمية، والمباني الفخمة فحسب، إنما تقاس بأعمالها العلمية، ونتائج ومخرجات العمل التعليمي، وهي بذلك أصبحت ذات رسالة علمية وإنسانية وحضارية وثقافية (بركات وحسن، 2009، ص 113). والجامعات لها وظائف متجددة حسب ما تقتضيه الحاجة، ومع التقدم تتقدم أهدافها، ووظائفها (يونس، 2015، ص 128)، ومن هذا المنطلق اكتسب التعليم الجامعي اهتماماً خاصاً، وتطلب جهوداً كبيرة للتغلب على مختلف التحديات الزمانية والمكانية والاقتصادية والاجتماعية التي قد تقف حائلاً أمام تحقيق أهدافها.

## 2. 3. 1 مفهوم الجامعة.

الجامعة لغةً تشير إلى العُلُّ الذي يجمع بين اليبدين إلى العنق، والجامعة تعني مجموعة معاهد علمية تسمى كليات (مجمع اللغة العربية، 2004، 3/ 147).

وكلمة الجامعة باللغة الانجليزية هي (University)، وهي امتداد للكلمة اللاتينية (Universities)، وتعني الاتحاد، ويقصد بها تجمع العلماء (النجار، 1999، ص 39).

تُعرف الجامعة بأنها منبع الفكر العلمي المبدع، ومركز الشعاع الفكري الخلاق، لما تزخر به من قدرات علمية وخبرات متنوعة تراكمت عبر السنين من خلال العمل الدؤوب في البحث والتطوير، وتخريج الملاكات العلمية ذات المؤهلات الأكاديمية العالية، على أن تستثمر إمكاناتها العلمية لأجل خدمة وتطوير المجتمع (جربو، 2005، ص 220).

وتُعرف بأنها مؤسسة اجتماعية تربوية عملية، أوجدها المجتمع من أجل تحقيق أهدافه، حيث تسعى إلى إيجاد وسط منظم يسهم في تنمية شخصية الأفراد من النواحي الجسمية والعقلية والانفعالية

والروحية بشكل متكامل ومتزن، وتكسبه القيم والاتجاهات والمعارف والأنماط السلوكية (العاجز، 2006م، ص 29).

وتعد الجامعة أعلى قمة الهرم الأكاديمي والأصل في الجامعة أنها مجموعة من العلماء وهبوا أنفسهم للدراسة، والبحث، والمعرفة، وينظرون إلى الحياة، ومشاكل المجتمع نظرة علمية شمولية متكاملة، فالجامعة هي مؤسسة تعليمية تحتوي على كليات لدراسات الآداب والفنون والقانون والطب والهندسة والعلوم الاجتماعية والانسانية والعسكرية، ومدارس أو كليات للدراسات المهنية، وتقدم الجامعة الدراسات لطلاب المرحلة الجامعية الأولى كما تقوم الجامعة بالدراسات العليا والبحوث وخدمة المجتمع (عوض، 2016، ص 26).

وتعرف الجامعة باعتبار أهدافها بأنها كيان اجتماعي يهدف إلى تطوير شخصية الطالب بجوانبها المختلفة من خلال تقديم الخدمات والأنشطة التي تسهم في صقل هذه الشخصية واعداد المواطن الصالح القادر على تنمية نفسه ومجتمعه في شتى مجالات الحياة (أبو انعير، 2016، ص 216).

والجامعة عبارة عن مؤسسة للتعليم ما بعد الثانوي أو ما يطلق عليه التعليم العالي، يلتحق بها من أتم الدراسة في المرحلة الثانوية، وتقدم برامج تعليمية مختلفة منها تخصصات نظرية وأخرى تطبيقية، وذلك لمدة غالباً ما تكون أربع سنوات، وأحياناً تستمر لأكثر من ذلك، وهي بذلك حلقة من حلقات العلم والتعليم تجمع الأستاذة وطلابهم (Madison, 2017, p. 728).

وجدير بالذكر أن المادة رقم (10) لتصنيف مؤسسات التعليم العالي من قانون رقم (11) لسنة (1998) بشأن التعليم العالي من منظومة التشريعات الفلسطينية نصت على أن الجامعات عبارة عن مؤسسات تضم كل منها ما لا يقل عن ثلاث كليات جامعية وتقدم برامج تعليمية تنتهي بدرجة البكالوريوس الدرجة العلمية الأولى، وللجامعة أن تقدم برامج للدراسات العليا تنتهي بمنح درجة الدبلوم أو الماجستير أو الدكتوراه، ويجوز لها أن تقدم برامج تعليمية تنتهي بمنح شهادة الدبلوم وفق أنظمة الدبلوم. وورد في نص المادة (17) من القرار بقانون التعليم العالي لسنة (2018) أن مؤسسات التعليم العالي تصنف إلى حكومية تنشأ بموجب قرار من مجلس الوزارة وتنظم شؤونها بموجب أحكام التشريع الخاص بها، وعامة وتنشأ غير هادفة للربح، وخاصة ربحية وغير ربحية ومسجلة في سجل الشركات وتخضع لقانون الشركات، بينما تصنف حسب برامجها الأكاديمية والتعليمية إلى الآتي:-

1- الجامعات التي تضم ما لا يقل عن ثلاث كليات وتقدم: برامج الدبلوم المتوسط من خلال كليات مجتمع منفصلة، وبرامج تعليمية تنتهي بمنح درجة البكالوريوس وبرامج للدراسات العليا تنتهي بمنح درجة الدبلوم العالي، أو الماجستير أو الدكتوراة.

2- الكليات الجامعية التي تقدم برامج تعليمية أكاديمية، أو مهنية، أو تقنية، وتنتهي بمنح درجة البكالوريوس، وبرامج مهنية أو تقنية لمدة سنتين أو ثلاث، تنتهي بمنح درجة الدبلوم المتوسط.

3- كليات المجتمع التي تقدم برامج مهنية، أو تقنية لا تقل مدة الدراسة فيها عن سنة دراسية واحدة، وتنتهي بمنح درجة الدبلوم المتوسط، أو الدبلوم المهني، أو التقني.

وتخلص الباحثة إلى أن الجامعة جزء من المجتمع، ولها تأثير اجتماعي حساس، كونها تهدف إلى تنمية شخصية فئة الشباب، فهي مؤسسة ظهرت من أجل تنمية المهارات والمعارف وصقل الشخصية وسد حاجة المجتمع من الوظائف العامة والخاصة والأفراد ذوي الكفاءة المهنية.

## 2.3. 2 أهداف الجامعة.

اطلعت الباحثة على مجموعة من الأدبيات السابقة المتعلقة بأهداف الجامعة فلاحظت اختلافاً شديداً بينها، ولعل هذا الاختلاف يرجع إلى اختلاف الرؤية التي يقوم عليها التعليم الجامعي من مجتمع لآخر، ونظراً لذلك فضلت الباحثة تحديد أهداف الجامعة حسب ما أوردته وزارة التربية والتعليم العالي الفلسطيني (2013) على النحو الآتي:-

1- مواجهة الطلب المتزايد على التعليم العالي بكافة مستوياته، ورفع نسب الالتحاق لشرائح من ذوي المستوى الاجتماعي والاقتصادي المنخفض، وذوي الإعاقات.

2- مواءمة مخرجات التعليم العالي مع حاجات المجتمع الفلسطيني والسوق المحلي والإقليمي.

3- الارتقاء بمستوى البحث العلمي ليصبح فاعلاً في تنمية المجتمع، والتنمية الاقتصادية والاجتماعية.

4- تحسين النوعية وضبط جودة البرامج الأكاديمية.

5- ضمان استمرارية التمويل اللازمة لتغطية العجز في المصاريف التشغيلية والتطويرية والرأسمالية لمؤسسات التعليم العالي.

6- إصلاح وتطوير إدارة وحاكمية التعليم العالي على مستوى المؤسسات.

7- الارتقاء بالتعليم المهني والتقني كما ونوعاً.

### 2.3.3 أهمية الجامعة.

تعد الجامعة أحد مقومات الحضارة البشرية؛ نظراً للدور الذي تقوم به، فهي من القنوات الرئيسية التي تبني الكوادر المؤهلة علمياً وعملياً، لتحقيق الازدهار الاقتصادي والتطور الحضاري والتقني.

كما إن الجامعة تقوم بدور حيوي في استكمال القدرات المعرفية والثقافية والاجتماعية للطلبة، كما إنها عاملاً رئيساً في تحفيز الابداع والابتكار، واعداد القيادات الشبابية وتأهيلهم لقيادة المجتمع (أبو خاطر، 2010، ص 56).

وأورد (باكير، 2011، ص 1) أن التعليم الجامعي ثروة كبيرة لا يمكن أن تقدر بأي ثمن، فهو المحرك الرئيس للتنمية، ويقع على عاتق مؤسسات التعليم الجامعي مهمة توفير ما يحتاجه المجتمع من عمليات التنمية من متخصصين بمختلف المجالات، إضافة إلى أنها تشكل مراكز أساسية للبحث والتطوير.

### 2.3.4 وظائف الجامعة وأدوارها

يقع على عاتق المؤسسات الأكاديمية أدواراً متعددة، وفي ظل التطور التقني والمعلوماتي؛ فإنها بحاجة إلى تزويد الطلبة بمتطلبات المعرفة الحديثة والتقنيات من أجل مواكبة التطورات العالمية.

وكانت وظائف الجامعة الأساسية توفير التعليم الجامعي والتدريب والبحث العلمي، أما حديثاً فهي تقدم خدمات للمجتمع المحلي من خلال نتائج ومخرجات البحوث التطبيقية، وهذا جعل أدوار الجامعة متداخلة ومتفاعلة.

وأكد (بركات، 2008، ص 10) أن من أهم مهام الجامعة وأدوارها توفير التعليم والبحث العلمي ودعم وخدمة المجتمع، وفي السياق ذاته أشار (الخطيب، 2003، ص 162) أن الجامعات أصبحت تجمع بين عدة وظائف ولها أدوار مركبة، وحدد المختصون وظائف وأدوار الجامعة بثلاث مجالات رئيسة، وهي على النحو الآتي:-

## 1- التعليم.

تعتبر وظيفة التعليم من أهم الركائز لنشأت الجامعات، فالجامعة مسؤولة عن اعداد الخطط والبرامج الدراسية، وطرح التخصصات التي تناسب سوق العمل، وبالتالي اعداد الطلبة وتزويدهم بكافة أنواع المعارف، والمهارات اللازمة للاندماج ببيئة العمل الخاصة بتخصصاتهم، وتلبية حاجات سوق العمل (حشيش، 2011، ص 14).

والتعليم الجامعي ليس مجرد تناقل للمعلومات والمعارف، بل المساعدة في انتاج المعرفة وتوليدها، من خلال تكوين رأس مال بشري ثقافي قادر على تحقيق معدلات انتاج عالية الجودة، مما يوفر فرص الصمود والمنافسة الاقتصادية في ظل متطلبات العولمة، وعليه فلا بد من التركيز على محتوى المعلومات المنقول للطلبة، على أن يكون قادراً على تلبية حاجات الحاضر والمستقبل (حراخشة، 2009، ص 6).

وترى الباحثة أن الجامعات مؤسسات يتم خلالها الالتقاء بجمهور من العلماء، ينقلون تجاربهم ومعارفهم بطريقة عصرية لطلبتهم، بما يعزز قدراتهم، ومهاراتهم، وينعكس على جوانب الأداء مستقبلاً لمهنتهم، وإفادة مجتمعاتهم.

## 2- البحث العلمي.

البحث العلمي من أساسيات التقدم، والرقي ومواكبة التطورات، ومواجهة التحديات، حيث أكد (حراخشة، 2009، ص 6) على أن للبحث العلمي أكثر من وظيفة لاتساقه بعمل الجامعة، فالجامعة توفر الموارد الفكرية والبشرية العائدة على نشاط البحث العلمي، والجامعة تعد المؤسسة الأولى التي يمكن عن طريقها القيام بأنشطة بحثية لما تحتويه من مختبرات ومراكز ومصادر معرفة، وفي السياق ذاته أكد (باطويح، 2008، 328) على أن الجامعات تقوم بخدمة المجتمع من خلال البحث العلمي، حيث مهمتها من خلال البحث العلمي نقل الواقع المتخلف والمتردّي إلى واقع متطور وحيوي، وهي مطالبة بذلك لما تمتلكه من مقومات علمية قادرة على البحث والتطوير، وهي المؤسسة المسؤولة عن البحث العلمي والتطوير لإنتاج الأفكار والمعارف الجديدة والمفيدة لدفع عجلة التنمية الاقتصادية والبشرية، فالجامعة مصنع المفكرين، ومنازة البحث العلمي.

وترى الباحثة أنه كلما زاد الاهتمام بجوانب البحث العلمي على المستوى الجامعي كلما زاد ذلك من تطور المجتمع، وتحسين وضعه المعيشي.

### 3- خدمة المجتمع.

تعد الجامعة مصدراً من مصادر نوعية الحياة، فالجامعة تهتم بحاجات المجتمع وتلبيتها من خلال البرامج الأكاديمية التي تمنحها للطلبة، كما إنها تقدم حلولاً لمشكلات المجتمع، وتطور أفرادها وهي مساهم حقيقي وفعال في التنمية المستدامة، وأكد (السلطان، 2009، ص 49) على أن الجامعات تتأثر بالمجتمع ويجب أن تؤثر فيه، ورأى (Deitz & Abel, 2012, p. 2) أنه لم يعد نجاح الجامعة قائماً بمعزل عن حاجات المجتمع ومؤسساته، وبالتالي تدرك الجامعات مدى الحاجة لتعزيز شراكتها بمؤسسات المجتمع، على أن تبدأ هذه الشراكة من خلال العملية التعليمية وتدريب الطلبة.

ورأى (حراشنة، 2009، ص 9) أن خدمة المجتمع وظيفة الجامعة بالدرجة الأولى؛ كونها أداة نقل المعرفة، وترجمة هذه المعرفة إلى واقع ملموس يساهم في تقدم الحضارة الإنسانية وازدهار المجتمع، وإيجاد حلولاً لمشكلاته، وتطوير موارده وحسن استغلالها.

وترى الباحثة أن الجامعة ناقل للمعرفة، ومساهم حقيقي في تطبيقها، وبالتالي لها مركزاً اجتماعياً ولا يمكن أن تقوم بأدوارها بمعزل عن حاجات المجتمع.

## 2. 3. 5 نبذة عن الجامعات الفلسطينية محل الدراسة

### أولاً: جامعة الأزهر.

تأسست جامعة الأزهر بغزة عام 1991-1992م على أرض معهد فلسطين الديني الأزهر وذلك بإنشاء كليتين هما كلية التربية، وكلية الشريعة والقانون وبلغ عدد طلبتها في عام 1991-1992م حوالي (726) طالباً وطالبة، حيث جامعة الأزهر إلى التميز، والإبداع، والرقمية، لتكون ضمن الجامعات المرموقة فلسطينياً وعربياً ودولياً، ولتكون مركزاً للإشعاع العلمي، والبحثي، والتنموي للمجتمع الفلسطيني المبني على الجودة الشاملة والتحسين المستمر، وتعتبر جامعة الأزهر مؤسسة تعليم مستقلة غير ربحية، تهدف إلى تلبية احتياجات المجتمع الفلسطيني والعربي من الموارد البشرية المؤهلة في التخصصات المعرفية المختلفة، والبحوث العلمية التطبيقية، والتنمية المستدامة مع التركيز

على توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، والمحافظة على أصالة التراث العربي الإسلامي والالتزام بمبادئ حقوق الإنسان التي تشمل العدالة والمساواة والالتزام بحكم القانون والشفافية والتسامح والاحترام وعدم التمييز والتنوع والشراكة لأصحاب المصلحة، وكان من أهم أهدافها الاستراتيجية، تطوير قدرات الطاقم الأكاديمي والإداري والعمليات الإدارية المساندة للبرامج التعليمية والبحث العلمي وخدمة المجتمع، وكذلك تطوير البرامج الأكاديمية لتلبية احتياجات العمل الفلسطيني والعربي من خلال خلق بيئة تعليمية ذات جودة عالية، والمساهمة في تحسين مستوى المعرفة كأساس لصنع السياسات حول تطوير جامعة الأزهر والتنمية المستدامة للمجتمع الفلسطيني، وربط الجامعة بالمجتمع الفلسطيني من خلال تقديم الخدمات الاستشارية والتدريبية والبحثية والعمل التطوعي، وأخيراً السعي لتحسين العلاقات الدولية لجامعة الأزهر وتعزيز قدراتها على الوصول إلى مصادر التمويل الفلسطينية والعربية والإسلامية والدولية (تقرير حصاد جامعة الأزهر، 2014م).

وتعد جامعة الأزهر منارة للعلم والعلماء، وبلغ عدد طلبتها خلال العام (2020/2019م) (16899 طالباً وطالبة)، بينما بلغ عدد الأكاديميين المتفرغين (27 أنثى، و263 ذكر)، ويعمل بها (69) إداري، ولديها (18) مبنى مجهزة بأحدث التقنيات والمختبرات (وزارة التربية والتعليم العالي، 2019م، ص 61).

### ثانياً: الجامعة الإسلامية.

تأسست الجامعة الإسلامية بغزة، سنة 1978م بفلسفة إسلامية، وهوية فلسطينية، وهي أول مؤسسة تعليم عالٍ تنشأ في قطاع غزة بمبادرة من شخصيات وطنية وأكاديمية بارزة في القطاع وخارجه. وتعمل الجامعة تحت مظلة وزارة التربية والتعليم العالي، كما أنها عضو (اتحاد الجامعات العربية، رابطة الجامعات الإسلامية، رابطة جامعات البحر الأبيض المتوسط، الاتحاد الدولي للجامعات، اتحاد جامعات العالم الإسلامي، اتحاد جامعات المتوسط، اتحاد الجامعات العربية والأوروبية، واتحاد الجامعات الآسيوية). حيث يبلغ عدد كليات الجامعة (11) كلية تقدم حوالي (118) برنامجاً أكاديمياً موزعة إلى (3) برامج دكتوراه، (28) برنامج ماجستير، (5) برامج للدبلوم العالي، (68) برنامج بكالوريوس، وبرنامج الدبلوم العام في التربية كما تمنح الجامعة (13) برنامجاً لدرجة الدبلوم المهني المختص، وتعتبر الجامعة الإسلامية، منارة علمية رائدة للمعرفة والثقافة وخدمة الإنسانية لإحداث نهضة مجتمعية شاملة، ورسالتها تعبر عن النهوض بالجوانب العلمية والثقافية والحضارية من خلال

تعليم نوعي، بحث علمي منتج، ومشاركة مجتمعية فاعلة وبناء مؤسسي مستدام في إطار القيم الإسلامية، ومن أهم غاياتها: الارتقاء بالتعليم النوعي لضمان التميز والمنافسة لطلبة الجامعة وخريجها، وتعزيز البحث العلمي وتوظيفه في خدمة سوق العمل وحاجات المجتمع والانطلاق به نحو العالمية، تأمين مستقبل مالي للجامعة، وتطوير البناء المؤسسي بما يخدم الاستدامة والإنتاجية، وتوفير بيئة داعمة للطلبة والعاملين وتطوير البنى التحتية لتكنولوجيا المعلومات، و ضمان مشاركة الجامعة الفاعلة والمؤثرة في المجتمع، وأخيراً تطوير واستثمار علاقات الجامعة وشراكاتها المحلية والإقليمية والدولية باتجاه النوعية والتنوع (الخطة الاستراتيجية للجامعة الإسلامية، 2015م).

وتعد الجامعة الإسلامية من أهم مؤسسات التعليم العالي في قطاع غزة؛ حيث تقدم تخصصات وبرامج أكاديمية متنوعة ومتميزة، ويبلغ عدد طلابها خلال العام الدراسي (2020/2019م) نحو (24514 طالباً وطالبة)، ويبلغ عدد الأكاديميين المفرغون (42 أنثى، و403 ذكر)، أما الإداريين فيبلغ عددهم (54 أنثى، و343 ذكر)، ويعمل بها (105) فني، كما بلغ عدد المستخدمين (171) موظفاً وموظفة، وبلغ عدد الأذنة (38)، ولديها (16) مبنى مجهزة بأحدث التقنيات والأجهزة (وزارة التربية والتعليم العالي، 2019م، ص 61).

### ثالثاً: جامعة الأقصى.

بدأت جامعة الأقصى سنة 1955م كمعهد للمعلمين تحت إدارة الحكومة المصرية، وكان الهدف آنذاك هو إعداد المعلمين وتأهيلهم. وفي عام 1991م تطور المعهد إلى كلية عرفت بكلية التربية الحكومية، ومنذ ذلك الحين أخذت الكلية تتنامى شيئاً فشيئاً في خططها التعليمية، وأقسامها العلمية، وأسائنتها، وطلابها، وخرّجت كثيراً من المدرسين والباحثين ذوي الكفاءة العلمية والتربوية العالية من حملة البكالوريوس والليسانس والدكتوراه عبر برنامج الدراسات العليا المشترك مع جامعة عين شمس ومع بداية العام الجامعي 2000-2001م تم تحويل الكلية إلى جامعة الأقصى.

حيث تسعى جامعة الأقصى أن تكون متميزة بين الجامعات الفلسطينية، والإقليمية في مجالات التعليم الجامعي، والبحث العلمي، وخدمة المجتمع المبنية على ثقافة الجودة الشاملة، وتعتبر جامعة الأقصى هي مؤسسة تعليم عالي حكومية فلسطينية تهدف إلى إعداد إنسان مزود بالمعرفة، والمهارات، والقيم، ولديه القدرة على التعلم المستمر وتوظيف تكنولوجيا المعلومات من خلال برامج بناء القدرات، والتعليم

الجامعي، والبحث العلمي، وتنمية وخدمة المجتمع. تلتزم جامعة الأقصى خلال تحقيقها لرؤيتها بالثقافة العربية، والإسلامية، ومبادئ حقوق الإنسان التي تشمل المسؤولية، والالتزام بحكم القانون، والشفافية، والاحترام، والتسامح، والعدالة، والمساواة، والتمكين، والمشاركة لأصحاب المصلحة، ومن أهم الأهداف الاستراتيجية للجامعة، نشر المعرفة، وتعميق جذورها، وخدمة المجتمع الفلسطيني وتطويره خاصة، والمجتمع العربي والإنساني عامة، في إطار فلسفة تستند إلى المفاهيم الوطنية وتراث الحضارة العربية والإسلامية (تقرير حصاد جامعة الأقصى، 2018م).

ورغم أن جامعة الأقصى بدأت بتخصصات تربوية؛ إلا أنها امتدت لتقديم برامج وخدمات تعليمية متنوعة، وبلغ عدد طلبتها خلال العام الدراسي (2019/2020م) نحو (25770) طالباً وطالبة، ولديها قدرات على استقطاب الطلبة لأنها حكومية ومدعومة، ورسوم الساعة المعتمدة لديها أقل تكلفة على الطلبة من الجامعات الأخرى، كذلك يعمل بها نحو (524) أكاديمي متفرغ، و(191) إداري، ولديها سبعة مباني، تتمتع هذه المباني بالتجهيزات والأدوات الحديثة (وزارة التربية والتعليم العالي، 2019م، ص 61).

#### رابعاً: جامعة فلسطين.

جامعة فلسطين مؤسسة أكاديمية من مؤسسات التعليم العالي الفلسطينية تأسست من أجل خدمة أبناء الشعب الفلسطيني في الداخل والخارج بشكل خاص والطلبة العرب والأجانب بشكل عام (<http://up.edu.ps/ar>).

تحمل جامعة فلسطين على عاتقها رسالة جلية وهي توفير مستوى رفيع وعصري من التعليم الجامعي عن طريق تهيئة بيئة تعليمية تساندها تقنيات حديثة والكترونية متكاملة ومناهج وضوابط وأنظمة أكاديمية ذات مواصفات عالمية، كما تؤمن الدعم والمساعدة للطلاب لضمان مستوى عالٍ من الإبداع والتميز، وتهتم بالبحث العلمي والمعرفي والتواصل مع حضارات وعلوم العالم، لترسيخ قيم المواطنة الصالحة والتعاون واحترام الغير بما يحقق رفاهية وسعادة الإنسانية.

أسست جامعة فلسطين بمباركة من فخامة الرئيس الراحل ياسر عرفات - أبو عمار عام 2003، وبدأت ممارسة دورها في المجتمع الفلسطيني جنباً إلى جنب مع نظيراتها من الجامعات المحلية في أوائل شهر مارس من عام 2005 في مدينة غزة، وذلك بتجهيز ملفات اعتماد الكليات والبرامج.

وبمباركة من سيادة الرئيس محمود عباس تم تخصيص أرض للجامعة بمساحة 30 دونم في مدينة الزهراء وسط قطاع غزة، وبدأت الجامعة فور الحصول على الأرض بإنشاء مبانيها والاستقرار فيها ([/http://up.edu.ps/ar](http://up.edu.ps/ar)).

وبعد العمل المتواصل في تجهيز برامج الجامعة وفقاً لمتطلبات وزارة التربية والتعليم العالي، والهيئة الوطنية للاعتماد والجودة في التعليم العالي، وحصلت الجامعة على الترخيص المبدئي ثم على الاعتماد العام للجامعة بتاريخ 2007/07/15، إلى أن حصلت على الاعتماد النهائي لكلياتها وبرامجها عام 2008.

ولا يزال العمل مستمراً مع وزارة التربية والتعليم العالي للحصول على الاعتماد النهائي لباقي كلياتها. وقد استطاعت الجامعة خلال هذه الفترة من إتمام بعض منشئاتها في مبنى الخوارزمي ومبنى منيب المصري، إلى أن توقف العمل في إنشاء المباني المتبقية في المدينة الجامعية لجامعة فلسطين وفق التصورات والمخططات التي وضعتها الجامعة لمبانيها بسبب ظروف الحصار المفروض على قطاع غزة ومنع مواد البناء من الدخول إليه، كما إنها تحافظ على هوية المجتمع الوطنية والعربية والإسلامية، ودعم وحدته وتماسكه، ونشر ثقافته والإبقاء على ثوابته، كما تركز على الجمع بين الأصالة والمعاصرة، وتفتح مجالات جديدة توافق رغبات الدارسين واحتياجات الوطن، وتساهم مع الجامعات المحلية في الحركة العلمية، وتواكب حاجة السوق في ضوء النسبة المرتفعة للنمو السكاني، وبالتالي الزيادة الكبيرة في عدد طلاب المدارس في فلسطين.

وتشارك القطاع الخاص في بناء المجتمع الفلسطيني وعملية التنمية في فلسطين، حيث إن مشاركة القطاع الخاص في توفير مؤسسات التعليم العالي، سيعمل على تخفيف العبء المالي على السلطة الفلسطينية في ضوء محدودية الموارد المالية لها من ناحية، وتلبية حاجة السوق من ناحية أخرى، على أن يكون ذلك ضمن ضوابط الجودة والنوعية المعتمدة وإشراف وزارة التربية والتعليم العالي الفلسطينية.

تساهم في رفع الجودة الأكاديمية للتعليم الجامعي بما توفره الجامعة من تقنيات متطورة وكفاءات، وما توفره كذلك من بيئة تنافسية تسهم في تحسين الأداء العام ورفع الجودة للتعليم الجامعي. ووضعت لنفسها الأهداف الإستراتيجية الآتية ([/http://up.edu.ps/ar](http://up.edu.ps/ar)):

1. تعزيز العمل المؤسسي في إدارة الجامعة لتحقيق رؤية الجامعة ورسالتها.
2. تهيئة البيئة الجامعية التي تلبي تطلعات الطلبة للرقى بمستوى التفكير والإبداع والتميز لديهم.
3. ربط برامج الجامعة باحتياجات السوق وتطويرها بما يتلاءم مع تلك الاحتياجات.
4. تطبيق إدارة الجودة الشاملة في الخدمات الإدارية والفنية والمالية على مستوى الجامعة.
5. تحقيق معايير الجودة والنوعية للبرامج الأكاديمية وفق معايير الجودة المحلية والعالمية.
6. الاهتمام بالبحث العلمي ومواكبة المستجدات العلمية والتكنولوجية والاستفادة منها في العملية التعليمية والتعليمية مما يساهم في بناء طالب متميز ومبدع يساهم في خدمة مجتمعه وأمته وتوجيهه لخدمة قضايا ومشكلات التنمية في المجتمع، وأن تكون الجامعة جسراً لنقل وتعريب وتوطيد العلوم والتكنولوجيا وتعزيز الانفتاح العلمي والثقافي.
7. تعزيز علاقة الجامعة بمحيطها الاجتماعي والمؤسسي وتقوية روابطها وعلاقاتها العلمية والثقافية مع الجامعات العربية والدولية.

وتعد جامعة فلسطين حديثة نسبياً، حيث أنشأت عام (2003) وبدأت بممارسة عملها الأكاديمي عام (2005) لكنها شهدت تطوراً ملحوظاً في سوق العمل الأكاديمي، حيث يبلغ عدد طلبتها خلال العام الدراسي (2020/2019م) نحو (8115 طالباً وطالبة)، ويعمل بها (141) أكاديمي متفرغ، و(134) إدارياً، ولديها أربع مباني ولا زالت بطور التجهيز والتطوير وبناء المختبرات العلمية.

#### خامساً: جامعة القدس المفتوحة.

بدأ التفكير في إنشاء الجامعة عام 1975م انطلاقاً من احتياجات الشعب الفلسطيني للتعليم العالي في ظل أوضاعه السكانية والاجتماعية والاقتصادية تحت الاحتلال الإسرائيلي. وبطلب من منظمة التحرير الفلسطينية، قامت منظمة اليونسكو بإعداد دراسة الجدوى لمشروع الجامعة التي استكملت عام 1980م وأقرها المؤتمر العام لليونسكو، وفي عام 1981م أقر المجلس الوطني الفلسطيني المشروع، غير أن الاجتياح الإسرائيلي للبنان حال دون المباشرة في تنفيذه حتى العام 1985م. حيث افتتح للجامعة مقر مؤقت في عمان أواخر العام 1985م، بموافقة رسمية من وزارة الخارجية الأردنية، وتركز العمل خلال الفترة الواقعة بين (1985-1991) على اعداد الخطط الدراسية والكليات، واعتماد التخصصات العلمية، وإنتاج المواد التعليمية، وخاصة المطبوعة والكتب الطلابية الوسائط التعليمية المساندة السمعية منها والبصرية (<https://www.qou.edu>).

في العام 1991م باشرت الجامعة خدماتها التعليمية في فلسطين متخذة من مدينة القدس الشريف مقراً رئيساً لها، وأنشأت فروعاً ومراكز دراسية في المدن الفلسطينية الكبرى، ضمت في البداية المئات من الطلبة، ثم أخذت اعداد المتحقيين بها بالازدياد عاماً تلو عام إلى أن أصبح عددهم ما يقارب (50000) ملتحقاً في نهاية الفصل الدراسي الاول من العام الأكاديمي 2018/2019. وقد خرجت الجامعة الكوكبة الأولى من طلبتها عام 1997م، وكانت هذه المرحلة في غاية الصعوبة، إذ شهدت منذ بداية ميلادها على أرض فلسطين تعاضم الانتفاضة الشعبية الفلسطينية التي تفجرت ضد الاحتلال الإسرائيلي في العام 1987م، كما عانت من آثار حرب الخليج التي سببت لها أزمات مالية في أصعب الأوضاع السياسية والاجتماعية والاقتصادية للشعب العربي الفلسطيني ([/https://www.qou.edu](https://www.qou.edu)).

وتتبنى جامعة القدس المفتوحة نظام المزوجة بين التعليم التقليدي والتعليم الإلكتروني (الدمج) الذي يتجاوز حدود الزمان والمكان، ويوفر فرص التعليم والتعلم بجودة عالية وتكلفة ملائمة، ويقوم على المقرر الدراسي المطبوع والمحاضرات الصفية واللقاءات والامتحانات الوجيهة، ومركزات التعلم الذاتي، ويوظف التكنولوجيا الحديثة في العملية التعليمية، وبخاصة التعلم الإلكتروني بأدواته ووسائله كافة بأسلوب من التعليم المبرمج والأنشطة العملية والتدريبية لخدمة المتعلم واستقلالته، ولتكون مكملة للقاءات الوجيهة ضمن معايير وشروط الالتحاق بأنظمة التعليم التقليدي والحديث

أما بالنسبة القيم التي تؤمن بها الجامعة لتحقيق رؤية الجامعة ورسالتها وأهدافها، تعمل الجامعة على تطبيق وترسيخ الإيمان بالقيم الآتية: الريادة والتميز، والانتماء الوطني والقومي، وديمقراطية التعليم وتكافؤ الفرص، والحرية الأكاديمية والفكرية، واحترام الأنظمة والقوانين، والشراكة المجتمعية، والإدارة بالمشاركة، والإيمان بدور المرأة الريادي، والنزاهة والشفافية، والتنافسية. ووضعت الجامعة الأهداف الاستراتيجية ([/https://www.qou.edu](https://www.qou.edu)):

- 1- مواصلة رفع مستوى تأهيل خريجي الجامعة، وتعزيز قدراتهم ومهاراتهم على المنافسة في سوق العمل المحلي والإقليمي.
- 2- الاستمرار بتطوير البرامج التعليمية وتحسينها بما يتلاءم وحاجات التنمية، وسوق العمل، على وفق أفضل ممارسات التعليم المدمج، والمستجدات العلمية والتكنولوجية.
- 3- تعزيز البحث العلمي والإنتاج والإبداع والتميز وتشجيعه في الجامعة.

- 4- تعزيز التفاعل المجتمعي، وتعميق مضامين المسؤولية المجتمعية ضمن عمليات الجامعة.
- 5- مضاعفة الجهود لتنمية موارد الجامعة المالية وتحسينها من خلال تنويع مصادرها ومواصلة رفع كفاءة الإدارة المالية وفعاليتها للجامعة.
- 6- تحسين بيئة التعليم المفتوح والخدمات الطلابية تحسناً يدعم جودة التعليم والتعلم.
- 7- تحسين حجم الخدمات الأكاديمية ونوعيتها والتقنية المساندة للتعليم والتعلم.
- 8- تعزيز ممارسات إدارة الجودة والتميز في جميع العمليات الأكاديمية والإدارية، على كل المستويات في الجامعة.

### خلاصة المبحث الثالث:

تعد الجامعة منارة العلم والإبداع؛ لأنها تمثل حلقة الوصل بين الحياة المدرسية والحياة المهنية، وتساعد في تحقيق أهداف المجتمع؛ لأنها تقدم خدمات تعليمية تسهم في بناء الفرد وتكوين تهيئته لظروف المستقبل وتحدياته، وللجامعة وظائف متعددة يمكن تقسيمها إلى ثلاث مجالات رئيسية: التعليم، والبحث العلمي، وخدمة المجتمع.

ولكي تقوم الجامعة بدورها فإنها تقوم بتحديد سياساتها واستراتيجياتها بما ينسجم مع ظروف المجتمع وفلسفته، وبالتالي يوجد ارتباط وثيق بين الجامعة والمجتمع؛ لأنها تستهدف تنميته وخدمته وتطوير أبنائه، كذلك فإنها تسعى إلى بناء صورة ذهنية مثالية لتستطيع التنافس مع الجامعات والمؤسسات الأكاديمية الأخرى، وضمان نموها واستمرارية خدماتها وأنشطتها.

## 2. 4 المبحث الرابع: الدراسات السابقة والتعقيب عليها.

تناول المبحث الرابع الجهود والدراسات السابقة ذات العلاقة بالصورة الذهنية، ولقد قسمت هذه الدراسات إلى دراسات تناولت الصورة الذهنية في الجامعات، ودراسات تناولت الصورة الذهنية لمنظمات ومؤسسات أخرى، وعُرضت الدراسات السابقة وفق تسلسل زمني من الأحدث إلى الأقدم، كذلك ضمن منهجية محددة؛ حيث تم عرضها بحيث تتضمن كل دراسة أهم الأهداف، والإجراءات، والنتائج.

### 2. 4. 1 الدراسات السابقة التي تناولت الصورة الذهنية في الجامعات

أولاً: دراسات عربية.

1 - دراسة عبد العزيز (2019) بعنوان: الصورة الذهنية للجامعات المصرية لدى الوافدين وآليات إدارتها: دراسة ميدانية.

هدفت الدراسة إلى فهم وتحليل الصورة الذهنية للجامعات المصرية عند الوافدين وآليات إدارتها، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي المسحي، حيث أجريت الدراسة على جامعة الأزهر، وجامعة القاهرة، وجامعة عين شمس، وشملت عينة الدراسة من الوافدين على (450) طالباً وافداً، بواقع (150) وافد لكل جامعة طبقت عليهم استبانة، كما أجريت بعض المقابلات المتعمقة على (100) من الإدارات العليا للجامعات الثلاث.

فتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج جاء أهمها أن الوسيلة التي شكلت الصورة الذهنية للوافدين قبل القدوم إلى مصر هي الصورة التلفزيونية، وكانت أهم عناصر الجذب للتعليم الجامعي في مصر جودة التعليم، وأشارت النتائج أن وجهة نظر الوافدين للتعليم في مصر أنهم يشعرون بالفخر للحصول على المؤهل من الجامعات المصرية، وتبين أن التعامل بالود والترحيب زاد ثقة الوافدين بالجامعات المصرية، وتبين أن الصورة الذهنية بشكل عام إيجابية.

2 - دراسة الرميدي (2017) بعنوان: تقييم الصورة الذهنية لكليات السياحة والفنادق بالجامعات المصرية.

هدفت الدراسة التعرف إلى الصورة الذهنية لكليات السياحة والفنادق بالجامعات المصرية من وجهة نظر طلاب الجامعات، ونظرة المجتمع لهذه الكليات، ولتحقيق الأهداف تم استخدام، وقام الباحث

بتطبيق مقابلات شخصية مع (38) فرداً مراقباً ومختصاً، وعقد (20) مجموعة بؤرية ضمت عينات عشوائية من طلاب الجامعات المصرية.

فتوصلت الدراسة إلى وجود قصور في المعلومات المتداولة بين طلاب الجامعة حول كليات السياحة والفنادق بالجامعات المصرية، ونظام الدراسة بها، وقصور في المعلومات حول فرص العمل لخريج كليات السياحة والفنادق، وكانت نظرة المجتمع أقرب للسلبية.

**3 - دراسة معمري (2015) بعنوان: دور الاتصال الداخلي في تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسة الجامعية: دراسة ميدانية برئاسة جامعة العربي بن مهيدي - أم البواقي.**

هدفت الدراسة الكشف عن دور الاتصال الداخلي في تشكيل الصورة الذهنية لجامعة العربي بن مهيدي بأم البواقي بالجزائر من وجهة نظر العاملين في رئاسة الجامعة، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، والمنهج المسحي، واعتمدت الدراسة على الملاحظة والاستبانة من أجل جمع البيانات، وتكونت عينة الدراسة من (89) من العاملين برئاسة الجامعة.

فتوصلت الدراسة إلى أن الوسائل الاتصالية المستخدمة في الجامعة متنوعة وأهمها النشرات الداخلية، وتبين أن للاتصال الداخلي دور مهم في تحسين الصورة الذهنية للجامعة، وتبين أن اهتمام جامعة العربي بن مهيدي بصورتها الذهنية بنسبة (44.94%)، وتبين وجود معوقات تحد من دور الاتصال الداخلي في تحسين الصورة الذهنية للجامعة وهي الشائعات والاضرابات، وجاء تقييم عينة الدراسة للصورة الذهنية إيجابية وبنسبة أقل من المستوى المرغوب (52.08%).

**4 - دراسة الحياني وخلف (2014) بعنوان: الصورة الذهنية للجامعة المستنصرية لدى طلبة الثانوية العامة.**

هدفت الدراسة إلى معرفة وتحليل الصورة الذهنية للجامعة المستنصرية لدى طلبة المرحلة الثانوية العامة، ولتحقيق أهداف الدراسة استخدم المنهج الوصفي المسحي، واختيرت عينة نسبية من خمس مدارس ثانوية للبنين والبنات بالعراق بلغ عددهم (126) طالباً وطالبة من الفرعين الأدبي والعلمي، طبقت عليهم استبانة الدراسة.

فتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج جاء أهمها وجود نسبة من عينة الدراسة لا تعرف عن الجامعة المستنصرية، وجود فجوة كبيرة بين طلبة الثانوية العامة والجامعة المستنصرية، وتبين أن ما نسبته (46.40%) لا يرغبون بالالتحاق بالجامعة المستنصرية لأنها لا توفر تخصصات نوعية، وكانت الصورة الذهنية بشكل عام متوسطة.

**5 - دراسة دويدار والمرشدي (2013) بعنوان: قياس وتنمية الصورة الذهنية لجامعة القصيم ودورها في تشكيل وبناء العلاقة الاستراتيجية مع جمهور المستفيدين.**

هدفت الدراسة التعرف إلى واقع الصورة الذهنية لجامعة القصيم، وتقصي دور الصورة الذهنية في العلاقة الاستراتيجية بين الجامعة وجمهورها، ولتحقيق الأهداف تم استخدام المنهج الوصفي، وتكونت عينة الدراسة من (785) مفردة من الجمهور الداخلي المتمثل بالطلبة وأعضاء هيئة التدريس والإداريين، بينما مثل الجمهور الخارجي أولياء أمور الطلبة، وشخصيات مختصة، بينما كانت أداة الدراسة عبارة عن استبانة.

وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج وأهمها تحقيق الجامعة صورة ذهنية بدرجة متوسطة، واستطاعت الجامعة ترسيخ صورتها الذهنية المدركة والمرغوبة بدرجة متوسطة، في حين حققت الصورة الذاتية بدرجة مرتفعة، وتبين أن مستوى التوجه الاستراتيجي في جامعة القصيم متوسطاً، وتبين عدم وجود فروق بين الصورة المدركة والصورة المرغوبة، لكن تبين وجود فروق بين الصورة المدركة والصورة الذاتية لصالح الذاتية، ولم يتضح وجود فروق بين الصورة المرغوبة والصورة الذاتية لجامعة القصيم، وتبين وجود علاقة بين الصورة الذهنية والتوجه الاستراتيجي للجامعة.

**ثانياً: دراسات أجنبية.**

**1 - دراسة رماندا ورايولا وويبوا وديرجانترى ( Ramdana, Rahayua, Wibowoa, & Dirgantaria, 2020) بعنوان: أثر التفرد وخبرة الطالب في تحسين الصورة الذهنية للجامعة: دراسة تطبيقية في جامعات خاصة بإندونيسيا.**

هدفت الدراسة إلى تطوير نموذج مفاهيمي لشرح العلاقة بين تفرد التعليم العالي وخبرات الطالب والصورة الذهنية للجامعة، واعتمدت الدراسة على المنهج الارتباطي، واستخدمت المعادلة الهيكلية المنمجة في بناء العلاقات، وهي تقنية تحليلية تستخدم اختبار نماذج انحدار متداخلة، وبلغت عينة

الدراسة (268) طالباً وطالبة، اختيروا بطريقة عشوائية من (49) جامعة خاصة في جاوة الغربية بإندونيسيا.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها أن هناك اعتماد على استراتيجية التفرد، وأن الصورة الذهنية للجامعات إيجابية، وتبين أن تفرد مؤسسات التعليم العالي يؤثر في بناء خبرة الطالب، وتعمل على تحسين صورة الجامعة الذهنية، كما تبين أن خبرات الطالب التي ينقلها للميدان الاجتماعي تؤثر في بناء صورة ذهنية إيجابية عن الجامعة.

**2 - دراسة شهرزاد وآخرون ( Shehzadi, Nisar, Hussain, Basheer, Hameed, & Chaudhry, 2020) بعنوان: دور التعلم الرقمي في رضا الطلاب وصورة العلامة التجارية للجامعة في المعاهد التعليمية في باكستان ما بعد جائحة كورونا.**

هدفت الدراسة التعرف إلى دور التعلم الرقمي الذي لجأت إليه المعاهد التعليمية في باكستان بعد جائحة كورونا على رضا الطلاب وصورة العلامة التجارية للجامعة، ولتحقيق الأهداف اعتمد الباحثون على المنهج الوصفي، وتم استخدام الاستبانة كأداة لجمع البيانات أرسلت إلكترونياً إلى عينة الدراسة التي بلغت (408) طالباً وطالبة بالجامعات الباكستانية.

فتوصلت الدراسة إلى أن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وكافة أساليب التعلم الرقمي تؤثر بشكل إيجابي في نجاح التعليم الإلكتروني وتحقق رضا الطلاب، وتعمل على تحسين الصورة المتعلقة بالعلامة التجارية للجامعة، وتبين أن رضا الطلاب ينعكس على الصورة الذهنية للعلامة التجارية، وتبين أيضاً أن الصورة الذهنية للعلامة التجارية جاءت مرتفعة.

**3 - دراسة ماسيريني وبيني وبراتيسي (Masserini, Bini, & Pratesi, 2019) بعنوان: هل تؤثر جودة الخدمات والصورة المؤسسية على رضا الطلاب وولائهم في التعلم العالي.**

هدفت الدراسة التحقق من تأثير جودة الخدمات التعليمية والصورة المؤسسية للجامعة على رضا الطلاب عن تجربتهم الجامعية، والعواقب المحتملة على ولاء الطالب للجامعة، تم استخدام المنهج الوصفي، وشارك في الدراسة (14870) طالباً وطالبة اختيروا عشوائياً من جامعة بيزا، وطبقت عليهم أدوات الدراسة المتمثلة بالاستبانات.

فتوصلت الدراسة إلى أن التدريس والمحاضرات وتنظيم الدورات التدريبية وهوية الجامعة وثقافتها وفلسفة التعليم فيها والتكنولوجيا المستخدمة وطبيعة قاعات الدراسة ومختبرات الجامعة هي من العوامل المؤثرة في بناء وتشكيل الصورة الذهنية عن الجامعة، وتبين أن كافة محددات وعوامل الصورة الذهنية تؤثر في رضا الطلاب، ورضا الطلاب يعزز ولاء الطالب للجامعة، وتبين وجود أثر مباشر وغير مباشر للصورة الذهنية للجامعة في علاقة رضا الطلاب بولائهم.

**4 - دراسة شاندرها وهافني وشاندرها وبورواتي وشاندرها ( Chandra, Hafni, Chandra, ) (Purwati, & Chandra, 2019) بعنوان: تأثير جودة الخدمة وصورة الجامعة الذهنية على رضا الطلاب وولائهم.**

هدفت الدراسة تحديد تأثير جودة الخدمات الإدارية والتعليمية وصورة الجامعة الذهنية على رضا الطلاب وولائهم، ولتحقيق الأهداف تم استخدام المنهج الوصفي، ومسح الدراسات السابقة المتعلقة بهذا المجال.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها وجود (12) مؤشر لبناء جودة الخدمة في المؤسسات الأكاديمية، و(5) مؤشرات لبناء الصورة الذهنية، و(7) مؤشرات لرضا الطالب وولائه، وصيغت في ضوء هذه المؤشرات استبانة أجريت على عدد من طلبة الجامعات في أوروبا.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج جاء أهمها أن مؤشرات الصورة الذهنية تتمثل بثقافة الجامعة وسياساتها التعليمية والتكنولوجيا والسمعة الأكاديمية والبرامج المتوفرة وتلبيتها للمجتمع المقصود، وتبين أن هناك أثر لجودة الخدمات على رضا الطلاب وولائهم، وتبين وجود أثر للصورة الذهنية للجامعة على رضا الطلاب وولائهم.

## 2. 4. 2 الدراسات السابقة التي تناولت الصورة الذهنية في منظمات ومؤسسات

أولاً: دراسات عربية.

1 - دراسة التميمي (2019) بعنوان: الخداع التسويقي من قبل شركات تزويد الانترنت وأثره على الصورة الذهنية لدى طلبة الجامعات في محافظة الخليل.

هدفت الدراسة التعرف إلى الخداع في عناصر المزيج التسويقي (الخدمة، والسعر، والترويج، والتوزيع) من قبل شركات توزيع الانترنت وأثره على بناء الصورة الذهنية لدى طلبة الجامعات في محافظة الخليل، وتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، وتكونت عينة الدراسة من (380) طالباً وطالبة تم اختيارهم من طلبة الجامعات بالخليل بطريقة عشوائية نسبية، وكانت أداة الدراسة عبارة عن استبانة.

وتوصلت الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها أن درجة الخداع التسويقي من شركات توزيع الانترنت مرتفعاً، وجاء الخداع في الترويج بالمرتبة الأولى، ثم الخداع في التوزيع، ثم الخداع في السعر، وأخيراً الخداع في الخدمة، وتبين أن الصورة الذهنية التي تكونت لدى طلبة الجامعات في محافظة الخليل عن الخداع التسويقي جاءت بدرجة كبيرة، وجاء البعد الوجداني بالمرتبة الأولى، ثم البعد السلوكي، وأخيراً البعد المعرفي، وتبين وجود أثر للخداع التسويقي على تكوين الصورة الذهنية السلبية، كما تبين وجود فروق في تكوين الصورة الذهنية لدى طلبة جامعة الخليل تعزى لمتغير الجنس لصالح الذكور.

2 - دراسة حركات (2019) بعنوان: سياسة التغليف وأثرها على تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة: دراسة آراء عينة من مستهلكي منتج (Milka).

هدفت الدراسة إلى تقصي أثر سياسة التغليف على تحسين الصورة الذهنية من وجهة نظر مستهلكي منتج (Milka) من أعضاء هيئة التدريس بالجامعات في أم البواقي بالجزائر، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتكونت عينة الدراسة من (170) فرداً، وكانت أداة الدراسة عبارة عن استبانة.

فتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها تبني سياسات تغليف جيدة، وجاءت الصورة الذهنية إيجابية، وتبين وجود أثر لسياسات التغليف على الصورة الذهنية.

### 3 - دراسة الفرا (2018) بعنوان: دور الصورة الذهنية للمنظمات الأهلية في بناء العلاقة الاستراتيجية مع جمهور المستفيدين.

هدفت الدراسة إلى تقصي دور الصورة الذهنية للمنظمات الأهلية في بناء العلاقة الاستراتيجية مع جمهور المستفيدين، ولتحقيق هدف الدراسة استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، وتكونت عينة الدراسة من (98) منظمة من المنظمات الأهلية الكبرى العاملة في قطاع غزة، وكانت أداة الدراسة عبارة عن استبانة.

وتوصلت الدراسة إلى أن الوزن النسبي للصورة الذهنية للمنظمات الأهلية بلغت (76.42%)، وتبين وجود علاقة بين الصورة الذهنية للمنظمات وبناء علاقة استراتيجية مع جمهور المستفيدين، كما تبين وجود فروق في دور الصورة الذهنية في بناء العلاقة الاستراتيجية تعزى لمتغير الجنس لصالح الإناث، وفروق تعزى لمتغير العمر لصالح (50 سنة فأكثر)، وفروق تعزى لمتغير المؤهل العلمي لصالح البكالوريوس، وتبين أيضاً وجود فروق تعزى لمتغير المسمى الوظيفي لصالح رئيس مجلس إدارة أو مدير جمعية.

### 4 - دراسة الحلو (2019) بعنوان: دور أخلاقيات التسويق في تعزيز الصورة الذهنية لمنظمات الأعمال: دراسة ميدانية لمستخدمي شركة جوال بقطاع غزة.

هدفت الدراسة التعرف إلى دور أخلاقيات التسويق في تحسين الصورة الذهنية لشركة الاتصالات الخلوية جوال، ولتحقيق أهداف الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، وتكونت عينة الدراسة من (344) مستخدماً، وكانت أداة الدراسة عبارة عن استبانة.

فتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج جاء أهمها أن شركة الاتصالات الخلوية تهتم بأخلاقيات التسويق، حيث جاءت بنسبة مرتفعة، وتبين أن مؤشرات الصورة الذهنية جاءت مرتفعة أيضاً، وتبين وجود أثر دال إحصائياً لأخلاقيات التسويق على الصورة الذهنية، حيث فسرت أخلاقيات التسويق ما نسبته (35%) من الصورة الذهنية لشركة الاتصالات الخلوية.

5 - دراسة المصري (2019) بعنوان: أثر الهوية البصرية للشركات في بناء الصورة الذهنية: بالتطبيق على عملاء شركة الاتصالات الخلوية جوال بقطاع غزة.

هدفت الدراسة إلى معرفة أثر الهوية البصرية في بناء الصورة الذهنية لشركة الاتصالات الخلوية جوال، ولتحقيق الأهداف استخدم المنهج الوصفي، وتكونت عينة الدراسة من (337) طالب وطالبة من كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية بالجامعة الإسلامية بغزة، وكانت أداة الدراسة عبارة عن استبانة.

فتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها وجود هوية بصرية للشركة بنسبة مرتفعة لدى الطلبة، وتبين أن الصورة الذهنية للشركة جاءت بدرجات موافقة مرتفعة، وتبين وجود أثر للهوية البصرية على بناء الصورة الذهنية لشركة الاتصالات الخلوية جوال.

6 - دراسة الشاعر (2018) بعنوان: أثر الممارسات الاستراتيجية للموارد البشرية على تحسين الصورة الذهنية لدى المصارف الإسلامية العاملة في قطاع غزة.

هدفت الدراسة إلى كشف أثر الممارسات الاستراتيجية للموارد البشرية على تحسين الصورة الذهنية لدى المصارف الإسلامية العاملة في قطاع غزة، وتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، وتكونت عينة الدراسة من (62) موظفاً وموظفة من العاملين في المصارف الإسلامية بقطاع غزة، واستخدمت الدراسة الاستبانة كأداة أساسية في جمع البيانات.

وتوصلت الدراسة إلى أن الممارسات الاستراتيجية للموارد البشرية مرتفعة، وتبين أن لها أثر قوي في تحسين الصورة الذهنية للمصارف الإسلامية، ولم تظهر فروق تعزى لمتغيرات العمر والجنس والمؤهل العلمي والمسمى الوظيفي وسنوات الخدمة.

7 - دراسة (Zayd, 2018) بعنوان: أثر جودة الخدمات المصرفية على الصورة الذهنية للعملاء: دراسة ميدانية على البنوك الإسلامية في الجمهورية اليمنية.

هدفت الدراسة إلى تقصي أثر جودة الخدمات المصرفية على الصورة الذهنية للبنوك الإسلامية، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتم توزيع (380) استبانة على عينة من عملاء البنوك الإسلامية باليمن.

فأشارت نتائج الدراسة إلى أن جودة الخدمات المصرفية جاءت مرتفعة، وجاء البعد المعرفي للصورة الذهنية بالمرتبة الأولى، ثم البعد العاطفي، وأخيراً السلوكي، كما تبين وجود أثر لجودة الخدمات المصرفية في تحسين الصورة الذهنية.

#### 8 - دراسة بلبراهيم (2017) بعنوان: دور العلاقات العامة التسويقية في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الخدمية.

هدفت الدراسة إلى تقصي دور العلاقات العامة التسويقية في تحسين الصورة الذهنية لشركة الاتصالات الجزائرية، ولتحقيق أهداف الدراسة استُخدم المنهج الاستقرائي، واعتمدت الدراسة على الاستبانة كأداة أساسية في جمع البيانات، وطبقت هذه الاستبانة على (56) موظفاً بشركة الاتصالات الجزائرية.

فتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج جاء أهمها أن شركة الاتصالات الجزائرية تولي اهتمام كبير لنشاط العلاقات العامة، وتبين وجود برامج مخطط لها بالنسبة للجمهور الداخلي والخارجي، لكن تبين وجود معاناة من بعض المشكلات التي تتعلق بالهوية الذاتية للشركة، حيث تبين جهل الجمهور الداخلي لأهمية الصورة الذهنية للجمهور الخارجي، كما تبين أن برامج العلاقات العامة المتعلقة بالجمهور الداخلي تأثر بشكل كبير في بناء الصورة الذهنية للموظف حول شركة الاتصالات الجزائرية.

#### 9 - دراسة هاجر (2017) بعنوان: أثر الإعلان في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الخدمية: دراسة حالة.

هدفت الدراسة إلى اختبار أثر الإعلان على تحسين الصورة الذهنية لاتصالات الجزائر للهاتف النقال موبيليس من وجهة نظر طلبة كلية العلوم الاقتصادية بجامعة قاصدي مرباح بورقلة، واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي، وكانت أداة الدراسة الأساسية عبارة عن استبانة، وطبقت على عينة قصدية بلغت (100) طالباً وطالبة.

فتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج جاء أهمها وجود أثر معنوي للإعلان على الصورة الذهنية، وتبين أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات المبحوثين حول أثر الإعلان على تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الخدمية تعزى لمتغيرات الجنس، والعمر، وتبين أن الصورة الذهنية من مقومات نجاح

المنظمات، وأكثر أساليب الإعلان التي تؤثر في الصورة الذهنية: الإعلانات الجذابة، والعلامة التجارية، العوامل الفنية التي يتضمنها الإعلان.

**10 - دراسة مقراني (2016) بعنوان: أثر تغيير العلامة التجارية على الصورة الذهنية لدى المستهلك: دراسة حالة مؤسسة أوريدو للاتصالات بورقلة.**

هدفت الدراسة التعرف إلى أثر تغيير العلامة التجارية على الصورة الذهنية لدى المستهلك بالتطبيق على مؤسسة أوريدو للاتصالات وكالة ورقلة، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، حيث كانت أداة الدراسة الأساسية عبارة عن استبانة، وطبقت الاستبانة على عينة عشوائية بلغت (200) زبون لمؤسسة أوريدو للاتصالات بورقلة.

فأشارت نتائج الدراسة إلى أن المستهلك يميز العلامة التجارية، وتبين أن تغيير العلامة التجارية له أثر في الصورة الذهنية، وتوصلت الدراسة أيضاً إلى عدم وجود فروق بين استجابات المبحوثين حول أثر تغيير العلامة التجارية على الصورة الذهنية تعزى لمتغيرات الجنس، والعمر، المستوى التعليمي.

**11 - دراسة أبو عكر (2016) بعنوان: دور جودة الخدمات والصورة الذهنية والمنافع غير الملموسة في جودة العلاقة مع الأعضاء المستفيدين: دراسة حالة.**

هدفت الدراسة إلى تعرف دور جودة الخدمات والمنافع غير الملموسة والصورة الذهنية في تحسين جودة العلاقة مع الأعضاء المستفيدين من خدمات الغرفة التجارية بغزة، ولتحقيق أهداف الدراسة اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي، وكانت أداة الدراسة عبارة عن استبانة، وقد اختيرت عينة عشوائية بسيطة بلغت (177) عضو مستفيد من الغرفة التجارية الصناعية بغزة.

فأظهرت نتائج الدراسة أن هناك علاقة بين جودة الخدمات وجودة العلاقة مع الأعضاء المستفيدين، وعلاقة بين الصورة الذهنية وجودة العلاقة مع الأعضاء المستفيدين، وعلاقة بين المنافع غير الملموسة وجودة العلاقة بين الأعضاء المستفيدين والغرفة التجارية الصناعية بغزة.

**12 - دراسة لفتة (2016) بعنوان: تأثير أبعاد بناء الصورة الذهنية للشركة في جذب انتباه المستهلك العراقي للمنتجات المحلية: دراسة ميدانية.**

هدفت الدراسة إلى تعرف أثر أبعاد بناء الصورة الذهنية للشركات في جذب انتباه المستهلك العراقي، وبالتطبيق على عينة من المسؤولين في الشركة العامة لصناعة الزيوت النباتية، ولتحقيق أهداف الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، وتكونت عينة الدراسة من (30) مسؤولاً، وكانت أداة الدراسة عبارة عن استبانة.

فتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج جاء أهمها أن هناك اتفاق عالي من قبل المبحوثين حول أهمية أبعاد بناء الصورة الذهنية للشركة، وأن لها تأثير في جذب انتباه المستهلك، وتبين أن أبعاد بناء الصورة الذهنية تفسر التباين الكلي لجذب انتباه المستهلك بنسبة (78.70%)، وتبين أن ترتيب الأبعاد حسب درجة تأثيرها: البعد السلوكي، ثم البعد الاجتماعي، ثم البعد المعرفي، وأخيراً البعد الوجداني.

**13 - دراسة برهوم وزويد (2014) بعنوان: دور الإعلان في بناء الصورة الذهنية لشركات التأمين في محافظة اللاذقية.**

هدفت الدراسة إلى توضيح دور الإعلان في بناء الصورة الذهنية لشركات التأمين في محافظة اللاذقية، ولتحقيق الأهداف استخدم المنهج الوصفي التحليلي، وتم سحب عينة عشوائية بلغت (400) من عملاء شركات التأمين بمحافظة اللاذقية، وطبقت عليهم استبانة.

فكانت أهم النتائج تشير إلى وجود أثر للرسالة الإعلانية والوسيلة المستخدمة في الإعلان عن الخدمات على بناء الصورة الذهنية للعملاء بنسبة ضعيفة، وأن الصورة الذهنية التي شكلها الإعلان لم تكن واضحة، وتبين عدم اهتمام شركات التأمين بعنصر الإعلان والشكل الإعلاني، إضافة إلى وجود عوامل أخرى تشكل الصورة الذهنية وأهمها العناصر الترويجية كالبيع الشخصي والعلاقات العامة وتنشيط المبيعات.

ثانياً: دراسات أجنبية.

1 - دراسة بوبروفا وريابكو وفينيكوفيتش سيفونوفيتش وأوستروفكي ( Bobrova, Ryabko, Vishnyakova, Sviontkovskaya, & Ostrovskiy, 2020) بعنوان: الجانب المعرفي في بناء الصورة الذهنية للمنظمة في إطار نص الإعلام الاقتصادي.

هدفت الدراسة إلى تقصي تأثير النص الإعلامي الاقتصادي العالمي في بناء الصورة الذهنية للمنظمات ضمن الإطار المعرفي، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، وقام الباحثون بمراجعة البحوث والدراسات ذات العلاقة بالإعلام الاقتصادي والجانب المعرفي من الصورة الذهنية، كما قام الباحثون بمراجعة وتحليل محتوى النص الإعلامي لنحو (150) مؤسسة إعلامية اقتصادية.

فتوصلت الدراسة إلى أن وسائل الإعلام الاقتصادي عنصر مهم في حصول العملاء على البيانات والمعلومات المتعلقة بالمنظمة، واتضح أن الجانب المعرفي يبني من خلال عدد من الأساليب والمؤشرات وتأتي في مقدمتها وسائل الإعلام الاقتصادي.

2 - دراسة بانقول وتيوارى (Bangwal, & Tiwari, 2019) بعنوان: تأثير التصميم البيئي والوعي الأخضر على صورة المنظمة.

هدفت الدراسة إلى بناء نموذج انحدار هيكلي بين متغيرات التصميم البيئي والوعي الأخضر وصورة المنظمة عند موظفيها، واستخدمت الدراسة المنهج الارتباطي والمعادلة الهيكلية، وشارك في الدراسة (362) موظفاً يعملون في القيادة والتصميم البيئي بمنظمات خاصة أمريكية.

فتوصلت الدراسة إلى أن التصميم البيئي يفسر ما نسبته (46%) من التباين في الصورة الذهنية للمنظمة عند موظفيها، وتبين وجود أثر للوعي الأخضر على الصورة الذهنية، وتبين أن المنظمات الخضراء تنمي الصورة الذهنية للعاملين لديها تدريجياً وبشكل مستمر.

3 - دراسة بيلتوكوربي وبادر وفرويس (Peltokorpi, Bader, & Froese, 2019) بعنوان: جاذبية الشركات الأجنبية والمحلية لاستضافة الموظفين الوطنيين في اليابان: منظور الأشخاص تجاه المنظمة في ضوء نظرية الصورة الذهنية.

هدفت الدراسة البحث في الجاذبية التنظيمية وإدارة الموارد البشرية في ضوء نظرية الصورة وفحص تأثيرها على استضافة الموظف الوطني بالتطبيق على منظمات أجنبية وأخرى محلية، ولتحقيق الأهداف استخدم المنهج الارتباطي، وتكونت عينة الدراسة من (800) موظف في اليابان بشركات أجنبية وأخرى محلية من خلال مقابلات شخصية واستبانة.

وتوصلت الدراسة إلى الصورة الذهنية تفسر جزء كبير من جاذبية الشركات الأجنبية والمحلية، وأن هذه الصورة تؤثر في استضافة الموظفين في الشركات الأجنبية والمحلية، بجوار عوامل أخرى تم اكتشافها من خلال المقابلات الشخصية مثل إتقان اللغة الإنجليزية والخبرة ومهارات العمل.

4 - دراسة تورانينا وكيريفا وسوسكتش جلامازدا (Turanina, Kireeva, Sushkova, & Glamazda, 2019) بعنوان: إدارة الاتصالات الشفوية كنهج مبتكر لتشكيل الصورة المنظمة.

هدفت الدراسة التحقق من كفاءة النهج المبتكر في تشكيل الصورة المنظمة من خلال إدارة الاتصالات الشفوية، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي والأسلوب المكتبي، حيث جرى مراجعة بحوث ودراسات في تشكيل الصورة المنظمة.

وتوصلت الدراسة إلى أن الاتصالات الشفوية لها تأثير كبير في تشكيل الصورة المنظمة، وهذا يدعم أن إدارة الاتصالات الشفوية نهج مبتكر وفعال في تشكيل الصورة الذهنية للمنظمة.

## 2. 4. 3 الدراسات السابقة التي تناولت العوامل المؤثرة في الصورة الذهنية .

أولاً: دراسات عربية.

1 - دراسة المسرحي و مزروع (2020) بعنوان: العوامل المؤثرة في الصورة الذهنية المدركة لوظيفة العلاقات العامة: دراسة ميدانية على عينة من طالبات قسم الاعلام بجامعة ام القرى.

واستهدفت الدراسة التعرف على طبيعة الصورة الذهنية المدركة لوظيفة العلاقات العامة لدى طالبات قسم الإعلام - تخصص العلاقات العامة بجامعة أم القرى، والتعرف على أهم العوامل المؤثرة في تكوين الصورة الذهنية لوظيفة العلاقات العامة (العوامل الشخصية - عوامل البيئة التعليمية - العوامل الاجتماعية)، كذلك الوقوف على الصعوبات والعوائق التي تواجهها العينة في فهم الصورة الصحيحة لوظيفة العلاقات العامة.

اعتمد البحث على المنهج الوصفي بأسلوب المسح بالعينة، واشتملت العينة طالبات قسم الإعلام تخصص العلاقات العامة و دلت النتائج على ان :

الصورة الإيجابية لوظيفة العلاقات العامة في مقدمة إجابات المبحوثين بنسبة (٦٥.٦٪)، تلتها الصورة التي تجمع ما بين السلبية والإيجابية في المرتبة الثانية بنسبة (٣٣.٦٪) من إجمالي المبحوثين. تصدرت عوامل البيئة التعليمية الترتيب الأول كأكثر العوامل تأثيراً على الصورة الذهنية المدركة لوظيفة العلاقات العامة تلتها العوامل الشخصية، ثم العوامل الاجتماعية.

ذكرت نسبة (٧٢.٠٪) من عينة الدراسة أن عبارة "عدم الاحتكاك بالواقع العملي الخارجي والذي يساعد على فهم الصورة الصحيحة لوظيفة العلاقات العامة" جاءت كأهم الصعوبات التي تواجههم في إدراك الصورة الصحيحة لوظيفة العلاقات العامة تلتها عبارة "الاهتمام بالدراسة النظرية وإهمال الجانب التطبيقي" بنسبة (٦٧.٢٪).

## 2- دراسة صليبي وزعرور (2019) بعنوان: العوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية المدركة للجامعات الفلسطينية لدى طلبة الثانوية العامة في محافظة الخليل.

هدفت الدراسة إلى معرفة أهم العوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية المدركة للجامعات الفلسطينية لدى طلبة الثانوية العامة في محافظة الخليل، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، وتم اختيار عينة طبقية بلغت (807) طالباً وطالبة من مرحلة الثانوية العامة بمحافظة الخليل، ولقد طور الباحثان استبانة لتطبيقها على عينة الدراسة.

وقد أظهرت نتائج الدراسة أن العوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية المدركة للجامعات الفلسطينية لدى طلبة الثانوية العامة في محافظة الخليل جاءت بدرجة مرتفعة، وتبين أن الطلبة يختارون الجامعة بسبب توفر التخصص المرغوب لديهم، بينما تبين أن الطلبة لم يسبق لهم زيارة الجامعات التي يفكرون بالالتحاق بها، ولم يتابعوا أخبارها وفعاليتها، وأظهرت النتائج وجود فروق حول العوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية المدركة للجامعات الفلسطينية وفقاً لمتغير الجنس، وكانت الفروق لصالح الإناث، كما تبين وجود فروق تعزى لمتغير مكان السكن لصالح سكان القرى والمخيمات على حساب المدينة، ولم تظهر فروق تعزى لمتغير فرع الدراسة.

## 3- دراسة عبد المنعم \_ (2017) بعنوان العوامل المؤثرة على ولاء الطلبة الجامعيين لجامعاتهم دراسة ميدانية على جامعات غزة.

هدفت الدراسة إلى معرفة أهم العوامل المؤثرة ولاء الطلبة الجامعيين لجامعاتهم في محافظات غزة، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وتم اختيار عينة عشوائية طبقية بلغت (406) مفردة من طلبة الجامعات الثلاث في محافظات غزة ( الجامعة الإسلامية - جامعة الأزهر - جامعة الأقصى)، حيث تمت دراسة العوامل التالية : (النظام الاكاديمي ، النظام المالي ، الأنشطة اللامنهجية ، وعلاقة الجامعة بالمجتمع) وقد أظهرت نتائج الدراسة أن هناك قصور في العوامل (النظام الاكاديمي ، النظام المالي ، الأنشطة اللامنهجية ، و علاقة الجامعة بالمجتمع) المطبقة في الجامعات و انه لا يؤدي الى تحقيق الولاء المطلوب لطلبة الجامعات ، و ان الولاء منخفض بدرجة واضحة لدى الطلبة الجامعيين ، وفي المقابل فقد أشار المبحوثين الى سمعة و شهرة الجامعة بان الولاء كان متوسط نسبيا . كما أشار الى وجود علاقة تداخل و تكامل إيجابية و انسجام واضح بين متغيرات البحث المستقلة.

#### 4- دراسة العيساوي (2015) بعنوان: العوامل المؤثرة في تشكيل الصورة الذهنية للحزب السياسي في العراق كما يراها الاعلاميون العراقيون المقيمون في عمان.

هدفت الدراسة إلى التعرف إلى مدى تأثير أو إسهام بعض العوامل في تشكيل تلك الصورة لدى ان الإعلاميين العراقيين المقيمين في عمان.

واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي ، وتكون مجتمع الدراسة من جميع الإعلاميين و الكتاب الصحفيين العراقيين المقيمين في عمان حيث بلغ عددهم (300) اعلاميا، ولقد طور الباحث استبانة لتطبيقها على عينة الدراسة. شملت مختلف العوامل حيث بلغت فقرات الاستبانة 80 فقرة ، وتم تطبيق الاستبانة على عينة الدراسة وهي (120) مبحوثا.

وقد أظهرت نتائج الدراسة أن اسهام عوامل عدة في تشكيل الصورة الذهنية للحزب السياسي في العراق، و منها ما كان له اثر كبير على في بناء صورة سلبية عن الحزب السياسي :،منها ضعف التواصل مع الجمهور استغلال نفوذه لتحقيق مصالح شخصية، و غموض مصادر تمويله، و عدم توفر المهنية في إدارة العلاقات العامة، و عوامل أخرى كانت اقل تأثيرا، مثل ثقافة و فكر الأعضاء ومرجعية و تاريخ الحزب.

#### 5- دراسة مسعود و الكور (2015) بعنوان العوامل المؤثرة في اختيار الطلبة العرب للجامعات الأردنية.

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة العوامل المؤثرة في اختيار الطلبة العرب للجامعات الأردنية ، والمتمثلة في كل من (جودة الخدمة التعليمية، الاتصالات التسويقية، كلفة خدمات التعليم، البيئة المادية، الموقع الجغرافي للجامعة، والعوامل البيئية). شملت أداة الدراسة على ( 52 ) فقرة موزعه على سبعة مجالات هي (جودة الخدمة التعليمية، الاتصالات التسويقية، كلفة خدمات التعليم، البيئة المادية، الموقع الجغرافي للجامعة، العوامل البيئية، الاختيار)، وبلغت الدرجة الكلية للاتساق الداخلي باستخدام اختبار معامل كرونباخ ألفا ( 944.0 ) .تم تطبيق أداة الدراسة على عينية تكونت من (375) طالب و طالبة موزعة على 10 جامعات و كانت الاستبانات المستردة الصالحة للتحليل (358).

أظهرت نتائج الدراسة وجود أثر لكل من المتغيرات المستقلة على اختيار الطلبة العرب للجامعات الأردنية ، كما أشارت نتائج الدراسة إلى أن (جودة الخدمة التعليمية والعوامل البيئية وكلفة خدمات

التعليم) هي العوامل الأكثر تأثير في اختيار العرب للجامعات الاردنية التي يدرسون فيها، وعدم وجود فروق في اختيار الطلبة العرب للجامعات التي يدرسون فيها تعزى إلى متغير النوع، والحالة الاجتماعية ودخل الاسرة والتخصص. بينما توجد فروق في اختيار الطلبة العرب للجامعات الأردنية التي يدرسون فيها تعزى إلى متغير الجنسية.

## ثانياً: دراسات أجنبية.

### 1- دراسة تية وونسيم ، كلوي (Teah Woonsim, Chloe, 2019) بعنوان: التحقيق في العوامل

#### الرئيسية المؤثرة اختيار الطلاب الدوليين الخاص مؤسسات التعليم العالي (HEIs) في ماليزيا

تهدف الدراسة الى تحديد وفهم العوامل الرئيسية التي تؤثر على عملية صنع القرار لدى الطلاب الدوليين في اختيار مؤسسات التعليم العالي من أجل وضع أنفسهم استراتيجياً بناءً على هذه العوامل من أجل البقاء على المدى الطويل وتحقيق الهدف من مخطط التعليم 2015-2025. تستخدم هذه الدراسة نمذجة المعادلة الهيكلية لتطوير نموذج يدمج كلاً من نموذج صنع القرار الخاص بالطلاب ونظرية الدفع والجذب لتحديد العوامل الرئيسية التي تؤثر على عملية صنع القرار للطلاب الدوليين في اختيار مؤسسات التعليم العالي الخاصة في ماليزيا والتحقيق فيها. تتبنى هذه الأطروحة نهجاً شاملاً من خلال النظر في إجمالي تجربة الدراسة الخارجية للطلاب الدوليين والتي تتكون من الدراسة والمعيشة والحياة الاجتماعية بأكملها ضمن السياق الأكاديمي والبلد المضيف ؛ رضاهم عن قرارات الدراسة وسلوكهم الشفهي في المستقبل في إحالات المستهلكين. تم اختبار النموذج في هذه الدراسة تجريبياً باستخدام عينة عشوائية عنقودية مكونة من 435 طالباً جامعياً دولياً بدوام كامل وطلاب دراسات عليا مسجلين في إحدى مؤسسات التعليم العالي الخاصة في ماليزيا. شارك 29 مؤسسة تعليمية خاصة في الدراسة ويشكل هذا البحث محاولة رائدة لتشمل جميع الأنواع الأربعة من مؤسسات التعليم العالي الخاصة (جامعة خاصة، فرع جامعة أجنبية ، كلية جامعية وكلية خاصة).

تكتشف الدراسة أن قرار الطلاب الدوليين بالدراسة في الخارج ينبع عادةً داخلياً من تصورهم أن التعليم في الخارج أفضل من مؤهلات البلد الأم. عندما يتعلق الأمر بتحديد مكان الدراسة، فإن سمعة وجهة الدراسة الإيجابية التي تصور صورة صديقة للأجانب هي عوامل رئيسية للطلاب الدوليين عند تقييم وجهة مضيئة. تشمل السمات الداعمة الأخرى للبلد المضيف الاستقرار السياسي والسلامة لبيئة

دراسة مواتية، والتنوع الاجتماعي والثقافي ، بالإضافة إلى سهولة معالجة التأشيرات ونظام الهجرة المرن. تكتشف الدراسة أيضًا أن المستجيبين ركزوا على اختيار المؤسسة بشكل أكبر من اختيار وجهة الدولة عندما يتعلق الأمر باتخاذ القرارات المتعلقة بالتعليم في الخارج.

تقدم نتائج النموذج رؤى مهمة حول الخصائص المؤسسية المتميزة التي جذبت الطلاب الدوليين للدراسة في ماليزيا. يرتبط العامل المؤسسي الأكثر تأثيراً بمرافق الحرم الجامعي ونظام الدعم الجيد. وتتعلق العوامل الحاسمة اللاحقة بجودة التعليم من حيث صورة المؤسسة المميزة، والتي غالبًا ما يتم تمثيلها بسمعتها والاعتراف الدولي ومجموعة البرامج والدورات الأكاديمية. تشمل سمات المؤسسة الداعمة الأخرى الموقع الاستراتيجي ومتطلبات الدخول السهلة.

**2- دراسة جميلة ماغانغا (JAMILLAH H. MAGANGA 2016) بعنوان: العوامل التي تؤثر على الأداء الأكاديمي للطلاب: دراسة حالة للمدارس الثانوية العامة في منطقة إيلالا ، دار السلام ، تنزانيا.**

هدفت الدراسة للتعرف على العوامل التي تؤثر على الأداء الأكاديمي في المرحلة الثانوية

مدارس في منطقة إيلالا. استرشدت الدراسة بأهداف البحث التالية:

لربط مدى تأثير قدرة اللغة الإنجليزية بين الطلاب على الطالب الأكاديمي الأداء، لربط كيفية التدريس ومرافق التعلم مثل (النص الكتب والمنشآت الكيميائية) والأداء الأكاديمي للطلاب في المرحلة الثانوية المدارس في منطقة إيلالا ، وتحديد كيفية تأثير التوجيه والإرشاد والأداء الأكاديمي لطلاب المدارس الثانوية. استخدمت الدراسة تصميم البحث النوعي. مقابلة ومناقشة جماعية مركزة وفيلم وثائقي كانوا يعملون في جمع البيانات. كشفت النتائج أن العديد من المتعلمين لا يستطيعون ذلك إتقان اللغة الإنجليزية، وكان لديهم معرفة ضعيفة للغاية بالمفردات المستخدمة في مواضيع مختلفة، كانت قدراتهم الإنجليزية ضعيفة إلى حد الفشل جملة جيدة ومنطقية باللغة الإنجليزية. القدرة الضعيفة تمامًا في اللغة الإنجليزية محدودة قدرتهم على فهم المفاهيم في مختلف التخصصات مثل الجغرافيا والفيزياء وكيمياء. علاوة على ذلك.

تم تطبيق الاستبانات على المبحوثين من العينة العشوائية البسيطة على 4 مدرء مدارس ثانوية و56 مدرسا و20 ولي امر و100 طالب.

أظهرت النتائج أنه باستثناء كتب الفنون، والعلوم لم تكن الكتب المدرسية كافية في مدارس إيلالا الثانوية. هذا محدود الفعالية تعلم مختلف التخصصات مثل الفيزياء. وأشار التمويل كذلك إلى أن كانت المدارس تعاني من مشاكل العلم من جانب والتفاعل خلال ذلك تعلم الجانب الآخر. لوحظت المدارس لتخطي التقييم التكويني بسبب ارتفاع تكاليف القرطاسية. وأخيرا أظهرت النتائج أن العديد من المدارس ليس لديه مستشارون لتقديم المشورة للمراهقين. وأشارت النتائج كذلك إلى أنه حتى لو كانوا مراهقين كانوا يتظاهرون بالتعلم، فقدوا ما بين عدة ساعات لغير الأكاديميين أنشطة مثل الرسوم البيانية على البريد الإلكتروني والهواتف الذكية وكان تركيزهم ضعيفاً دراساتهم. مرفق توصيات لتحسين الأداء الأكاديمي.

### 3- دراسة عزما عرفان (Uzma Irfan 2016) بعنوان الصحة النفسية والعوامل المتعلقة

#### بالصحة النفسية بين الباكستانيين فئة طلاب الجامعة.

هدفت هذه الدراسة لدراسة العوامل المحتملة التي تساهم في الصحة النفسية في الجامعة من قبل الطلاب في باكستان. العوامل المحددة المختارة للتحقيق كانت دفاء الأب، الانبساط مقابل الانطواء واحترام الذات وعلاقات الأقران. عاملين ديموغرافيين، الجنس والوضع الاجتماعي والاقتصادي (على أساس دخل الوالدين) ، كما تم فحص لتحديد العلاقات المحتملة مع مشاكل الصحة العقلية.

تم استخدام تصميم بحث كمي وتم الحصول على البيانات من خلال المبحوثين حيث تم تصميم خمس استبيانات. بلغ عدد المبحوثين 314 طالباً جامعياً من أقسام مختلفة، يدرسون في جامعة واحدة جامعة كراتشي. تراوحت أعمار المشاركين من 18 إلى 24 عاماً، وكان 149 من الإناث و165 من الذكور.

كشفت نتائج هذه الدراسة عن وجود علاقة إيجابية بين الانبساط والصحة النفسية ودفاء الأب وصحته العقلية واحترام الذات والصحة العقلية مع وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين: أبلغ الطلاب الذكور عن مستويات أكثر إيجابية للصحة العقلية من الطالبات. كان هناك أيضاً اتجاه لهؤلاء الطلاب من أدنى دخل للوالدين فئة للإبلاغ عن انخفاض مستويات الصحة العقلية. بالإضافة إلى ذلك، من العوامل التي تم تقييمها، الأب تتبأ الدفاء بمعظم التباين في درجات الصحة العقلية.

توفر هذه النتائج نظرة ثاقبة لتصور الطلاب لصحتهم العقلية والعوامل التي قد تكون مرتبطة بهذه التقارير الذاتية. مثل هذا العمل يسلط الضوء على أهمية رفع الوعي بالصحة النفسية لدى طلاب

الجامعة وأسرهم والجامعة الإدارة، لا سيما في الثقافات التي يحتمل أن تكون أقل قبولاً للعقلية مشاكل صحية. يجب أن تدعم النتائج التخطيط والتطوير الفعال التدخلات والاستراتيجيات، ليس فقط لطلاب الجامعات الذين يعانون من الصحة النفسية مشاكل، ولكن أيضاً إدارة الجامعة: تأثير دفاء الأب على الصحة العقلية تشير التقارير الذاتية في هذا السياق إلى الحاجة إلى النظر في مشاركة الوالدين بشكل فعال.

## 2. 4. 4 التعقيب على الدراسات السابقة

أوجه الاتفاق بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة:

### 1 - من حيث الأهداف: -

تتفق الدراسة الحالية من حيث الأهداف مع بعض الدراسات السابقة التي هدفت إلى معرفة مستوى الصورة الذهنية مثل (التميمي، 2019؛ وحركات، 2019؛ والحلو، 2019؛ والفرا، 2018؛ وهاجر، 2017؛ ومقراني، 2016)، كما تتفق مع بعض الدراسات بأنها تسعى للكشف عن عوامل بناء الصورة الذهنية مثل دراسة (Chandra, Hafni, Chandra, Purwati, & Chandra, 2019)، ودراسة (Masserini, Bini, & Pratesi, 2019) و دراسة (Teah Woonsim, Chloe, 2019) و دراسة (العيساوي، 2015).

### 2 - من حيث المنهج المستخدم: -

اعتمدت الدراسة الحالية على المنهج الوصفي التحليلي، وتتفق من خلال ذلك مع بعض الدراسات السابقة مثل دراسة (صليبي وزعرور، 2019؛ وعبدالعزيز، 2019؛ ومعمري، 2015؛ ودويدار والمرشدي، 2013؛ و Shehzadi, Nisar, Hussain, Basheer, Hameed, & Chaudhry, 2020؛ والتميمي، 2019؛ وحركات، 2019؛ والحلو، 2019؛ والمصري، 2019).

### 3 - من حيث الفئة المستهدفة:-

اهتمت الدراسة الحالية بالجامعات، وطبقت على عينة من طلبتها، وهي بذلك تتفق مع بعض الدراسات السابقة مثل (المسرحي ومزروعي، 2020؛ صليبي وزعرور، 2019؛ وعبدالعزيز، 2019؛ الرميدي، 2017؛ عبد المنعم، 2017؛ عزما عرفان، 2016؛ الكور، 2015؛ والحياني وخلف، 2014؛ وShehzadi, Nisar, و Ramdana, Rahayua, Wibowoa, & Dirgantaria, 2020 و (Teah Woonsim, Chloe, 2019 Hussain, Basheer, Hameed, & Chaudhry, 2020

### 4 - من حيث الأدوات:-

اعتمدت الدراسة الحالية على الاستبانة كأداة أساسية في جمع البيانات والمعلومات ولقد اتفقت بذلك مع بعض الدراسات السابقة مثل (مزروعي، 2020؛ صليبي وزعرور، 2019؛ وعبدالعزيز، 2019؛ عبد المنعم، 2017؛ ماغانغا، 2016؛ ومعمري، 2015؛ العيساوي، 2015؛ الكور، 2015؛ والحياني وخلف، 2014؛ ودويدار والمرشدي، 2013؛ و Shehzadi, Nisar, Hussain, Basheer, و Chandra, Hafni, Chandra, Purwati, & Hameed, & Chaudhry, 2020 و Chandra, 2019؛ التميمي، 2019؛ وحركات، 2019؛ والحلو، 2019؛ والمصري، 2019؛ والفرا، 2018؛ والشاعر، 2018).

### أوجه الاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة:

### 1 - من حيث الأهداف:-

تختلف الدراسة الحالية عن جميع الدراسات السابقة تسعى لمعرفة مستوى الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية عند طلبتها، وأنها تبحث في العوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية للجامعات، وبيان طبيعة وقوة العلاقة بين هذه العوامل والصورة الذهنية عند الطلبة، بهدف تقديم نموذج يمكن أن تستند إليه الجامعات في تحسين صورتها الذهنية عند الطلبة.

### 2 - من حيث المنهج المستخدم:-

اختلفت الدراسة الحالية مع بعض الدراسات التي استخدمت مناهج علمية غير المنهج الوصفي التحليلي مثل دراسة ( Bangwal, & Tiwari, 2019؛ و Peltokorpi, Bader, & Froese,

(2019) التي استخدمت المنهج الارتباطي، ودراسة ( Turanina, Kireeva, Sushkova, & Teah Woonsim, 2019) والتي اعتمدت على المنهج الوصفي والأسلوب المكتبي و Chloe, 2019

### 3 - من حيث الفئة المستهدفة:-

اختلفت الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في أنها تطبق على الجامعات الفلسطينية ومن وجهة نظر طلبتها خاصة دراسة (صليبي وزعرور، 2019؛ ومعمري، 2015؛ والتميمي، 2019؛ وحركات، 2019؛ والخلو، 2019؛ والفرا، 2018؛ والشاعر، 2018).

### 4 - من حيث الأدوات المستخدمة:-

اعتمدت الدراسة على الاستبانة كأداة أساسية وبالتالي فهي تختلف عن بعض الدراسات السابقة التي استخدمت مقابلات شخصية مثل (عبد العزيز، 2019؛ والرميدي، 2017؛ و Peltokorpi, Bader, & Froese, 2019) و (Teah Woonsim, Chloe, 2019)

### ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة:

- أنها تربط بين الصورة الذهنية والعوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية.
- أنها تطبق على خمس جامعات فلسطينية تعمل في المحافظات الجنوبية.
- تتميز من حيث زمن ومكان التطبيق.
- تتميز بالأدوات التي طورتها الباحثة في ضوء البيئة والحالة الفلسطينية، إضافة إلى المؤشرات والنماذج التي توصلت إليها بعض الدراسات السابقة.
- أنها تأتي في ظروف استثنائية نظراً لانتشار جائحة كورونا، الأمر الذي أثر على التعليم العالي ومؤسساته وربما صورته الذهنية.

وفي إطار مراجعة الباحثة للدراسات السابقة يمكن أن توضح الفجوة البحثية على النحو التالي:-

جدول (2. 5) يوضح الفجوة البحثية للدراسة الحالية

نوع الفجوة	الدراسات السابقة	الدراسة الحالية
الفجوة المكانية	طبقت الدراسات السابقة في بيئات مختلفة: الفلسطينية، والعربية، والدولية	أجريت الدراسة الحالية على الجامعات الفلسطينية بالمحافظات الجنوبية
الفجوة النظرية	قدمت الدراسات السابقة أدباً نظرياً مرتبطاً بمتغيرات كل دراسة	أضافت الدراسة الحالية بعض الإشارات والمؤشرات المتعلقة بمفهوم الجامعة وتشكيلها للصورة الذهنية وأهم العوامل التي يمكن الاستناد إليها في التأثير على الصورة الذهنية للجامعة
الفجوة المفاهيمية	قدمت الدراسات السابقة تعريفات مفاهيمية للجامعة والصورة الذهنية وبعض أبعادها ومكوناتها	قدمت الدراسة الحالية تعريفات اصطلاحية بالاستناد إلى الدراسات السابقة
الفجوة المعرفية	أضافت الدراسات السابقة إطاراً معرفياً حول الصورة الذهنية وتكوينها ومكوناتها وأبعادها إضافة إلى بعض العوامل المؤثرة في تشكيلها	أضافت الدراسة الحالية معرفة مستوى الصورة الذهنية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية، وأبرز العوامل المؤثرة فيها في ضوء معطيات تتعلق بالحالة الفلسطينية
الفجوة المنهجية	اعتمدت الدراسات السابقة على منهجيات مختلفة منها الوصفية والتحليلية والارتباطية	استفادت الدراسة الحالية من منهجيات الدراسات السابقة وإجراءاتها في تطوير منهجية الدراسة الحالية
الفجوة التطبيقية	طبقت كثير من الدراسات السابقة في ظروف عادية عدا دراسة واحدة طبقت في ظروف انتشار جائحة كورونا، كما تنوعت الأطر التطبيقية التي اعتمدها الدراسات السابقة ما بين الاستبانة والمقابلة	اعتمدت الدراسة الحالية على استبانة لم تستخدمها كافة الدراسات السابقة، وطبقت عبر البريد الإلكتروني أو مواقع التواصل الاجتماعي في ظل ظروف جائحة كورونا
الفجوة التحليلية	قدمت الدراسات السابقة إطار تحليلي يتناسب مع ظروف تطبيقها وزمن ومكان التطبيق	تضيف الدراسة الحالية إطار تحليلي يتعلق بالحالة الفلسطينية وظروف الجامعات في المحافظات الجنوبية لفلسطين

## الفصل الثالث

### المنهجية والإجراءات

3. 1 منهجية الدراسة

3. 2 مجتمع الدراسة

3. 3 عينة الدراسة

3. 4 الوصف الاحصائي لعينة الدراسة

3. 5 أدوات الدراسة.

3. 6 الصعوبات التي واجهت الباحثة

3. 7 اختبار التوزيع الطبيعي للبيانات

3. 8 الأساليب والمعالجات الاحصائية

## الفصل الثالث

### المنهجية والإجراءات

تسعى الدراسة إلى معرفة طبيعة الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية لدى الطلبة، وتوضيح أهم العوامل المؤثرة في بناء هذه الصورة، وتحقيقاً لأهداف الدراسة اعتمدت الدراسة على منهجية محددة، وإجراءات ميدانية مختلفة، ويعرض الفصل الثالث منهج الدراسة، ومجتمعها، وعينتها، وأدواتها، والمحك المعياري للحكم على النتائج، إضافة إلى اختبار التوزيع الطبيعي للبيانات، و المعالجات الاحصائية.

### 3.1 منهجية الدراسة

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي؛ لأنه أنسب المناهج العلمية في دراسة الظواهر الإنسانية، ويعد المنهج الوصفي مظلة واسعة حيث يعتمد على وصف ظاهرة الدراسة "الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية لدى الطلبة في قطاع غزة والعوامل المؤثرة فيها"، ومحاولة تفسيرها، والبحث عن كافة العوامل المؤثرة فيها، يعدى الوصف؛ لأنه يتيح الحرية للباحثة بجمع البيانات اللازمة من مصادرها الخاصة، والتفاعل مع هذه البيانات بالوصف والتفسير والتحليل وصولاً لنتائج وتعميمات وعلاقات جديدة.

### 3. 2 مجتمع الدراسة

تكون مجتمع الدراسة من جميع الطلبة المقيدین خلال الفصل الدراسي الأول من العام الجامعي (2021/2020م)، ضمن المستوى الثالث والرابع بالجامعات التالية: جامعة فلسطين، الجامعة الإسلامية بغزة، جامعة الأقصى، جامعة الأزهر، وجامعة القدس المفتوحة، والجدول التالي يبين ذلك:

جدول (3. 1) توزيع أفراد مجتمع الدراسة تبعاً لمتغيري الجامعة والمستوى الدراسي

الجامعة	المستوى الثالث	المستوى الرابع	المجموع	النسبة المئوية
جامعة الأزهر	4225	5031	9256	22.40
جامعة الأقصى	5601	6624	12225	29.60
الجامعة الإسلامية	7010	5247	12257	29.60
جامعة فلسطين	2146	1053	3199	7.70
جامعة القدس المفتوحة	2121	2304	4425	10.70
المجموع	21103	20259	41362	100.0
النسبة المئوية	51.00	49.00	100.0	

يبين جدول (3. 1) أن مجتمع الدراسة يتكون من (41362) طالباً وطالبة، بواقع (51%) من المستوى الثالث، و(49%) من المستوى الرابع، وجدير بالذكر أن مجتمع الدراسة يتكون من (18909) طالباً بنسبة (45.70%)، و(22453) طالبة بنسبة (55.30%).

### 3. 3 عينة الدراسة.

اختارت الباحثة عينة الدراسة بطريقة عشوائية نسبية طبقية بلغت (380) طالباً وطالبة (بحسب معادلة ريتشارد ، وذلك بعد تقسيم مجتمع الدراسة إلى طبقات بناءً على متغيرات الجامعة والجنس والمستوى الدراسي، حيث أرسلت إليهم استبانة الدراسة إلكترونياً عبر البريد الإلكتروني، أو مواقع التواصل الاجتماعي، فاستجاب منهم (372) طالباً وطالبة، بنسبة استجابة بلغت (77.50%). والجدول رقم (3. 2) يوضح نسب استجابة الطلبة تبعاً لمتغير الجامعة:

جدول (3. 2) الاستبانات الموزعة والمستردة ونسب الاستجابة

الجامعة	مجتمع الدراسة	النسبة المئوية	الاستبانات الموزعة	الاستبانات المستردة	نسبة الاستجابة
جامعة الأزهر	9256	22.40	85	84	98.8
جامعة الأقصى	12225	29.60	112	111	99
الجامعة الإسلامية	12257	29.60	113	112	99
جامعة فلسطين	3199	7.70	29	29	100
جامعة القدس المفتوحة	4425	10.70	41	36	87.8
المجموع	41362	100.0	380	372	97.89

يبين جدول (3. 2) أن نسبة الاستجابة لكافة الجامعات بلغت (97.89%)، وجاء أعلى نسبة استجابة لطلبة جامعة فلسطين بنسبة (100%) و ذلك بسبب تعاون المتناهي من طلبتها و استاذتها، بينما كانت أدنى نسبة استجابة لطلبة جامعة القدس المفتوحة (87.8%) حيث لم كانت توزيع الاستبانة في فترة الامتحانات الالكترونية للطلبة في الجامعة.

بالنسبة لتطبيق الأداة الباحثة كانت صادقة في الاستبانات الموزعة ونسب الاسترداد وجاء التطبيق فترة كورونا، وهي فترة لا يداوم فيها الطلبة، وكان التطبيق إلكتروني وغالباً في التطبيق الإلكتروني تكون نسب الاسترجاع متدنية والباحثة طبقت (380) استبانة إلكترونية وهذا ليس سهلاً وأخذ وقتاً طويلاً، وعندما وصلت الباحثة لعدد يفوق الـ 370 قامت بقبول الردود وإجراء التحليل وحتى لو اختلفت النسب في العينة التطبيقية إلا أن الباحثة حاولت جاهدة إلى تطبيق العينة التطبيقية بحذافيرها وشروطها، والعينة الفعلية جاءت العينة تطبيقية إلى حد كبير، ولم تختلف عن نسب الطلبة في مجتمع الدراسة إلا بأقل من (1%) لمعظم الجامعات.

### 3. 4 الوصف لعينة الدراسة.

يوضح جدول (3. 3) الخصائص الشخصية لعينة الدراسة من حيث الجنس، والجامعة، ومكان السكن، والمستوى الدراسي، والكلية:

جدول (3.3) توزيع عينة الدراسة تبعاً لمتغيرات الجنس والجامعة ومكان السكن والمستوى الوظيفي والمستوى الدراسي والكلية

النسبة المئوية	العدد	المتغيرات	البيان
44.80	170	ذكر	الجنس
55.20	210	أنثى	
21.10	85	جامعة الأزهر	الجامعة
30.00	112	جامعة الأقصى	
11.00	29	جامعة فلسطين	
29.00	113	الجامعة الإسلامية	
8.90	41	جامعة القدس المفتوحة	
15.30	57	قرية	مكان السكن
44.40	165	مخيم	
40.30	150	مدينة	
48.70	185	الثالث	المستوى الدراسي
51.30	195	الرابع	
32.60	120	علوم	الكلية
67.40	252	آداب وعلوم إنسانية	
100.0	372	الإجمالي	

يتضح من جدول (3.3) تباين عينة الدراسة من حيث الجنس حيث كان (44.80%) من أفراد العينة ذكور، و(55.20%) إناث، وهذا يتفق مع مجتمع الدراسة، كذلك يتضح أن عينة الدراسة تنقسم من حيث الجامعات حسب نسبتها في مجتمع الدراسة، كذلك يتضح من الجدول أن معظم أفراد العينة من سكان المخيمات بنسبة (44.40%)، ثم المدن (40.30%)، وأخيراً القرى (15.30%)، وهذا يرجع إلى الخصائص السكانية للمحافظات الجنوبية من فلسطين، ويتضح من الجدول أن (48.70%) من المستوى الثالث، و(51.30%) رغم أن الباحثة أرسلت استبيانات لطلبة المستوى الثالث أكثر من المستوى الرابع، لكن كانت استجابة طلبة المستوى الرابع أكثر، وكان من بين أفراد العينة (32.60%) من كليات علمية، و(67.40%) من كليات أدبية وهذا يرجع إلى ميول الطلبة نحو البرامج والتخصصات العلمية والأدبية.

بالنسبة لمنطقة النتائج المتعلقة بالفروق هذا ما حصلت عليه الباحثة من النتائج المرتبطة باستجابات الباحثين ولا يمكن لها تغيير النتائج ويمكن تفسير هذه النتائج أن هناك عوامل كثيرة مشتركة بين الجامعات الفلسطينية بمحافظات فلسطين الجنوبية أهمها أنها تعقد مؤتمرات مشتركة، وهناك أعضاء

هيئة تدريس يدرسون بثلاث جامعات بنظام الساعة، إضافة إلى أن الجامعات بقطاع غزة تخضع لنظام جودة و رقابي موحد من وزارة التربية و التعليم العالي و إضافة ان الجامعات تخضع لنفس الظروف الاستثنائية وبالتالي جاءت النتائج متقاربة إلى حد ما ولم تظهر فروق.

### 3. 5 أدوات الدراسة.

#### 1- تصميم الاستبانة:

تمثلت أداة الدراسة الأساسية بالاستبانة، حيث تم تقسيم الاستبانة إلى ثلاث أقسام، قسم للبيانات الشخصية، وقسم لبناء الصورة الذهنية لدى الطالب، وقسم العوامل التي أثرت في بناء الصورة الذهنية لدى الطالب، ولقد حددت الباحثة أبعاد الاستبانة وقامت بتطويرها في ضوء عدد من الدراسات السابقة مثل (الصليبي وزعرور، 2019؛ والرميدي، 2017؛ ولفته، 2016، وفريحات، 2015؛ وقبلان، 2015؛ والحمد، 2014). وكانت الاستبانة في صورتها الأولية على النحو التالي:

- قسم البيانات الشخصية: الجنس، والجامعة، ومكان السكن، والكلية.
  - قسم أبعاد الصورة الذهنية: يتضمن (27) فقرة تتوزع بالتساوي إلى الأبعاد التالية:
    - البعد المعرفي (9 فقرات).
    - البعد الوجداني (9 فقرات).
    - البعد السلوكي (9 فقرات).
  - قسم العوامل المؤثرة في الصورة الذهنية: يتضمن (40) فقرة تتوزع بشكل غير متساو إلى الأبعاد التالية:
    - البعد الأول: رؤية الجامعة (6 فقرات).
    - البعد الثاني: ثقافة الجامعة (7 فقرات).
    - البعد الثالث: هوية الجامعة (8 فقرات).
    - البعد الرابع: السمعة الأكاديمية (11 فقرة).
    - البعد الخامس: التكنولوجيا المتوفرة (8 فقرات).
- وقامت الباحثة بالتحقق من صدق الاستبانة وثباتها من خلال مجموعة من الإجراءات؛ حيث جرى عرضها على لجنة تحكيم، وبعد تعديلات اللجنة تم تطبيقها استطلاعياً على عينة بلغت (35) طالباً وطالبة، وفيما يلي إجراءات وخطوات الصدق والثبات:

## 2- صدق الاستبانة:

يقصد بالصدق أن تعبر الاستبانة عن الظاهرة المراد قياسها، وأن تكون الفقرات معبرة عن الأبعاد، وتكون الأبعاد مرتبطة بالدرجة الكلية، ولقد تحققت الباحثة من صدق الاستبانة من خلال التالي:

### أ- صدق المحكمين "الصدق الظاهري":

صممت الباحثة الاستبانة في ضوء الدراسات السابقة والتعريفات الاصطلاحية والإجرائية، وعرضت الاستبانة في صورتها الأولية (ملحق 1) على لجنة من المختصين وأعضاء هيئة التدريس بكليات الإدارة بالجامعات الفلسطينية (ملحق 2)، وطلبت منهم إبداء الرأي في فقراتها ودقة صياغتها، ومناسبتها لفئة الدراسة، ووضوح العبارات وصدقها، وفي ضوء ذلك تم تعديل الاستبانة بناءً على آراء لجنة التحكيم، وما اتفقوا عليه، فكانت الاستبانة بصورتها بعد التحكيم على النحو التالي (ملحق 3):

- قسم البيانات الشخصية: الجنس، والجامعة، ومكان السكن، والمستوى الدراسي، والكلية.
- قسم أبعاد الصورة الذهنية: يتضمن (21) فقرة تتوزع بالتساوي إلى الأبعاد التالية:
  - البعد المعرفي (7 فقرات).
  - البعد الوجداني (7 فقرات).
  - البعد السلوكي (7 فقرات).
- قسم العوامل المؤثرة في الصورة الذهنية: يتضمن (36) فقرة تتوزع بشكل غير متساو إلى:
  - البعد الأول: رؤية الجامعة (6 فقرات).
  - البعد الثاني: ثقافة الجامعة (6 فقرات).
  - البعد الثالث: هوية الجامعة (7 فقرات).
  - البعد الرابع: السمعة الأكاديمية (11 فقرة).
  - البعد الخامس: التكنولوجيا المتوفرة (6 فقرات).

### ب- صدق الاتساق الداخلي:

يقصد بصدق الاتساق الداخلي مدى قدرة الفقرات على قياس ما وضعت لأجل قياسه، ويتم هذا الأمر من خلال حساب معاملات الارتباط بين درجة كل فقرة والدرجة الكلية للبعد الذي تنتمي إليه، والجداول التالية توضح نتائج صدق الاتساق الداخلي لفقرات الاستبانة:

جدول (3. 4): معاملات الارتباط وقيم الاحتمال بين فقرات قسم الصورة الذهنية والدرجة الكلية للبعد

م.	البعد المعرفي	معامل الارتباط	قيمة الاحتمال
1.	أعرف مكانة جامعتي بين مؤسسات التعليم العالي الفلسطينية	**0.783	0.000
2.	أتابع المعلومات التي تقدمها الجامعة عبر موقعها الإلكتروني	**0.855	0.000
3.	أعرف كافة أفرع وأقسام وتخصصات جامعتي	**0.827	0.000
4.	أقدم معلومات دقيقة حول جامعتي عندما يسألني الآخرون	**0.694	0.000
5.	أرى أن جامعتي تقدم أفضل البرامج الأكاديمية للطلبة	**0.712	0.000
6.	تقدم الجامعة معلومات صادقة حول أنشطتها	**0.663	0.000
7.	أثق بسرية التعامل مع موقع الجامعة الإلكتروني	**0.695	0.000
م.	البعد الوجداني	معامل الارتباط	قيمة الاحتمال
1.	أفتخر كوني طالباً/ة بهذه الجامعة	**0.707	0.000
2.	أشعر بالأمن والطمأنينة داخل حرم الجامعة	**0.751	0.000
3.	أثق بقدرات ومهارات أعضاء هيئة التدريس بالجامعة	**0.782	0.000
4.	أشعر أن جامعتي جزء من حياتي	**0.740	0.000
5.	مشاعري الإيجابية تجاه جامعتي تحفزني على النجاح والتفوق	**0.793	0.000
6.	أشجع الآخرين على الالتحاق بجامعتي	**0.829	0.000
7.	أرى أنني أحسنت اختيار جامعتي	**0.859	0.000
م.	البعد السلوكي	معامل الارتباط	قيمة الاحتمال
1.	ألتزم بكافة التعليمات والقوانين واللوائح الخاصة بجامعتي	**0.786	0.000
2.	أمتلك صور تذكارية خاصة لي داخل حرم الجامعة	**0.764	0.000
3.	أجتهد بدراستي لأعطي انطباع جيد عن جامعتي	**0.908	0.000
4.	أشارك بالأنشطة الطلابية لأكن عنصر فعال في الجامعة	**0.866	0.000
5.	انتمائي للجامعة يدفعني للمشاركة في الأعمال التطوعية التي تقيمها	**0.699	0.000
6.	أشارك في المؤتمرات والندوات التي تقيمها الجامعة لثقتي بفوائدها	**0.779	0.000
7.	أحافظ على مرافق الجامعة وممتلكاتها	**0.803	0.000

\*\* ر الجدولية عند درجات حرية - 34 - ومستوى دلالة - 0.01 - تساوي (0.418)

\* ر الجدولية عند درجات حرية - 34 - ومستوى دلالة - 0.05 - تساوي (0.334)

يبين الجدول (3. 4) أن جميع قيم الاحتمال جاءت أقل من مستوى الدلالة (0.05)؛ وهذا يدل على أن معاملات الارتباط دالة إحصائياً، وأن فقرات أبعاد الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية عند طلبتها تتمتع بصدق اتساق داخلي جيد.

جدول (3. 5): معاملات الارتباط وقيم الاحتمال بين فقرات قسم العوامل المؤثرة في الصورة الذهنية والدرجة الكلية للبعد

م	رؤية ورسالة الجامعة	معامل الارتباط	قيمة الاحتمال
1.	تتفق رؤية الجامعة مع أهدافها ورسالتها	**0.655	0.000
2.	تتبنى رؤية الجامعة من فلسفة المجتمع الفلسطيني وحاجاته	**0.834	0.000
3.	تحمل رسالة الجامعة مؤشرات لطبيعة الخدمات التي تقدمها	**0.877	0.000
4.	تمنح رؤية الجامعة صورة حقيقية عن واقع التعليم بالجامعة	**0.826	0.000
5.	تحقق الجامعة رسالتها من خلال تفوق طلبتها	**0.829	0.000
6.	يلتزم أعضاء هيئة التدريس برسالة الجامعة وأهدافها	**0.736	0.000
م	ثقافة الجامعة	معامل الارتباط	قيمة الاحتمال
1.	توفر الجامعة لوائح داخلية لتنظيم علاقات الطلبة والموظفين.	**0.753	0.000
2.	تلتزم الجامعة بقيم المجتمع الفلسطيني وثقافته.	**0.759	0.000
3.	يسود الجامعة مناخ من العلاقات الإنسانية الجيدة بين الجميع.	**0.807	0.000
4.	تقيم الجامعة أنشطة وبرامج للمناسبات الوطنية.	**0.828	0.000
5.	تتبع الجامعة قيم ومعتقدات نابغة من الدين الإسلامي.	**0.731	0.000
6.	تقدم الجامعة برامج وأنشطة متنوعة بجودة عالية.	**0.818	0.000
م	هوية الجامعة	معامل الارتباط	قيمة الاحتمال
1.	يجذبني شعار الجامعة	**0.779	0.000
2.	تبدو قاعات الدراسة مريحة ومشجعة للطلبة	**0.880	0.000
3.	يعجبني التنظيم الداخلي لمكاتب الجامعة	**0.922	0.000
4.	تتميز الجامعة بتصميم خارجي رائع	**0.931	0.000
5.	تقوم الجامعة بصيانة المباني بشكل مستمر	**0.806	0.000
6.	توفر الجامعة مرافق رياضية ليمارس الطالب هواياته وإبداعاته	**0.823	0.000
7.	تهتم الجامعة باتساع المناطق الخضراء	**0.858	0.000
م	السمعة الأكاديمية	معامل الارتباط	قيمة الاحتمال
1.	توفر الجامعة تخصصات نوعية فريدة	**0.734	0.000
2.	تحظى الجامعة بثقة المجتمع المحلي	**0.760	0.000
3.	نفي الجامعة بوعودها التي تقدمها للطلبة	**0.599	0.000
4.	تستجيب الجامعة لشكاوى الطلبة بشكل دائم	**0.672	0.000

0.000	**0.894	يبدل عضو هيئة التدريس الجهد الكاف لتحسين قدرات طلبته المختلفة	5.
0.000	**0.891	ترتبط الجامعة بين المقررات النظرية والعملية بشكل فعال ومقنع	6.
0.000	**0.878	تختار الجامعة أفضل الكفاءات الأكاديمية لتدريس برامجها المختلفة	7.
0.000	**0.879	توفر الجامعة فرص تدريب تلبي حاجات الطلبة	8.
0.000	**0.810	تعتمد الجامعة على أنظمة تقويم تراعي قدرات الطلبة والفروق الفردية بينهم	9.
0.000	**0.756	تجاوزت الجامعة حالة الطوارئ الصحية (جائحة كورونا) بحنكة عالية.	10.
0.000	**0.812	توفر مكتبة الجامعة مراجع ومصادر أصيلة يمكن الاستفادة منها.	11.
قيمة الاحتمال	معامل الارتباط	التكنولوجيا المتوفرة	م.
0.000	**0.852	تخصص الجامعة مختبرات علمية مجهزة بأحدث الأجهزة والتقنيات.	1.
0.000	**0.826	تتجه الجامعة نحو تطبيق أساليب التعليم الإلكتروني بشكل فعال وملائم لحاجات الطلبة.	2.
0.000	**0.888	يتوفر بالجامعة خدمات انترنت ذات سرعة مقبولة.	3.
0.000	**0.799	توفر الجامعة أنظمة اتصال وتواصل فعالة.	4.
0.000	**0.800	يقدم موقع الجامعة الإلكتروني خدمات أكاديمية مميزة ومتنوعة.	5.
0.000	**0.661	تقدم وسائل الإعلام التربوي التابعة للجامعة برامج تعليمية مفيدة ومميزة.	6.

\*\* ر الجدولية عند درجات حرية - 34 - ومستوى دلالة - 0.01 - تساوي (0.418)

\* ر الجدولية عند درجات حرية - 34 - ومستوى دلالة - 0.05 - تساوي (0.334)

يبين الجدول (3. 5) أن جميع قيم الاحتمال جاءت أقل من مستوى الدلالة (0.05)؛ وهذا يدل على أن معاملات الارتباط دالة إحصائياً، وأن فقرات العوامل المؤثرة في الصورة الذهنية تتمتع بصدق اتساق داخلي جيد.

### ج- صدق البناء:

يقصد به اتساق الاستبانة وتكاملها وشمولها، ومدى صدق الأبعاد لقياس ظاهرة الدراسة، ويتم من خلال حساب معاملات الارتباط البينية بين أبعاد المتغير ودرجته الكلية، والجداول التالية تبين نتائج الصدق البنائي:

جدول (3. 6): معاملات الارتباط البينية بين أبعاد الصورة الذهنية ودرجتها الكلية

م.	أبعاد الصورة الذهنية	البعد المعرفي	البعد الوجداني	البعد السلوكي	الدرجة الكلية
1.	البعد المعرفي	1			
2.	البعد الوجداني	**0.797	1		
3.	البعد السلوكي	**0.752	**0.854	1	
	الدرجة الكلية	**0.899	**0.949	**0.944	1

\*\* ر الجدولية عند درجات حرية - 34 - ومستوى دلالة - 0.01 - تساوي (0.418)

\* ر الجدولية عند درجات حرية - 34 - ومستوى دلالة - 0.05 - تساوي (0.334)

يبين الجدول (3. 6) أن جميع قيم الاحتمال جاءت أقل من مستوى الدلالة (0.05)؛ وهذا يدل على أن معاملات الارتباط دالة إحصائياً، وأن أبعاد الصورة الذهنية تتمتع بصدق بنائي جيد.

جدول (3. 7): معاملات الارتباط البينية بين العوامل المؤثرة في الصورة الذهنية ودرجتها الكلية

م.	العوامل المؤثرة في الصورة الذهنية	رؤية ورسالة الجامعة	ثقافة الجامعة	هوية الجامعة	السمعة الأكاديمية	التكنولوجيا المتوفرة	الدرجة الكلية
1.	رؤية ورسالة الجامعة	1					
2.	ثقافة الجامعة	**0.796	1				
3.	هوية الجامعة	**0.812	**0.828	1			
4.	السمعة الأكاديمية	**0.868	**0.749	**0.770	1		
5.	التكنولوجيا المتوفرة	**0.857	**0.743	**0.782	**0.937	1	
	الدرجة الكلية	**0.935	**0.875	**0.901	**0.953	**0.943	1

\*\* ر الجدولية عند درجات حرية - 34 - ومستوى دلالة - 0.01 - تساوي (0.418)

\* ر الجدولية عند درجات حرية - 34 - ومستوى دلالة - 0.05 - تساوي (0.334)

يبين الجدول (3. 7) أن جميع قيم الاحتمال جاءت أقل من مستوى الدلالة (0.05)؛ وهذا يدل على أن معاملات الارتباط دالة إحصائياً، وأن العوامل المؤثرة في الصورة الذهنية تتمتع بصدق بنائي جيد.

### 3 - ثبات الاستبانة:

يقصد بالثبات استقرار النتائج وعدم تغيرها لو أعيد التطبيق على مجتمع الدراسة، ويتم التحقق من ثبات الاستبانة من خلال تحليل بيانات العينة الاستطلاعية وتم استخدام الطرق التالية:

#### أ- الثبات بطريقة كرونباخ ألفا:

جرى حساب معاملات كرونباخ ألفا لجميع أبعاد الاستبانة والدرجة الكلية لمتغيراتها، والجدول التالي يوضح النتائج:

جدول (3. 8): معاملات كرونباخ ألفا لأبعاد الاستبانة ومتغيراتها

م.	البيان	عدد الفقرات	كرونباخ ألفا
1.	البعد المعرفي	7	0.862
2.	البعد الوجداني	7	0.889
3.	البعد السلوكي	7	0.905
<b>الدرجة الكلية لأبعاد الصورة الذهنية</b>			
1.	رؤية ورسالة الجامعة	6	0.879
2.	ثقافة الجامعة	6	0.872
3.	هوية الجامعة	7	0.933
4.	السمعة الأكاديمية	11	0.939
5.	التكنولوجيا المتوفرة	6	0.892
<b>الدرجة الكلية للعوامل المؤثرة في الصورة الذهنية</b>			
		36	0.977

يبين جدول (3. 8) أن جميع معاملات كرونباخ ألفا جاءت أكبر من (0.8)، وهذا يدل على أن أبعاد استبانة الدراسة تتمتع بثبات مرتفع، ويتضح أن كرونباخ ألفا لجميع فقرات أبعاد الصورة الذهنية بلغ (0.953)، كما يبين الجدول أن معامل كرونباخ ألفا لجميع فقرات العوامل المؤثرة في الصورة الذهنية بلغ (0.977)، وجميع المؤشرات جاءت مرتفعة، وتدلل على الثبات.

#### ب- الثبات بطريقة التجزئة النصفية:

تقوم هذه الطريقة على أساس تقسيم أبعاد الاستبانة ودرجتها الكلية إلى فقرات فردية الرتب، فقرات زوجية الرتب، واحتساب معامل الارتباط بينهما، ومن ثم استخدام معادلة سبيرمان براون لتصحيح المعامل (Spearman- Brown Coefficient) وذلك حسب المعادلة:  $\frac{2R}{R+1}$  في حال تساوي طرفي الارتباط، أو معادلة جتمان في حال عدم تساوي طرفي الارتباط وذلك حسب المعادلة:

$$2 \left( \frac{2\mathcal{E} + \mathcal{E}_1^2}{\mathcal{E}^2} - 1 \right), \text{ وكانت النتائج كما في الجدول الآتي:}$$

جدول (3. 9) معاملات الارتباط بين الفقرات فردية الرتب والفقرات زوجية الرتب لأبعاد استبانة الدراسة والدرجة الكلية لمتغيراتها

معامل الارتباط المصحح	معامل الارتباط بين الفقرات فردية الرتب والزوجية	معامل ارتباط الفقرات زوجية الرتب مع الدرجة الكلية	معامل ارتباط الفقرات فردية الرتب مع الدرجة الكلية	الفقرات	البيان
0.788	0.672	0.672	0.856	7	البعد المعرفي
0.813	0.685	0.877	0.818	7	البعد الوجداني
0.790	0.704	0.805	0.895	7	البعد السلوكي
0.889	0.815	0.935	0.907	21	الدرجة الكلية لأبعاد الصورة الذهنية
0.709	0.549	0.884	0.874	6	رؤية ورسالة الجامعة
0.869	0.768	0.789	0.762	6	ثقافة الجامعة
0.907	0.838	0.831	0.925	7	هوية الجامعة
0.900	0.822	0.914	0.883	11	السمعة الأكاديمية
0.886	0.796	0.724	0.877	6	التكنولوجيا المتوفرة
0.937	0.881	0.961	0.955	36	الدرجة الكلية للعوامل المؤثرة في الصورة الذهنية

يبين جدول (3. 9) أن جميع معاملات الارتباط جاءت دالة وقوية، وأن معاملات الارتباط بين الفقرات فردية رتب والفقرات زوجية جاءت قوية ودالة إحصائياً، حيث بلغ معامل الارتباط بين الفقرات فردية وزوجية لأبعاد الصورة الذهنية (0.815)، وبعد التصحيح باستخدام معادلة جتمان بلغ (0.889)، بينما بلغ للعوامل المؤثرة في الصورة الذهنية (0.881)، وبعد التصحيح باستخدام سبيرمان براون بلغ (0.937).

#### 4 - تصحيح استبانة الدراسة:

كانت استبانة الدراسة في صورتها النهائية عبارة عن (57) فقرة تتوزع إلى (21) فقرة تمثل الصورة الذهنية، و(36) فقرة تمثل العوامل المؤثرة في الصورة الذهنية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية، وأعطيت كل فقرة سلم استجابة يتراوح ما بين (1 - 10)، حيث تمثل الدرجة (1) أدنى درجات

الموافقة، وتمثل الدرجة (10) أعلى درجات الموافقة، واعتمدت الباحثة على الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية للحكم على واقع الصورة الذهنية، والعوامل المؤثرة فيها.

### 3. 6 الصعوبات التي واجهت الباحثة.

واجهت الباحثة مجموعة من الصعوبات فترة إجراء الدراسة وتطبيق أدواتها، وأهم هذه الصعوبات تتمثل بالتالي:

- 1- تعدد الآراء حول متغيرات الدراسة؛ حيث بذلت الباحثة مجهود مضاعف لتقصي أبعاد كل متغير بما يتناسب مع خصائص الجامعات الفلسطينية، وفئة الدراسة.
  - 2- جاءت فترة التطبيق خلال جائحة كورونا؛ مما ضاعف الجهود في الاتصال والتواصل مع الجامعات الفلسطينية وطلبتها.
  - 3- صعوبة الوصول إلى إحصاءات دقيقة حول أعداد الطلبة في بعض الجامعات المستهدفة في الدراسة الحالية.
  - 4- صعوبة تطبيق العينة النسبية الطبقيّة؛ فهي الطريقة الأمثل لطبيعة وخصائص الدراسة الحالية ومجتمعها، لكن تطبيقها بشكل إلكتروني يعد صعوبة وتحدي واجهته الباحثة.
- ولقد تجاوزت الباحثة هذه الصعوبات من خلال بذل مزيد من الجهد، ومشورة ذوي الاختصاص خاصة مشرفة الدراسة، والتي بدورها أسهمت بشكل كبير في تجاوز العديد من العقبات.

### 3. 7 اختبار التوزيع الطبيعي للبيانات.

على الرغم أن عينة الدراسة كبيرة نسبياً، حيث تبلغ (620) طالباً وطالبة؛ إلا أن الباحثة فضلت التحقق من اعتدالية منحنى البيانات لمحور الصورة الذهنية والعوامل المؤثرة فيها، استخدمت الباحثة اختبار كولمجروف - سمرنوف (1-Sample Kolmogorov-Smirnov)، للتعرف إلى اعتدالية منحنى البيانات، لمناسبته لطبيعة عينة الدراسة، وهذا يفيد في طبيعة الاختبارات الواجب استخدامها مع عملية أو غير معلمية، والجدول التالي يوضح النتائج:-

جدول (3. 10): نتائج اختبار التوزيع الطبيعي لأدوات الدراسة

م.	البيان	عدد الفقرات	قيمة الاختبار	قيمة (Sig.)
1	الصورة الذهنية	21	1.837	0.066
2	التنمية الإنسانية	36	1.271	0.204

\*\* (Z) الجدولية عند مستوى الدلالة (0.01) تساوي (2.58)

\* (Z) الجدولية عند مستوى الدلالة (0.05) تساوي (1.96)

يوضح الجدول (3. 10) أن جميع قيم (Sig.) الاحتمالية كانت أكبر من مستوى الدلالة 0.05، ( $sig. > 0.05$ )، وكانت قيم (Z) المحسوبة أقل من قيمة (Z) الجدولية، وعليه يمكن القول بأن البيانات تتبع توزيعاً طبيعياً، وعليه يجب استخدام الاختبارات المعلمية في هذه الدراسة.

### 3. 8 الأساليب والمعالجات الإحصائية.

استخدمت الباحثة في الدراسة الحالية برنامج رزمة التحليل الإحصائي للعلوم الاجتماعية (Statistical Sciences For Social studies)؛ وتحديداً الإصدار (SPSS IBM- Version 22.0). وتم ترميز البيانات وادخالها بهدف إجراء بعض الاختبارات الإحصائية، حيث اعتمدت الباحثة على سلم ليكرت في تركيز وتصحيح البيانات. كما واعتمدت الباحثة على الأساليب والاختبارات الإحصائية التالية:

- التكرارات والنسب المئوية (Frequencies and Percent): ويستخدم هذا الأمر للتعرف إلى تكرار استجابات الفئة.
- معاملات الارتباط (Correlation Coefficient): للتحقق من صدق المقياس وثباته، والعلاقة بين المتغيرات.
- طريقة التجزئة النصفية (Split-Half Coefficient): للتعرف إلى ثبات الاستبانة.
- معامل كرونباخ ألفا (Cronbach's Alpha Coefficient): للتعرف إلى ثبات استبانة الدراسة.
- اختبار التوزيع الطبيعي (Normal Test): ويستخدم هذا الأمر للتعرف إلى طبيعة البيانات إذا كانت تتبع توزيعاً طبيعياً أم لا، حيث تم استخدام اختبار كولمغوروف- سمرنوف (1-Sample Kolmogorov-Smirnov) لمناسبته لطبيعة العينة.
- المتوسط الحسابي (Mean): ويستخدم هذا الأمر للتعرف إلى طبيعة استجابات العينة على فقرات ومجالات المقياس.

- الانحراف المعياري (Standard deviation): ويستخدم للتعرف إلى انحرافات استجابات العينة عن الوسط الحسابي لتقديراتهم.
- الوزن النسبي (Percentage): ويستخدم هذا الاختبار للتعرف إلى الوزن النسبي لاستجابات العينة على فقرات ومجالات المقياس وتفاعلهم حولها.
- اختبار (Independent Samples T - Test): للتعرف إلى الفروق بين مجموعتين مستقلتين.
- اختبار (One Way ANOVAs): للتعرف إلى الفروق بين ثلاث مجموعات فأكثر.
- اختبار تحليل الانحدار (Regression)، وتم استخدام عدة طرق منها (Stepwise)، و (Liner Regression).

## الفصل الرابع

### عرض النتائج ومناقشتها

4.1 المحك المعياري للحكم على النتائج

4.2 الإجابة عن أسئلة الدراسة

4.3 اختبار الفرضيات

## الفصل الرابع

### عرض النتائج ومناقشتها

تناولت الباحثة من خلال هذا الفصل عرضاً لنتائج الدراسة من خلال الإجابة عن أسئلة الدراسة، واختبار فرضياتها، كما جرى تفسير هذه النتائج في ضوء واقع الجامعات الفلسطينية والبيئة المحلية، ونوقشت النتائج في ضوء الدراسات السابقة ذات العلاقة.

#### 4. 1 المحك المعياري للحكم على النتائج

اعتمدت الدراسة على استبانة لقياس العوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية، ومستوى الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية عند طلبتها، واعتمدت الباحثة على سلم استجابة يتكون من (10) درجات الترتيب، واعتمدت على المتوسطات الحسابية في تمثيل البيانات وتحديد الدرجات، وذلك حسب الجدول (4. 1):

جدول (4. 1): طريقة تصنيف الدرجات والحكم على النتائج وتفسيرها

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	درجة الاستجابة
منخفضة جداً		منخفضة		متوسطة		مرتفعة		مرتفعة جداً		الحكم

#### 4. 2 الإجابة عن أسئلة الدراسة

#### 4. 2. 1 النتائج المتعلقة بالسؤال الأول ومناقشتها

ينص السؤال الأول على: "ما مستوى الصورة الذهنية عن الجامعات الفلسطينية لدى طلبتها في محافظات فلسطين الجنوبية؟". للإجابة عن السؤال الأول اعتمدت الباحثة على الإحصاء الوصفي مثل المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية والترتيب لأبعاد الصورة الذهنية وفقراتها، وفيما يلي عرض للنتائج:

جدول (4. 2): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية والترتيب لأبعاد محور الصورة الذهنية ودرجتها الكلية

الرتبة	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الأبعاد
2	74.17	1.612	7.417	البعد المعرفي
1	76.02	1.672	7.602	البعد الوجداني
3	74.05	1.641	7.405	البعد السلوكي
	74.75	1.534	7.475	الدرجة الكلية لمحور الصورة الذهنية

يبين جدول (4. 2) أن مستوى الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية لدى طلبتها مرتفعاً وبلغ الوزن النسبي للدرجة الكلية (74.75%). وحصل البعد الوجداني على المرتبة الأولى بوزن نسبي (76.02%)، يليه البعد المعرفي بوزن نسبي (74.17%)، وأخيراً البعد السلوكي بوزن نسبي (74.05%)، ويتضح أن الأوزان النسبية للأبعاد متقاربة؛ لأن أبعاد الصورة الذهنية مرتبطة ببعضها إلى حد ما، فمعرفة الطالب بجامعته وسياساتها وأنظمتها يجعله يثق بها ويعرف كيف يتعامل مع أقسامها ووحداتها الإدارية الأكاديمية، والنتائج الواردة في الجدول تشير إلى ثقة الطالب الفلسطيني بمحافظات فلسطين الجنوبية بجامعته، وأنها تساعده على النمو المهني؛ لذا جاءت الصورة الذهنية مرتفعة، وعينة الدراسة من المستوى الثالث والرابع، وهذا يعزز اكتمال الصورة الذهنية للجامعة عنده فيكون تعرف على كافة أنظمتها وقوانينها ولوائح التعليم فيها، ويكون قد تعرف على عدد من أعضاء هيئة التدريس والإداريين، وكون صورة ذهنية بناءً على هذه المعارف والمعلومات، كذلك ينظر الطالب إلى عضو هيئة التدريس نظرة قدوة حسنة واحترام، وهذا يعزز علاقاته داخل الجامعة، وتقدم الجامعات الفلسطينية خدمات إدارية وتقنية وأكاديمية ترتقي للمستوى المرغوب لدى الطلبة، لذا يشعر الطالب أنه محط اهتمام الجامعة وإدارتها وكوادرها، فتظهر الصورة الذهنية للجامعة عند الطالب بصورة إيجابية.

وهذه النتائج تتفق مع نتائج عدة دراسات منها دراسة (عبد العزيز، 2019)، (Ramdana, )، (Rahayua, Wibowoa, & Dirgantaria, 2020)، وتتفق أيضاً مع نتائج دراسة (Shehzadi, )، (Nisar, Hussain, Basheer, Hameed, & Chaudhry, 2020)، كما اتفقت مع نتائج دراسة (حركات، 2019)، ودراسة (الحو، 2019)، ودراسة (المصري، 2019)، ودراسة (الفرا، 2018)، و(Zayd, 2018)، كما تتفق مع نتائج دراسة (لفتة، 2016) والتي أشارت إلى وجود مستوى مرتفع من الصورة الذهنية وأبعادها، لكن كان الاختلاف حول ترتيب هذه الأبعاد.

لكن اختلفت هذه النتائج مع نتائج دراسة (الرميدي، 2017) ولعل سبب الاختلاف يرجع إلى اختلاف بيئة التطبيق، كما اختلفت مع نتائج دراسة (معمر، 2015)، و(الحياني وخلف، 2014) ولعل سبب الاختلاف يرجع إلى اختلاف البيئة المستهدفة والفئة، وتختلف أيضاً مع نتائج دراسة (دويدار والمرشدي، 2013)

جدول (4. 3): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية والترتيب لفقرات البعد المعرفي

م.	البيان	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتبة
1	أعرف مكانة جامعتي بين مؤسسات التعليم العالي الفلسطينية	7.324	2.131	73.24	5
2	أتابع المعلومات التي تقدمها الجامعة عبر موقعها الإلكتروني	7.571	1.920	75.71	2
3	أعرف كافة أفرع وأقسام وتخصصات جامعتي	7.539	1.907	75.39	3
4	أقدم معلومات دقيقة حول جامعتي عندما يسألني الآخريين	7.179	2.126	71.79	6
5	أرى أن جامعتي تقدم أفضل البرامج الأكاديمية للطلبة	7.171	2.047	71.71	7
6	تقدم الجامعة معلومات صادقة حول أنشطتها	7.375	2.176	73.75	4
7	أثق بسرية التعامل مع موقع الجامعة الإلكتروني	7.758	1.754	77.58	1
	<b>البعد المعرفي</b>	<b>7.417</b>	<b>1.612</b>	<b>74.17</b>	

يبين جدول (4. 3) أن جميع الأوزان النسبية لفقرات البعد المعرفي جاءت مرتفعة، وتراوح ما بين (77.58% إلى 71.71%)، وحصلت الفقرة رقم (7) على المرتبة الأولى وتتص على (أثق بسرية التعامل مع موقع الجامعة الإلكتروني)، بوزن نسبي (77.58%)، وهذا يرجع إلى حرص الجامعات الفلسطينية على المعلومات الخاصة بالطالب، حيث تمنح الجامعات كلمة مرور تتمثل بالرقم الجامعي

وكلمة سر يتاح للطالب تغييرها حفاظاً على سرية معلوماته وبياناته، بينما حصلت الفقرة رقم (5) على المرتبة الأخيرة وتتص على (أرى أن جامعتي تقدم أفضل البرامج الأكاديمية للطلبة)، بوزن نسبي (71.71%)، وهي نسبة مرتفعة لكنها جاءت بالمرتبة الأخيرة وقد يرجع ذلك إلى مقارنة الطالب تخصصات وبرامج جامعته بتخصصات وبرامج الجامعات الأخرى، وهي متنوعة لذا قد يجد برامج أفضل أو أدنى من البرامج المتوفرة بجامعته، وهذا أثر على درجة الإجابة فكانت بمستوى مرتفع.

وتتفق هذه النتائج مع نتائج بعض الدراسات مثل دراسة (Zayd, 2018)، ودراسة (لفتة، 2016). لكن هذه النتائج تختلف مع نتائج دراسة (الرميدي، 2017) والتي أشارت إلى ضعف المعلومات والجوانب المعرفية لدى فئة الدراسة تجاه الجامعات، كما اختلفت مع نتائج دراسة (معمر، 2015)، ودراسة (الحياني وخلف، 2014)، ودراسة (دويدار والمرشدي، 2013).

جدول (4.4): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية والرتب لفقرات البعد الوجداني

م.	البيان	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الرتبة
1	أفتخر كوني طالبا/ة بهذه الجامعة	7.705	1.812	77.05	1
2	أشعر بالأمن والطمأنينة داخل حرم الجامعة	7.436	1.965	74.36	7
3	أثق بقدرات ومهارات أعضاء هيئة التدريس بالجامعة	7.681	1.850	76.81	2
4	أشعر أن جامعتي جزء من حياتي	7.624	1.926	76.24	4
5	مشاعري الإيجابية تجاه جامعتي تحفزني على النجاح والتفوق	7.635	2.087	76.35	3
6	أشجع الآخرين على الالتحاق بجامعتي	7.527	1.961	75.27	6
7	أرى أنني أحسنت اختيار جامعتي	7.608	1.930	76.08	5
	<b>البعد الوجداني</b>	<b>7.602</b>	<b>1.672</b>	<b>76.02</b>	

يبين جدول رقم (4.4) أن جميع فقرات البعد الوجداني من الصورة الذهنية جاءت بأوزان نسبية مرتفعة؛ حيث حصلت الفقرة رقم (1) على المرتبة الأولى وتتص على (أفتخر كوني طالبا/ة بهذه الجامعة)، بوزن نسبي (78.76%)، وهذا يرجع إلى ثقة الطالب بجامعته والانتماء لها، والافتخار بأنه جزء منها وطالب من طلابها، ويمكن تفسير ذلك في ضوء أن شهادته الجامعية ستبقى باسم هذه الجامعة، وستشكل له فرصة لتحقيق هدفه بالحصول على درجة علمية جامعية، وجاءت الفقرة رقم (2) بالمرتبة الأخيرة وتتص على (أشعر بالأمن والطمأنينة داخل حرم الجامعة)، بوزن نسبي (74.36%)، وحصلت الفقرة على وزن نسبي مرتفع إلا أنها جاءت بالمرتبة الأخيرة؛ لأن مشاعر الأمن والطمأنينة

مرتبطة بظروف الحياة المحيطة بالجامعة، والظروف المحيطة مضطربة إلى حد ما، وهذا أثر على مشاعر الطالب داخل الجامعة، وأن شعوره بالأمن والطمأنينة مرهون بظروف المحافظات الجنوبية لفلسطين بشكل عام.

والنتائج المتعلقة بالبعد الوجداني تتفق مع نتائج دراسة دراسة (Zayd, 2018)، ودراسة (لفتة، 2016)، وتختلف هذه النتائج مع نتائج دراسة (الحياني وخلف، 2014)، و(دويدار والمرشدي، 2013).

جدول (4. 5): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية والترتب لفقرات البعد السلوكي

م.	البيان	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتبة
1	ألتزم بكافة التعليمات والقوانين واللوائح الخاصة بجامعتي	7.460	1.878	74.60	2
2	أمتلك صور تذكارية خاصة لي داخل حرم الجامعة	7.095	2.103	70.95	7
3	أجتهد بدراستي لأعطي انطباع جيد عن جامعتي	7.289	2.123	72.89	6
4	أشارك بالأنشطة الطلابية لأكن عنصر فعال في الجامعة	7.296	1.966	72.96	5
5	انتمائي للجامعة يدفعني للمشاركة في الأعمال التطوعية التي تقيمها	7.876	1.911	78.76	1
6	أشارك في المؤتمرات والندوات التي تقيمها الجامعة لتقتني بفوائدها	7.398	2.167	73.98	4
7	أحافظ على مرافق الجامعة وممتلكاتها	7.429	1.953	74.29	3
	<b>البعد السلوكي</b>	<b>7.405</b>	<b>1.641</b>	<b>74.05</b>	

يوضح الجدول (4. 5) أن جميع الأوزان النسبية جاءت مرتفعة، وجاءت الفقرة رقم (5) بالمرتبة الأولى وتتص على (انتمائي للجامعة يدفعني للمشاركة في الأعمال التطوعية التي تقيمها)، بوزن نسبي (78.76%)، وهذا يرجع إلى تضمين مقررات الجامعة لموضوعات تحث على الأعمال التطوعية، كذلك جاءت الفقرة رقم (2) على المرتبة الأخيرة وتتص على (أمتلك صور تذكارية خاصة لي داخل حرم الجامعة)، بوزن نسبي (70.95%)، وهي نسبة مرتفعة، ولعل ذلك يرجع إلى عدم اهتمام بعض الطلبة بالصور، واهتمام الآخرين بها، فجاءت الفقرة بوزن نسبي مرتفع وانحراف معياري تجاوز (2). وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة (مقراني، 2016)، ودراسة (Zayd, 2018)، ودراسة

(لفتة، 2016). لكن تختلف هذه النتائج مع نتائج دراسة (الحياني وخلف، 2014)، و(دويدار والمرشدي، 2013).

#### 4. 2. 2 النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني ومناقشتها

ينص السؤال الثاني على: "ما أبرز العوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية بمحافظات فلسطين الجنوبية؟". للإجابة عن السؤال الثاني تم استخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية والرتب للعوامل الرئيسية والفرعية التي يتضمنها محور العوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية للجامعات، والجدول التالي توضح النتائج:

جدول (4. 6): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية والرتب لأبعاد محور العوامل المؤثرة في الصورة الذهنية ودرجتها الكلية

الرتبة	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الأبعاد
3	75.08	1.568	7.508	رؤية ورسالة الجامعة
2	76.80	1.576	7.680	ثقافة الجامعة
1	78.57	1.584	7.857	هوية الجامعة
4	73.49	1.652	7.349	السمعة الأكاديمية
5	72.36	1.741	7.236	التكنولوجيا المتوفرة
	75.11	1.467	7.511	الدرجة الكلية لمحور العوامل المؤثرة

يبين جدول (4. 6) أن الوزن النسبي للعوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية بمحافظات الجنوبية جاءت مرتفعة بوزن نسبي (75.11%)، وهذا يرجع إلى حرص الجامعة على تهيئة الظروف لكسب ثقة الطلبة، وتعزيز صورتها الذهنية لديهم، وجاءت أبرز هذه العوامل هوية الجامعة بوزن نسبي (78.57%)، وحصل بعد ثقافة الجامعة على المرتبة الثانية بوزن نسبي (76.80%)، بينما جاءت بالمرتبة الثالثة بعد رؤية ورسالة الجامعة بوزن نسبي (75.08%)، يليه بعد السمعة الأكاديمية بوزن نسبي (73.49%)، وأخيراً بعد التكنولوجيا المتوفرة بوزن نسبي (72.36%).

وتفسر الباحثة هذه النتائج في ضوء اهتمام الجامعات الفلسطينية بتحسين سمعتها وصورتها الذهنية؛ لأن الصورة الذهنية جزء مهم من العوامل التي تعزز الميزة التنافسية للجامعات، وجاء بعد هوية الجامعة بالمرتبة الأولى؛ لأن معظم الجامعات الفلسطينية لها اسم وشعار يدل على خدماتها، ومعظم الجامعات الفلسطينية اختارت أسماء لها صدى عند الطلبة كاسم جامعة فلسطين، والقدس، والأقصى،

والأزهر، وهي أسماء تمنح هوية جيدة للمؤسسة وأنها تنتمي للمجتمع الفلسطيني، وجزء من قضايا هذا المجتمع، كذلك جاء بعد التكنولوجيا المتوفرة بالمرتبة الأخيرة؛ لأن الجامعات الفلسطينية تسعى لمواكبة التقنيات الحديثة؛ لكن طبيعة وحجم التقنيات التي ظهر من حين لآخر تبدو متأخرة لعدم قدرتها على ملاحظة كافة التطورات نظراً لسرعة بروزها، لذا جاء البعد بالمرتبة الأخيرة وبوزن نسبي مرتفع، ويمكن تفسير ذلك من خلال أن هناك بعض التقنيات الحديثة التي يصعب على الجامعات اعتمادها لتكلفتها، أو صعوبة نقلها بسبب الحصار والإغلاق المستمر للمعابر.

وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة (صليبي وزعرور، 2019)، كما تتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة (Chandra, Hafni, ) (Masserini, Bini, & Pratesi, 2019)، كما اتفقت مع نتائج دراسة (Chandra, Purwati, & Chandra, 2019).

جدول (4. 7): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية والترتيب لفقرات بعد رؤية ورسالة الجامعة

م.	البيان	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الرتبة
1	تتفق رؤية الجامعة مع أهدافها ورسالتها	7.273	2.00	72.73	5
2	تتبنى رؤية الجامعة من فلسفة المجتمع الفلسطيني وحاجاته	7.203	1.955	72.03	6
3	تحمل رسالة الجامعة مؤشرات لطبيعة الخدمات التي تقدمها	7.394	1.858	73.94	4
4	تمنح رؤية الجامعة صورة حقيقية عن واقع التعليم بالجامعة	7.844	1.787	78.44	1
5	تحقق الجامعة رسالتها من خلال تفوق طلبتها	7.811	1.803	78.11	2
6	يلتزم أعضاء هيئة التدريس برسالة الجامعة وأهدافها	7.524	1.811	75.24	3
	<b>رؤية ورسالة الجامعة</b>	<b>7.508</b>	<b>1.568</b>	<b>75.08</b>	

يوضح الجدول (4. 7) أن جميع فقرات رؤية ورسالة الجامعة جاءت مرتفعة، وحصلت الفقرة رقم (4) على المرتبة الأولى وتتص على (تمنح رؤية الجامعة صورة حقيقية عن واقع التعليم بالجامعة)، بوزن نسبي (78.44%)، ويمكن تفسير ذلك في ضوء أن الجامعات الفلسطينية تسعى لوضع رؤية تتناسب مع برامجها، ورسالتها، وهذه الرؤية تكون واضحة للطلبة، حيث ترتبط الرؤية بطبيعة أنظمتها وخدماتها وتطلعاتها، وحصلت الفقرة رقم (2) على المرتبة الأخيرة ونصها (تتبنى رؤية الجامعة من فلسفة المجتمع الفلسطيني وحاجاته)، بوزن نسبي (72.03%). وجاءت هذه الفقرة بالمرتبة الأخيرة لأن

الجامعات الفلسطينية تسعى للتطورات والحفاظ على عادات وفلسفة المجتمع وفلسفة مؤسساته، وقد يكون هناك تعارض بين التطورات وعادات وتقاليد وفلسفة المجتمع، لذا جاءت الفقرة بالمرتبة الأخيرة لكنها ضمن المستوى المرتفع.

جدول (4. 8): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية والرتب لفقرات بعد ثقافة الجامعة

م.	البيان	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الرتبة
1	توفر الجامعة لوائح داخلية لتنظيم علاقات الطلبة والموظفين.	7.853	1.805	78.53	1
2	تلتزم الجامعة بقيم المجتمع الفلسطيني وثقافته.	7.652	1.909	76.52	3
3	يسود الجامعة مناخ من العلاقات الإنسانية الجيدة بين الجميع.	7.632	2.00	76.32	5
4	تقيم الجامعة أنشطة وبرامج للمناسبات الوطنية.	7.497	1.992	74.97	6
5	تتبع الجامعة قيم ومعتقدات نابعة من الدين الإسلامي.	7.632	1.831	76.32	4
6	تقدم الجامعة برامج وأنشطة متنوعة بجودة عالية.	7.813	1.776	78.13	2
	<b>ثقافة الجامعة</b>	<b>7.680</b>	<b>1.576</b>	<b>76.80</b>	

يبين جدول (4. 8) أن الأوزان النسبية لفقرات ثقافة الجامعة جاءت مرتفعة، وحصلت الفقرة رقم (1) على المرتبة الأولى وتتص على (توفر الجامعة لوائح داخلية لتنظيم علاقات الطلبة والموظفين)، بوزن نسبي (78.53%)، وهذا يرجع إلى أن علاقة الطالب بالموظف لها أهمية بالغة في التفاعل داخل المجتمع الجامعي، لأن الطالب يتلقى خدمات إدارية وأكاديمية من العاملين بالجامعة، ومن الضروري أن تضع الجامعة لوائح تنظم علاقة طلبتها بالموظفين، ومن خلال زيارة الباحثة لبعض الجامعات الفلسطينية وجدت أن بعض الجامعات تضع ملصقات وجداريات حول أسماء الأقسام وسبل طلب المساعدة من الموظف أو إعلانات تعبر عن لوائح داخلية تنظم تفاعلات الطالب داخل الحرم الجامعي، وحصلت الفقرة رقم (4) على المرتبة الأخيرة وتتص على (تقيم الجامعة أنشطة وبرامج للمناسبات الوطنية)، بوزن نسبي (74.97%)، وهي نسبة مرتفعة أيضاً، وجميع النتائج تشير إلى أن الجامعات الفلسطينية تتبنى ثقافة تؤثر في بناء صورتها الذهنية، لأن ثقافة الجامعة تنبثق أساساً من ثقافة المجتمع الفلسطيني، وتتبع الجامعات الفلسطينية قيم وتعاليم ديننا الإسلامي، ويمكن معرفة ثقافة الجامعة من خلال بعض المقررات المرتبطة بالمجتمع مثل مقررات تاريخ القدس والقضايا الفلسطينية،

والعالم العربي، وغيرها من المقررات التي تعزز ارتباط ثقافة الجامعة بالمجتمع الفلسطيني وأصوله العربية والإسلامية.

جدول (4. 9): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية والرتب لفقرات بعد هوية الجامعة

م.	البيان	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الرتبة
1	يجذبني شعار الجامعة	7.861	1.836	78.61	3
2	تبدو قاعات الدراسة مريحة ومشجعة للطلبة	8.237	1.819	82.37	1
3	يعجبني التنظيم الداخلي لمكاتب الجامعة	7.939	1.724	79.39	2
4	تتميز الجامعة بتصميم خارجي رائع	7.836	1.786	78.36	4
5	تقوم الجامعة بصيانة المباني بشكل مستمر	7.713	1.743	77.13	6
6	توفر الجامعة مرافق رياضية ليمارس الطالب هواياته وإبداعاته	7.644	1.969	76.44	7
7	تهتم الجامعة باتساع المناطق الخضراء	7.768	1.879	77.68	5
	<b>هوية الجامعة</b>	<b>7.857</b>	<b>1.584</b>	<b>78.57</b>	

يبين الجدول (4. 9) أن جميع الأوزان النسبية جاءت مرتفعة لفقرات بعد هوية الجامعة، وحصلت الفقرة رقم (2) على المرتبة الأولى، وتتص على (تبدو قاعات الدراسة مريحة ومشجعة للطلبة)، بوزن نسبي (82.37%)، كذلك حصلت الفقرة رقم (6) على المرتبة الأخيرة وتتص على (توفر الجامعة مرافق رياضية ليمارس الطالب هواياته وإبداعاته)، بوزن نسبي (76.44%)، ويتضح أن كافة الفقرات حظيت على أوزان نسبية مرتفعة، وهذا يرجع إلى اهتمام الجامعات الفلسطينية بهويتها، والاعتماد على شعار يتناسب مع برامجها ويتمتع بالاجاذبية، إضافة إلى تجهيز القاعات بأحداث الوسائل والأساليب، والاهتمام بتصميم الجامعة الداخلي والخارجي، والاهتمام بالأماكن الخضراء التي تبعث بالسرور والبهجة في نفوس الطلبة، وتهتم بالمرافق الرياضية وغيرها، وهذا لاكتساب صورة ذهنية وميزة تنافسية تعزز قدرات الجامعة على النمو والمنافسة والاستمرارية.

جدول (4. 10): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية والرتب لفقرات بعد السمعة الأكاديمية

م.م	البيان	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الرتبة
1	توفر الجامعة تخصصات نوعية فريدة	7.873	1.924	78.73	1
2	تعطي الجامعة بثقة المجتمع المحلي	7.729	1.830	77.29	2
3	تقي الجامعة بوعودها التي تقدمها للطلبة	7.603	1.750	76.03	3
4	تستجيب الجامعة لشكاوى الطلبة بشكل دائم	7.100	2.185	71.00	9
5	يبدل عضو هيئة التدريس الجهد الكاف لتحسين قدرات طلبته المختلفة	7.539	2.054	75.39	4
6	ترتبط الجامعة بين المقررات النظرية والعملية بشكل فعال ومقتنع	6.971	2.118	69.71	10
7	تختار الجامعة أفضل الكفاءات الأكاديمية لتدريس برامجها المختلفة	7.377	2.050	73.77	6
8	توفر الجامعة فرص تدريب تلبي حاجات الطلبة	7.410	1.906	74.10	5
9	تعتمد الجامعة على أنظمة تقويم تراعي قدرات الطلبة والفروق الفردية بينهم	7.101	2.141	71.01	8
10	تجاوزت الجامعة حالة الطوارئ الصحية (جائحة كورونا) بحنكة عالية.	7.258	2.149	72.58	7
11	توفر مكتبة الجامعة مراجع ومصادر أصيلة يمكن الاستفادة منها.	6.882	2.106	68.82	11
	<b>السمعة الأكاديمية</b>	<b>7.349</b>	<b>1.652</b>	<b>73.49</b>	

يبين جدول رقم (4. 10) أن معظم فقرات السمعة الأكاديمية جاءت بنسب مرتفعة، وحصلت الفقرة رقم (1) على المرتبة الأولى، وتتص على (توفر الجامعة تخصصات نوعية فريدة)، بوزن نسبي (78.73%)، وهذا يرجع إلى اهتمام الجامعات الفلسطينية بمواكبة التطورات وتلبية حاجات سوق العمل الفلسطيني نظراً لظروف البطالة، وهذا يجعلها تخطط ببرامجها الأكاديمية والبحث عن تخصصات فريدة لتحقيق الاستباقية في افتتاح هذه البرامج والتخصصات، بينما حصلت الفقرة رقم (11) على المرتبة الأخيرة، ونصها (توفر مكتبة الجامعة مراجع ومصادر أصيلة يمكن الاستفادة منها)، بوزن نسبي (68.82%)، وترى الباحثة أن معظم طلبة الجامعات لا يترددون بالمستوى المطلوب للبحث عن المصادر والمراجع عبر المكتبة، وهذا انعكس على تقييمهم لتوفر المراجع والمصادر، كذلك يعتمد معظم الطلبة على المصادر الإلكترونية عبر التصفح عبر الانترنت ومواقع الدراسات والبحوث، وهذا انعكس أساساً على مقروئية المصادر والمراجع الورقية.

جدول (4. 11): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية والرتب لفقرات بعد التكنولوجيا المتوفرة

م.	البيان	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الرتبة
1	تخصص الجامعة مختبرات علمية مجهزة بأحدث الأجهزة والتقنيات.	6.914	2.139	69.14	6
2	تتجه الجامعة نحو تطبيق أساليب التعليم الإلكتروني بشكل فعال وملائم لحاجات الطلبة.	7.239	2.040	72.39	3
3	يتوفر بالجامعة خدمات انترنت ذات سرعة مقبولة.	7.144	2.051	71.44	5
4	توفر الجامعة أنظمة اتصال وتواصل فعالة.	7.218	2.046	72.18	4
5	يقدم موقع الجامعة الإلكتروني خدمات أكاديمية مميزة ومتنوعة.	7.587	2.025	75.87	1
6	تقدم وسائل الإعلام التربوي التابعة للجامعة برامج تعليمية مفيدة ومميزة.	7.316	1.852	73.16	2
	<b>التكنولوجيا المتوفرة</b>	<b>7.236</b>	<b>1.741</b>	<b>72.36</b>	

يبين جدول رقم (4. 11) أن معظم الأوزان النسبية جاءت مرتفعة، وحصلت الفقرة رقم (5) على المرتبة الأولى وتتص على (يقدم موقع الجامعة الإلكتروني خدمات أكاديمية مميزة ومتنوعة)، بوزن نسبي (75.87%)، وهذا يرجع إلى تحول الجامعات الفلسطينية إلى الأنظمة الإلكترونية، لأن موقع الجامعة يوفر على الجامعة التكلفة والجهد والوقت، وجاءت الفقرة رقم (1) بالمرتبة الأخيرة وتتص على (تخصص الجامعة مختبرات علمية مجهزة بأحدث الأجهزة والتقنيات)، بوزن نسبي متوسط (69.14%)، ولعل الجامعات تسعى إلى بناء وتخصيص مختبرات على درجة عالية من التقنية إلا أن إمكاناتها لا تسمح لتوفير كافة التقنيات، إضافة إلى حجم التطورات التي تطرأ في أنظمة الجامعات ومختبراتها، وصعوبة مواكبة كل تطور نظراً لتسارعها.

وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة ( Shehzadi, Nisar, Hussain, Basheer, Hameed, & Chaudhry, 2020) التي أشارت إلى توفر عناصر وأساليب تكنولوجيا المعلومات في التعليم بالجامعات.

#### 4. 3 اختبار الفرضيات

تنقسم فرضيات الدراسة إلى رئيسية وفرعية، وفيما يلي عرض للفرضيات وطريقة اختبارها ونتائج كل فرضية وتفسيرها ومناقشتها في ضوء الدراسات السابقة:

الفرضية الرئيسية الأولى: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين العوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية وصورتها الذهنية لدى الطلبة.

لاختبار الفرضية الرئيسية الأولى استخدمت الباحثة معامل الارتباط بيرسون لإيجاد العلاقة بين الدرجة الكلية للعوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية وصورتها الذهنية لدى طلبتها وأبعادها، والجدول رقم (4. 12) يوضح النتائج:

جدول (4. 12): معاملات الارتباط وقيم الاحتمال بين العوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية للجامعات وصورتها الذهنية لدى طلبتها وأبعادها

المتغيرات		البعد المعرفي	البعد الوجداني	البعد السلوكي	الصورة الذهنية
العوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية للجامعات	معامل الارتباط	**0.503	**0.597	**0.676	**0.634
	قيمة الاحتمال	0.000	0.000	0.000	0.000

يبين جدول (4. 12) أن جميع قيم الاحتمال جاءت أقل من مستوى الدلالة (0.01)، وهذا يدل على أن معاملات الارتباط دالة إحصائياً، ويجب قبول الفرضية البديلة التالية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين العوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية وصورتها الذهنية لدى الطلبة.

وتفسر الباحثة هذه النتائج في ضوء اهتمام الجامعات الفلسطينية بتحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة، وذلك من خلال رؤيتها التي تتسجم مع الواقع الفلسطيني، والهوية التي تحملها بناءً على معايير مجتمعية ووطنية ودينية، إضافة إلى تعزيز قدراتها التقنية والتكنولوجيا المتوفرة، والاهتمام بسمعتها الأكاديمية من أجل تحسين صورتها الذهنية، وجميع هذه العوامل تشعر الطالب بأنه محط اهتمام الجامعة، وتبرز له ما تبذله الجامعة من أجل الرقي بقدراته ومهاراته، وفي سبيل دمج مع المجتمع المحلي، وهذا انعكس على تصور الطالب لجامعته، وكون صورة ذهنية جيدة عن الجامعة. وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة (Masserini, Bini, & Pratesi, 2019)، ونتائج دراسة (مقراني، 2016).

وينبثق عن الفرضية الرئيسية الأولى مجموعة من الفرضيات الفرعية، وفيما يلي عرض للفرضيات الفرعية ونتائجها:

**الفرضية (1: 1):** توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين رؤية ورسالة الجامعات الفلسطينية وصورتها الذهنية لدى الطلبة.

لاختبار السابقة استخدمت الباحثة معامل الارتباط بيرسون لإيجاد العلاقة بين الدرجة الكلية لعامل رؤية ورسالة الجامعات الفلسطينية وصورتها الذهنية لدى طلبتها وأبعادها، والجدول رقم (4. 13) يوضح النتائج:

**جدول (4. 13):** معاملات الارتباط وقيم الاحتمال بين رؤية ورسالة الجامعات وصورتها الذهنية لدى طلبتها وأبعادها

المتغيرات		البعد المعرفي	البعد الوجداني	البعد السلوكي	الصورة الذهنية
رؤية ورسالة الجامعات الفلسطينية	معامل الارتباط	**0.517	**0.630	**0.755	**0.679
	قيمة الاحتمال	0.000	0.000	0.000	0.000

يبين جدول (4. 13) أن جميع قيم الاحتمال جاءت أقل من مستوى الدلالة (0.01)، وهذا يدل على أن معاملات الارتباط دالة إحصائياً، ويجب قبول الفرضية البديلة التالية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين رؤية ورسالة الجامعات الفلسطينية وصورتها الذهنية لدى الطلبة.

وتفسر الباحثة هذه النتائج في ضوء أن تبني الجامعات الفلسطينية لرؤية واضحة ورسالة هدفها الطالب والرقي بقدراته وتقديم خدمات تعليمية بجودة عالية له يشعره بالأهمية، ويجعله يتبنى مواقف إيجابية تجاه جامعتة، كذلك تتبنى الجامعات رؤية ورسالة واقعية تتسجم مع الظروف، وهذا يجعلها تتمتع بمصداقية عالية عند الطالب، وبالتالي يكون صورة ذهنية إيجابية حولها. وهذه النتائج تتفق مع نتائج دراسة (Masserini, Bini, & Pratesi, 2019).

الفرضية (1: 2): توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين ثقافة الجامعات الفلسطينية وصورتها الذهنية لدى الطلبة.

لاختبار السابقة استخدمت الباحثة معامل الارتباط بيرسون لإيجاد العلاقة بين الدرجة الكلية لعامل ثقافة الجامعات الفلسطينية وصورتها الذهنية لدى طلبتها وأبعادها، والجدول رقم (4. 14) يوضح النتائج:

جدول (4. 14): معاملات الارتباط وقيم الاحتمال بين ثقافة الجامعات وصورتها الذهنية لدى طلبتها وأبعادها

الصورة الذهنية	البعد السلوكي	البعد الوجداني	البعد المعرفي	المتغيرات	
				معامل الارتباط	ثقافة الجامعات الفلسطينية
**0.445	**0.507	**0.414	**0.326	معامل الارتباط	ثقافة الجامعات الفلسطينية
0.000	0.000	0.000	0.000	قيمة الاحتمال	

يبين جدول (4. 14) أن جميع قيم الاحتمال جاءت أقل من مستوى الدلالة (0.01)، وهذا يدل على أن معاملات الارتباط دالة إحصائياً، ويجب قبول الفرضية البديلة التالية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين ثقافة الجامعات الفلسطينية وصورتها الذهنية لدى الطلبة.

وتفسر الباحثة هذه النتائج في ضوء أن توجه الجامعات الفلسطينية إلى تبني ثقافة نابغة من عادات وتقاليد المجتمع الفلسطيني، وتهتم بالمناسبات الاجتماعية والوطنية، وتقيم المؤتمرات والندوات الهادفة لتعزيز فلسفة المجتمع المحلي، وذلك يمنح الطالب أفكار بأن جامعتهم تهتم بالقضايا الوطنية والاجتماعية، ويؤمن بأنها جزء من مجتمعه وأنها مؤسسة تؤدي الواجب الوطني والديني تجاه الطلبة والمجتمع، كذلك تعتمد الجامعات الفلسطينية أعضاء هيئة تدريس يراعون ظروف الطلبة والمجتمع لأنهم ينتمون إلى المجتمع ولديهم وعي وإدراك كاف بمشكلاته وتحدياته، وهذا يعزز تفاعل الطالب مع المنظومة الجامعية، ويجعله يبني صورة ذهنية إيجابية حول جامعتهم. وهذه النتائج تتفق مع نتائج دراسة (Masserini, Bini, & Pratesi, 2019).

الفرضية (1: 3): توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين هوية الجامعات الفلسطينية وصورتها الذهنية لدى الطلبة.

لاختبار السابقة استخدمت الباحثة معامل الارتباط بيرسون لإيجاد العلاقة بين الدرجة الكلية لعامل هوية الجامعات الفلسطينية وصورتها الذهنية لدى طلبتها وأبعادها، والجدول رقم (4. 15) يوضح النتائج:

جدول (4. 15): معاملات الارتباط وقيم الاحتمال بين هوية الجامعات وصورتها الذهنية لدى طلبتها وأبعادها

الصورة الذهنية	البعد السلوكي	البعد الوجداني	البعد المعرفي	المتغيرات	
				معامل الارتباط	هوية الجامعات الفلسطينية
**0.466	**0.493	**0.457	**0.353	0.000	0.000
0.000	0.000	0.000	0.000	قيمة الاحتمال	

يبين جدول (4. 15) أن جميع قيم الاحتمال جاءت أقل من مستوى الدلالة (0.01)، وهذا يدل على أن معاملات الارتباط دالة إحصائياً، ويجب قبول الفرضية البديلة التالية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين هوية الجامعات الفلسطينية وصورتها الذهنية لدى الطلبة.

وتفسر الباحثة هذه النتائج في ضوء أن الجامعات الفلسطينية تعد مؤسسات وطنية بالدرجة الأولى، وتحمل شعارات وطنية وإسلامية وتسمي نفسها بأسماء رنانة لها أثرها في الطلبة؛ كذلك تقيم أنشطة وبرامج ومؤتمرات تتعلق بالقضايا الوطنية والإسلامية، وتبني هويتها بما يتوافق مع تطلعا وفلسفة المجتمع الفلسطيني؛ وهذه الجوانب لها تأثيرها على الصورة الذهنية لدى الطلبة. واتفقت هذه النتائج مع نتائج دراسة (Masserini, Bini, & Pratesi, 2019)، كما تتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة (مقراني، 2016).

الفرضية (1: 4): توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين السمعة الأكاديمية للجامعات الفلسطينية وصورتها الذهنية لدى الطلبة.

لاختبار السابقة استخدمت الباحثة معامل الارتباط بيرسون لإيجاد العلاقة بين الدرجة الكلية لعامل السمعة الأكاديمية للجامعات الفلسطينية وصورتها الذهنية لدى طلبتها وأبعادها، والجدول رقم (4. 16) يوضح النتائج:

جدول (4. 16): معاملات الارتباط وقيم الاحتمال بين السمعة الأكاديمية للجامعات وصورتها الذهنية لدى طلبتها وأبعادها

الصورة الذهنية	البعد السلوكي	البعد الوجداني	البعد المعرفي	المتغيرات	
**0.592	**0.626	**0.551	**0.481	معامل الارتباط	السمعة الأكاديمية للجامعات الفلسطينية
0.000	0.000	0.000	0.000	قيمة الاحتمال	

يبين جدول (4. 16) أن جميع قيم الاحتمال جاءت أقل من مستوى الدلالة (0.01)، وهذا يدل على أن معاملات الارتباط دالة إحصائياً، ويجب قبول الفرضية البديلة التالية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين السمعة الأكاديمية للجامعات الفلسطينية وصورتها الذهنية لدى الطلبة.

وترى الباحثة أن سمعة الجامعة تشكل جزء مهم من بناء الصورة الذهنية عند الطلبة؛ لأن سمعة الجامعة الأكاديمية تنعكس على شهادة الطالب عند التخرج، وبالتالي مشاركة الجامعة بالتقييم العالمي يجعل الطالب يفتخر بجامعته وسمعتها الأكاديمية، كذلك ترتبط سمعة الجامعة الأكاديمية بجودة الخدمات التعليمية التي تقدمها للطلبة، وهذا يعزز صورتها الذهنية عند الطالب.

الفرضية (1: 5): توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين التكنولوجيا المتوفرة في الجامعات الفلسطينية وصورتها الذهنية لدى الطلبة.

لاختبار السابقة استخدمت الباحثة معامل الارتباط بيرسون لإيجاد العلاقة بين الدرجة الكلية لعامل التكنولوجيا المتوفرة في الجامعات الفلسطينية وصورتها الذهنية لدى طلبتها وأبعادها، والجدول رقم (4. 17) يوضح النتائج:

جدول (4. 17): معاملات الارتباط وقيم الاحتمال بين التكنولوجيا المتوفرة في الجامعات وصورتها الذهنية لدى طلبتها وأبعادها

الصورة الذهنية	البعد السلوكي	البعد الوجداني	البعد المعرفي	المتغيرات	
**0.670	**0.669	**0.632	**0.573	معامل الارتباط	التكنولوجيا المتوفرة في الجامعات الفلسطينية
0.000	0.000	0.000	0.000	قيمة الاحتمال	

يبين جدول (4. 17) أن جميع قيم الاحتمال جاءت أقل من مستوى الدلالة (0.01)، وهذا يدل على أن معاملات الارتباط دالة إحصائياً، ويجب قبول الفرضية البديلة التالية: توجد علاقة ذات دلالة

إحصائية عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين التكنولوجيا المتوفرة في الجامعات الفلسطينية وصورتها الذهنية لدى الطلبة.

اعتماد الجامعة على التقنيات يعد عنصر جذاب للطلبة، والتقنيات والتكنولوجيا الحديثة تجعل الجامعة متطورة ولديها أساليب وطرائق تدريس متجددة أصيلة، وترتبط الجوانب النظرية بالحياة المهنية، واعتماد الجامعة على التكنولوجيا ينمي قدرات طلبتها في استخدام البرامج والتطبيقات الرقمية، وهذا ينعكس على مهاراته وقدراته المهنية، وجميع هذه العوامل تسهم في تحسين صورة الجامعة الذهنية عند طلبتها. كذلك برزت أهمية التكنولوجيا في ظل جائحة كورونا، والجامعة التي تعتمد على التقنيات استطاعت تجاوز الجائحة عبر اعتماد أسلوب التعليم الإلكتروني، مما جعل ارتباطها بطلبها وثيقاً، وعزز صورتها الذهنية لديهم.

وهذه النتائج تتفق مع نتائج دراسة ( Shehzadi, Nisar, Hussain, Basheer, Hameed, & Chaudhry, 2020) والتي أشارت أن التعلم الرقمي والتكنولوجيا المستخدمة في الجامعة تعمل على تحسين صورة العلامة التجارية للجامعة. كما اتفقت مع نتائج دراسة ( Masserini, Bini, & Pratesi, 2019) والتي اعتبرت التكنولوجيا المتوفرة بالجامعة أحد محددات الصورة المؤسسية والذهنية للجامعة عند طلبتها

**الفرضية الرئيسية الثانية: يوجد أثر دال إحصائياً عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) للعوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية على صورتها الذهنية لدى الطلبة.**

لاختبار الفرضية الرئيسية الثانية استخدمت الباحثة تحليل الانحدار الخطي البسيط لإيجاد العلاقة الخطية بين الدرجة الكلية للعوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية على الدرجة الكلية للصورة الذهنية لدى الطلبة، والجدول التالي يوضح النموذج:

جدول (4. 18): نموذج انحدار العوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية على صورتها الذهنية لدى طلبتها

النموذج	قيمة B	قيمة T	قيمة Sig.
الثابت	2.496	10.036	0.000
العوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية	0.663	20.394	0.000
قيمة اختبار F	415.926		
قيمة R <sup>2</sup>	0.402		

يبين جدول (4. 18) أن قيمة الاحتمال جاءت أقل من مستوى الدلالة (0.05)؛ وهذا يدل على وجود علاقة خطية، ويتضح من الجدول أن معامل التفسير بلغ (0.402)، وهذا يدل على أن التغير في العوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية يفسر ما نسبته (40.20%) من التباين في الصورة الذهنية لدى الطلبة عن الجامعات الفلسطينية، وفي ضوء ذلك يجب قبول الفرضية البديلة التالية: يوجد أثر دال إحصائياً عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) للعوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية على صورتها الذهنية لدى الطلبة. وفي ضوء الجدول التالي يمكن الوصول إلى نموذج الانحدار التالي:

$$\text{الصورة الذهنية لدى الطلبة} = 2.496 + (0.663 \times \text{العوامل المؤثرة في الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية})$$

كما قامت الباحثة بالتعرف إلى أكثر العوامل اسهاماً في تفسير التباين في الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية عند الطلبة باستخدام تحليل الانحدار المتعدد المتدرج بطريقة (Stepwise)، وفيما يلي عرض لنماذج الانحدار:

جدول (4. 19) معاملات الارتباط والتفسير وقيم الاحتمال لنماذج الانحدار المتعدد المتدرج بين العوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية وصورتها الذهنية لدى الطلبة

النماذج	معامل الارتباط	معامل التفسير	قيمة ف	قيمة الاحتمال
الأول	0.679	0.461	529.11	0.000
الثاني	0.696	0.484	289.18	0.000
الثالث	0.702	0.493	199.58	0.000
الرابع	0.725	0.526	170.71	0.000
الخامس	0.779	0.607	189.46	0.000

يبين جدول (4. 19) أن جميع نماذج الانحدار جاءت دالة إحصائياً، حيث كانت جميع قيم الاحتمال أقل من مستوى الدلالة (0.05)، لكن من خلال الجدول يتضح أن أقوى النماذج هو النموذج الخامس، وبالتالي فإن معادلة الانحدار التي تحظى بدلالة قوية وتأثير قوي هي النموذج الخامس، وفيما يلي توضيح لهذا النموذج.

جدول (4. 20) نموذج الانحدار المتعدد المتدرج للعوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية على صورتها الذهنية لدى الطلبة

النماذج	المعاملات	قيمة ت	قيمة الاحتمال
الثابت	2.342	11.090	0.000
رؤية ورسالة الجامعة	0.674	15.353	0.000
ثقافة الجامعة	0.228	4.048	0.000
هوية الجامعة	0.083	1.527	0.127
السمعة الأكاديمية	0.173	2.766	0.006
التكنولوجيا المتوفرة	0.518	11.218	0.000

يبين جدول (4. 20) أن معظم الأبعاد جاءت مفسرة للتباين في الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية عند الطلبة، وجاء أقوى تأثير لبعدها رؤية ورسالة الجامعة، ثم التكنولوجيا المتوفرة، ثم ثقافة الجامعة، وأخيراً السمعة الأكاديمية، وفي ضوء تأثير هذه العوامل ينخفض تأثير هوية الجامعة، ولا تفسر جزء كبير من التباين في الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية عند طلبتها، ومن خلال هذا النموذج يمكن صياغة معادلة الانحدار كالتالي:

$$\text{الصورة الذهنية لدى الطلبة} = 2.342 + (0.674 \times \text{رؤية ورسالة الجامعة}) + (0.228 \times \text{ثقافة الجامعة}) + (0.173 \times \text{السمعة الأكاديمية}) + (0.518 \times \text{التكنولوجيا المتوفرة})$$

ويمكن تفسير نموذج الانحدار في ضوء اهتمام الجامعات الفلسطينية بالمحافظات الجنوبية بعوامل بناء الصورة الذهنية؛ لأن الصورة الذهنية تحقق نمو الجامعة واستمرارية خدماتها، كما تمنحها ولاء الطلاب، ويمكن من خلال هذه العوامل التأثير في أطراف مرتبطة بالصورة الذهنية للجامعة مثل أولياء الأمور وطلبة الثانوية العامة، كذلك فإن هذا الاهتمام منح الجامعات الفلسطينية صورة ذهنية إيجابية عند طلبتها، لأنهم وجدوا الاهتمام بالخدمات التعليمية التي تقدمها لهم، وأن المعلومات والمعارف التي لديهم حول رؤية جامعتهم ورسالتها وأهدافها تتفق مع فلسفة مجتمعهم المحلي، وتلبي حاجاتهم، وهذا انعكس على ميولهم تجاه جامعتهم، وبناء صورة إيجابية في أذهانهم.

وتتفق النتائج السابقة مع نتائج دراسة (Masserini, Bini, & Pratesi, 2019)، واتفقت أيضاً مع نموذج دراسة (Chandra, Hafni, Chandra, Purwati, & Chandra, 2019) ومؤشراتها للصورة الذهنية للجامعة.

الفرضية الرئيسية الثالثة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة حول مستوى الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية لدى طلبتها في المحافظات الجنوبية تعزى لمتغيرات: الجنس والجامعة ومكان السكن والمستوى الدراسي والكلية.

من أجل اختبار الفرضية الرئيسية الثالثة، تم صياغة الفرضيات الفرعية المنبثقة عنها، واختبارها باستخدام اختبارات للفروق بين مجموعتين مستقلتين (Independent Samples T test)، لإيجاد الفروق تبعاً لمتغيرات الجنس والمستوى الدراسي والكلية، واختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVAs) لإيجاد الفروق تبعاً لمتغيري الجامعة ومكان السكن، وكانت النتائج على النحو التالي:

الفرضية (3: 1): توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة حول مستوى الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية لدى طلبتها في المحافظات الجنوبية تعزى لمتغير الجنس.

جدول (4. 21): اختبارات للفروق في مستوى الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية باختلاف متغير الجنس

البيان	الجنس	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (T)	قيمة (Sig.)
البعد المعرفي	ذكر	278	7.296	1.758	1.685	0.092
	أنثى	342	7.515	1.478		
البعد الوجداني	ذكر	278	7.439	1.864	2.185	0.029
	أنثى	342	7.734	1.488		
البعد السلوكي	ذكر	278	7.213	1.823	2.636	0.009
	أنثى	342	7.560	1.461		
الصورة الذهنية	ذكر	278	7.316	1.699	2.326	0.020
	أنثى	342	7.603	1.374		

\*\* (T) الجدولية عند درجات حرية (618) ومستوى دلالة (0.01) تساوي (2.58)

\* (T) الجدولية عند درجات حرية (618) ومستوى دلالة (0.05) تساوي (1.96)

يتضح من الجدول (4. 21) أن معظم قيم الاحتمال (Sig.) كانت أقل من مستوى الدلالة (0.05)، وكانت معظم قيم (T) المحسوبة أكبر من قيمة (T) الجدولية، وبالتالي فإنه توجد فروق تعزى لمتغير الجنس، ويجب قبول الفرضية البديلة التالية: **توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (  $\alpha \leq 0.05$ ) بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة حول مستوى الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية لدى طلبتها في المحافظات الجنوبية تعزى لمتغير الجنس.**

وتفسر الباحثة هذه النتائج في ضوء أن الصورة الذهنية لها جوانب عاطفية، والاختلاف في التركيبة النفسية بين الذكور والإناث، وخصائص الأنثى التي تعد أكثر عاطفة من الذكور، انعكس على استجابات العينة وجاءت الصورة الذهنية عند الطالبات أكثر إيجابية من الطلاب الذكور. وهذه النتائج تتفق مع نتائج دراسة (صليبي وزعرور، 2019)، ونتائج دراسة (الفرا، 2018) والتي أشارت إلى وجود فروق في الصورة الذهنية لصالح الإناث، لكن هذه النتائج اختلفت مع نتائج دراسة (التميمي، 2019) والتي أشارت إلى وجود فروق لصالح الذكور، ولعل سبب الاختلاف يرجع إلى اختلاف المؤسسة المستهدفة حيث استهدفت دراسة التميمي شركات تزويد الانترنت، كما اختلفت مع نتائج دراسة (الشاعر، 2018) والتي أشارت إلى عدم وجود فروق في الصورة الذهنية، ولعل سبب الاختلاف يرجع إلى اختلاف الفئة المستهدفة، واختلفت أيضاً مع نتائج دراسة (هاجر، 2017) نظراً لاختلاف بيئة التطبيق، واختلفت لنفس الأسباب مع نتائج دراسة (مقراني، 2016).

**الفرضية (3: 2): توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (  $\alpha \leq 0.05$ ) بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة حول مستوى الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية لدى طلبتها في المحافظات الجنوبية تعزى لمتغير الجامعة.**

جدول (4. 22): اختبار تحليل التباين الأحادي للفروق في مستوى الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية باختلاف متغير الجامعة

البيان	مصدر التباين	مجموع المتوسطات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (F)	قيمة (Sig.)
البعد المعرفي	بين المجموعات	7.566	4	1.891	0.727	0.574
	داخل المجموعات	1600.512	615	2.602		
	الإجمالي	1608.078	619			
البعد الوجداني	بين المجموعات	3.555	4	0.889	0.316	0.867
	داخل المجموعات	1727.490	615	2.809		
	الإجمالي	1731.044	619			
البعد السلوكي	بين المجموعات	7.895	4	1.974	0.732	0.571
	داخل المجموعات	1659.257	615	2.698		
	الإجمالي	1667.151	619			
الصورة الذهنية	بين المجموعات	4.853	4	1.213	0.514	0.726
	داخل المجموعات	1451.649	615	2.360		
	الإجمالي	1456.502	619			

\*\* (F) الجدولية عند درجات حرية (615 - 4) ومستوى دلالة (0.01) تساوي (3.51)

\* (F) الجدولية عند درجات حرية (615 - 4) ومستوى دلالة (0.05) تساوي (2.46)

يتضح من الجدول (4. 22) أن جميع قيم الاحتمال (Sig.) للأبعاد والدرجة الكلية كانت أكبر من (0.05)، وكانت جميع قيم (F) المحسوبة أقل من قيمة (F) الجدولية، وبالتالي فإنه لا توجد فروق تعزى لاختلاف الجامعة، ويجب قبول الفرضية الصفرية التالية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة حول مستوى الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية لدى طلبتها في المحافظات الجنوبية تعزى لمتغير الجامعة.

وترى الباحثة أن طبيعة المجتمع الفلسطيني يميل إلى الولاء، وطلبة الجامعة لديهم ولاء تجاه جامعاتهم، وكل طالب ينتمي إلى جامعة يرى أنها تناسبه، ولم تظهر فروق في الصورة الذهنية لدى الطلبة تعزى لمتغير الجامعة. كذلك يمكن تفسير هذه النتائج في ضوء أن كافة الجامعات الفلسطينية بالمحافظات الجنوبية تواجه نفس الظروف، ومعظمها تقدم خدمات تعليمية وبرامج أكاديمية متقاربة إلى حد ما.

الفرضية (3: 3): توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة حول مستوى الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية لدى طلبتها في المحافظات الجنوبية تعزى لمتغير مكان السكن.

جدول (4. 23): اختبار تحليل التباين الأحادي للفروق في مستوى الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية باختلاف متغير مكان السكن

البيان	مصدر التباين	مجموع المتوسطات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (F)	قيمة (Sig.)
البعد المعرفي	بين المجموعات	9.499	2	4.750	1.833	0.161
	داخل المجموعات	1598.578	617	2.591		
	الإجمالي	1608.078	619			
البعد الوجداني	بين المجموعات	6.689	2	3.344	1.197	0.303
	داخل المجموعات	1724.355	617	2.795		
	الإجمالي	1731.044	619			
البعد السلوكي	بين المجموعات	7.853	2	3.927	1.460	0.233
	داخل المجموعات	1659.298	617	2.689		
	الإجمالي	1667.151	619			
الصورة الذهنية	بين المجموعات	7.275	2	3.638	1.549	0.213
	داخل المجموعات	1449.227	617	2.349		
	الإجمالي	1456.502	619			

\*\* (F) الجدولية عند درجات حرية (2 - 617) ومستوى دلالة (0.01) تساوي (4.82)

\* (F) الجدولية عند درجات حرية (2 - 617) ومستوى دلالة (0.05) تساوي (3.09)

يتضح من الجدول (4. 23) أن جميع قيم الاحتمال (Sig.) للأبعاد والدرجة الكلية كانت أكبر من (0.05)، وكانت جميع قيم (F) المحسوبة أقل من قيمة (F) الجدولية، وبالتالي فإنه لا توجد فروق تعزى لاختلاف مكان سكن الطلبة، ويجب قبول الفرضية الصفرية التالية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة حول مستوى الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية لدى طلبتها في المحافظات الجنوبية تعزى لمتغير مكان السكن.

وترى الباحثة أن تداخل المجتمع الفلسطيني وتقارب عاداته وتقاليده لم يحد فروق بين سكان المخيمات والقرى والمدن، وأن عادات المجتمع تنعكس على الأجيال المتعاقبة، وعلى اعتبار أن الطلبة جزء حيوي من المجتمع كانت خصائصهم مقتربة ولديهم عادات وتقاليدهم وتطلعات متقاربة، وهذا انعكس

على استجاباتهم على الصورة الذهنية لجامعاتهم. واختلفت هذه النتيجة مع نتائج دراسة (صليبي وزعرور، 2019).

الفرضية (3: 4): توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة حول مستوى الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية لدى طلبتها في المحافظات الجنوبية تعزى لمتغير المستوى الدراسي.

جدول (4. 24): اختبارات للفروق في مستوى الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية باختلاف متغير المستوى الدراسي

البيان	المستوى الدراسي	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (T)	قيمة (Sig.)
البعد المعرفي	المستوى الثالث	302	7.400	1.656	0.257	0.797
	المستوى الرابع	318	7.433	1.571		
البعد الوجداني	المستوى الثالث	302	7.563	1.659	0.568	0.571
	المستوى الرابع	318	7.639	1.686		
البعد السلوكي	المستوى الثالث	302	7.321	1.637	1.250	0.212
	المستوى الرابع	318	7.485	1.643		
الصورة الذهنية	المستوى الثالث	302	7.428	1.554	0.743	0.458
	المستوى الرابع	318	7.519	1.515		

\*\* (T) الجدولية عند درجات حرية (618) ومستوى دلالة (0.01) تساوي (2.58)

\* (T) الجدولية عند درجات حرية (618) ومستوى دلالة (0.05) تساوي (1.96)

يتضح من الجدول (4. 24) أن جميع قيم الاحتمال (Sig.) كانت أكبر من مستوى الدلالة (0.05)، وكانت جميع قيم (T) المحسوبة أقل من قيمة (T) الجدولية، وبالتالي فإنه لا توجد فروق تعزى لمتغير المستوى الدراسي، ويجب قبول الفرضية الصفرية التالية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة حول مستوى الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية لدى طلبتها في المحافظات الجنوبية تعزى لمتغير المستوى الدراسي.

وترى الباحثة أن عينة الدراسة من المستوى الثالث والرابع يكون لديهم وعي وإدراك لخدمات الجامعة وبرامجها ولوائحها، بخلاف طلبة السنوات الأولى، ويمكن تفسير عدم وجود فروق في الصورة الذهنية تعزى لمتغير المستوى الدراسي في ضوء أن طلبة الجامعات يخضعون لمقررات وموضوعات تتعلق

بمتطلبات الجامعة أثرت في شخصيتهم وفهمهم لمزايا وخصائص جامعاتهم، وهذا انعكس على استجاباتهم فلم تظهر فروق جوهرية تعزى لاختلاف المستوى الدراسي.

الفرضية (3: 5): توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة حول مستوى الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية لدى طلبتها في المحافظات الجنوبية تعزى لمتغير الكلية.

جدول (4. 25): اختبارات للفروق في مستوى الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية باختلاف متغير الكلية

البيان	الكلية	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (T)	قيمة (Sig.)
البعد المعرفي	علوم	202	7.286	1.668	1.409	0.159
	آداب وعلوم إنسانية	418	7.480	1.582		
البعد الوجداني	علوم	202	7.545	1.654	0.583	0.560
	آداب وعلوم إنسانية	418	7.629	1.682		
البعد السلوكي	علوم	202	7.309	1.688	1.009	0.314
	آداب وعلوم إنسانية	418	7.451	1.618		
الصورة الذهنية	علوم	202	7.380	1.549	1.067	0.286
	آداب وعلوم إنسانية	418	7.520	1.526		

\*\* (T) الجدولية عند درجات حرية (618) ومستوى دلالة (0.01) تساوي (2.58)

\* (T) الجدولية عند درجات حرية (618) ومستوى دلالة (0.05) تساوي (1.96)

يتضح من الجدول (4. 25) أن جميع قيم الاحتمال (Sig.) كانت أكبر من مستوى الدلالة (0.05)، وكانت جميع قيم (T) المحسوبة أقل من قيمة (T) الجدولية، وبالتالي فإنه لا توجد فروق تعزى لاختلاف الكلية، ويجب قبول الفرضية الصفرية التالية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة حول مستوى الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية لدى طلبتها في المحافظات الجنوبية تعزى لمتغير الكلية.

وترى الباحثة أنه رغم اختلاف تخصصات عينة الدراسة إلا أنهم يدرسون بنفس القاعات الدراسية، ويتبعون نفس الأنظمة والقوانين في طرائق التدريس وأساليب التقويم، ويتمتعون بنفس الكيفية بمرافق الجامعة ويشاركون بأنشطتها، لذا لم تظهر فروق جوهرية بين استجاباتهم على الصورة الذهنية رغم اختلاف كلياتهم وتخصصاتهم. واتفقت هذه النتائج مع نتائج دراسة (صليبي وزعرور، 2019).

الفرضية الرئيسية الرابعة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة حول العوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية في المحافظات الجنوبية تعزى لمتغيرات: الجنس والجامعة ومكان السكن والمستوى الدراسي والكلية.

من أجل اختبار الفرضية الرئيسية الرابعة، تم صياغة الفرضيات الفرعية المنبثقة عنها، واختبارها باستخدام اختبار ت للفروق بين مجموعتين مستقلتين (Independent Samples T test)، لإيجاد الفروق تبعاً لمتغيرات الجنس والمستوى الدراسي والكلية، واختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVAs) لإيجاد الفروق تبعاً لمتغيري الجامعة ومكان السكن، وكانت النتائج على النحو التالي:

الفرضية (4: 1): توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة حول العوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية في المحافظات الجنوبية تعزى لمتغير الجنس.

جدول (4. 26): اختبار ت للفروق في العوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية باختلاف متغير الجنس

البيان	الجنس	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (T)	قيمة (Sig.)
رؤية ورسالة الجامعة	ذكر	278	7.321	1.657	2.694	0.007
	أنثى	342	7.660	1.478		
ثقافة الجامعة	ذكر	278	7.555	1.640	1.788	0.074
	أنثى	342	7.782	1.517		
هوية الجامعة	ذكر	278	7.767	1.576	1.276	0.202
	أنثى	342	7.930	1.588		
السمعة الأكاديمية	ذكر	278	7.143	1.730	2.826	0.005
	أنثى	342	7.518	1.569		
التكنولوجيا المتوفرة	ذكر	278	7.035	1.768	2.603	0.009
	أنثى	342	7.400	1.704		
العوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية	ذكر	278	7.344	1.523	2.556	0.011
	أنثى	342	7.646	1.409		

\*\* (T) الجدولية عند درجات حرية (618) ومستوى دلالة (0.01) تساوي (2.58)

\* (T) الجدولية عند درجات حرية (618) ومستوى دلالة (0.05) تساوي (1.96)

يتضح من الجدول (4. 26) أن معظم قيم الاحتمال (Sig.) كانت أقل من مستوى الدلالة (0.05)، وكانت معظم قيم (T) المحسوبة أكبر من قيمة (T) الجدولية، وبالتالي فإنه توجد فروق تعزى لمتغير الجنس، ويجب قبول الفرضية البديلة التالية: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة حول العوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية في المحافظات الجنوبية تعزى لمتغير الجنس. وجاءت الفروق لصالح الإناث.

وترى الباحثة أن اختلاف التركيبة النفسية بين الذكور والإناث ينعكس على شخصية كلاهما، وهذا الاختلاف يفسر جزء كبير من إدراك الذكور والإناث، والحكم على المواقف والميول والاستعدادات، لذا ظهرت فروق بينهم في استجاباتهم على العوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية، وكانت تلك الفروق لصالح الإناث.

واتفقت هذه النتائج مع نتائج دراسة (صليبي وزعرور، 2019) والتي أشارت إلى وجود فروق في العوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية لصالح الإناث.

الفرضية (4: 2): توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة حول العوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية في المحافظات الجنوبية تعزى لمتغير الجامعة.

جدول (4. 27): اختبار تحليل التباين الأحادي للفروق في العوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية باختلاف متغير الجامعة

البيان	مصدر التباين	مجموع المتوسطات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (F)	قيمة (Sig.)
رؤية ورسالة الجامعة	بين المجموعات	10.982	4	2.745	1.116	0.348
	داخل المجموعات	1512.311	615	2.459		
	الإجمالي	1523.293	619			
ثقافة الجامعة	بين المجموعات	11.732	4	2.933	1.182	0.317
	داخل المجموعات	1525.799	615	2.481		
	الإجمالي	1537.531	619			
هوية الجامعة	بين المجموعات	8.267	4	2.067	0.823	0.511
	داخل المجموعات	1685.028	615	2.512		
	الإجمالي	1690.193	619			
السمعة الأكاديمية	بين المجموعات	5.165	4	1.291	0.471	0.757
	داخل المجموعات	1685.028	615	2.740		
	الإجمالي	1690.193	619			
التكنولوجيا المتوفرة	بين المجموعات	12.526	4	3.132	1.033	0.389
	داخل المجموعات	1864.052	615	3.031		
	الإجمالي	1876.578	619			
الصورة الذهنية	بين المجموعات	<b>7.629</b>	<b>4</b>	<b>1.907</b>	<b>0.885</b>	<b>0.473</b>
	داخل المجموعات	<b>1326.001</b>	<b>615</b>	<b>2.156</b>		
	الإجمالي	<b>1333.630</b>	<b>619</b>			

\*\* (F) الجدولية عند درجات حرية (615 - 4) ومستوى دلالة (0.01) تساوي (3.51)

\* (F) الجدولية عند درجات حرية (615 - 4) ومستوى دلالة (0.05) تساوي (2.46)

يتضح من الجدول (4. 27) أن جميع قيم الاحتمال (Sig.) للأبعاد والدرجة الكلية كانت أكبر من (0.05)، وكانت جميع قيم (F) المحسوبة أقل من قيمة (F) الجدولية، وبالتالي فإنه لا توجد فروق تعزى لاختلاف الجامعة، ويجب قبول الفرضية الصفرية التالية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة حول العوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية في المحافظات الجنوبية تعزى لمتغير الجامعة.

ويمكن تفسير هذه النتائج في ضوء أهمية الصورة الذهنية، وسعي معظم الجامعات الفلسطينية بالمحافظة الجنوبية في تكوينها والتأثير عليها لدى الطلبة والمجتمع المحلي، وهذا الاهتمام جعلها تهتم بكافة العوامل التي تؤثر في بناء الصورة الذهنية، ولم تكن هناك فروق واضحة تعزى لمتغير الجامعة.

الفرضية (4: 3): توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة حول العوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية في المحافظات الجنوبية تعزى لمتغير مكان السكن.

جدول (4. 28): اختبار تحليل التباين الأحادي للفروق في العوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية باختلاف متغير مكان السكن

البيان	مصدر التباين	مجموع المتوسطات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (F)	قيمة (Sig.)
رؤية ورسالة الجامعة	بين المجموعات	5.259	2	2.630	1.069	0.344
	داخل المجموعات	1518.034	617	2.460		
	الإجمالي	1523.293	619			
ثقافة الجامعة	بين المجموعات	3.283	2	1.642	0.660	0.517
	داخل المجموعات	1534.248	617	2.487		
	الإجمالي	1537.531	619			
هوية الجامعة	بين المجموعات	8.208	2	4.104	1.639	0.195
	داخل المجموعات	1544.935	617	2.504		
	الإجمالي	1553.143	619			
السمعة الأكاديمية	بين المجموعات	15.475	2	7.738	2.851	0.059
	داخل المجموعات	1674.718	617	2.714		
	الإجمالي	1690.193	619			
التكنولوجيا المتوفرة	بين المجموعات	11.928	2	5.964	1.974	0.140
	داخل المجموعات	186.650	617	3.022		
	الإجمالي	1876.578	619			
الصورة الذهنية	بين المجموعات	8.949	2	4.474	2.084	0.125
	داخل المجموعات	1324.681	617	2.147		
	الإجمالي	1333.630	619			

\*\* (F) الجدولية عند درجات حرية (2 - 617) ومستوى دلالة (0.01) تساوي (4.82)

\* (F) الجدولية عند درجات حرية (2 - 617) ومستوى دلالة (0.05) تساوي (3.09)

يتضح من الجدول (4. 28) أن جميع قيم الاحتمال (Sig.) للأبعاد والدرجة الكلية كانت أكبر من (0.05)، وكانت جميع قيم (F) المحسوبة أقل من قيمة (F) الجدولية، وبالتالي فإنه لا توجد فروق تعزى لاختلاف الجامعة، ويجب قبول الفرضية الصفرية التالية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة حول العوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية في المحافظات الجنوبية تعزى لمتغير مكان السكن.

وتفسر الباحثة هذه النتائج في ضوء طبيعة العلاقات والتفاعلات الاجتماعية بين سكان المحافظات الجنوبية نظراً للكثافة السكانية، واختلاط العادات والتقاليد بينهم، وهذا جعل الخلفية الاجتماعية عند الطلبة متقاربة، وانعكس ذلك على استجاباتهم على العوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية للجامعات.

الفرضية (4: 4): توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة حول العوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية في المحافظات الجنوبية تعزى لمتغير المستوى الدراسي.

جدول (4. 29): اختبار ت للفروق في العوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية باختلاف متغير المستوى الدراسي

البيان	المستوى الدراسي	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (T)	قيمة (Sig.)
رؤية ورسالة الجامعة	المستوى الثالث	302	7.521	1.470	0.199	0.842
	المستوى الرابع	318	7.496	1.659		
ثقافة الجامعة	المستوى الثالث	302	7.806	1.420	1.951	0.051
	المستوى الرابع	318	7.560	1.705		
هوية الجامعة	المستوى الثالث	302	7.947	1.422	1.378	0.169
	المستوى الرابع	318	7.771	1.722		
السمعة الأكاديمية	المستوى الثالث	302	7.441	1.508	1.350	0.177
	المستوى الرابع	318	7.262	1.777		
التكنولوجيا المتوفرة	المستوى الثالث	302	7.291	1.617	0.768	0.443
	المستوى الرابع	318	7.184	1.852		
العوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية	المستوى الثالث	302	7.589	1.324	1.288	0.198
	المستوى الرابع	318	7.437	1.591		

\*\* (T) الجدولية عند درجات حرية (618) ومستوى دلالة (0.01) تساوي (2.58)

\* (T) الجدولية عند درجات حرية (618) ومستوى دلالة (0.05) تساوي (1.96)

يتضح من الجدول (4. 29) أن جميع قيم الاحتمال (Sig.) كانت أكبر من مستوى الدلالة (0.05)، وكانت جميع قيم (T) المحسوبة أقل من قيمة (T) الجدولية، وبالتالي فإنه لا توجد فروق تعزى لمتغير المستوى الدراسي، ويجب قبول الفرضية البديلة التالية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة حول العوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية في المحافظات الجنوبية تعزى لمتغير المستوى الدراسي.

وتفسر الباحثة هذه النتائج في ضوء أن طلبة المستويين الثالث والرابع مقبلين على التخرج ولديهم إدراك لرؤية ورسالة الجامعة وثقافتها وهويتها وسمعتها وطبيعة التكنولوجيا المتوفرة؛ نظراً لخضوعهم فترة زمنية في كنف هذه الجامعات، وبالتالي خبرتهم وإدراكهم لهذه العوامل جاء مقارباً.

الفرضية (4: 5): توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة حول العوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية في المحافظات الجنوبية تعزى لمتغير الكلية.

جدول (4. 30): اختبار ت للفروق في العوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية باختلاف متغير الكلية

البيان	المستوى الدراسي	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (T)	قيمة (Sig.)
رؤية ورسالة الجامعة	علوم	202	7.408	1.616	1.109	0.268
	آداب وعلوم إنسانية	418	7.557	1.545		
ثقافة الجامعة	علوم	202	7.594	1.600	0.942	0.347
	آداب وعلوم إنسانية	418	7.721	1.564		
هوية الجامعة	علوم	202	7.907	1.442	0.553	0.580
	آداب وعلوم إنسانية	418	7.832	1.649		
السمعة الأكاديمية	علوم	202	7.384	1.581	0.361	0.718
	آداب وعلوم إنسانية	418	7.333	1.687		
التكنولوجيا المتوفرة	علوم	202	7.207	1.758	0.290	0.772
	آداب وعلوم إنسانية	418	7.250	1.735		
العوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية	علوم	202	7.495	1.419	0.184	0.854
	آداب وعلوم إنسانية	418	7.518	1.493		

\*\* (T) الجدولية عند درجات حرية (618) ومستوى دلالة (0.01) تساوي (2.58)

\* (T) الجدولية عند درجات حرية (618) ومستوى دلالة (0.05) تساوي (1.96)

ينتضح من الجدول (4. 30) أن جميع قيم الاحتمال (Sig.) كانت أكبر من مستوى الدلالة (0.05)، وكانت جميع قيم (T) المحسوبة أقل من قيمة (T) الجدولية، وبالتالي فإنه لا توجد فروق تعزى لمتغير الكلية، ويجب قبول الفرضية البديلة التالية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة حول العوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية في المحافظات الجنوبية تعزى لمتغير الكلية.

وترى الباحثة أنه رغم اختلاف تخصصات الطلبة؛ إلا أنهم يشتركون ببعض المقررات الدراسية والموضوعات، كذلك يخضعون لنفس الأنظمة واللوائح المتعلقة بالجامعة، وهذا جعلهم يدركون رؤيتها ورسالتها وثقافة هذه الجامعات بكيفية متقاربة، ولم تظهر فروق بين استجاباتهم.

# الفصل الخامس

## الخلاصة والاستنتاجات

5.1 ملخص لنتائج الدراسة

5.2 توصيات الدراسة

5.3 البحوث المستقبلية

## الفصل الخامس

### الخلاصة والاستنتاجات

عرضت الباحثة من خلال هذا الفصل ملخصاً لأهم النتائج التي توصلت إليها من خلال تحليل البيانات واختبار الفرضيات، كما تضمن الفصل توصيات الدراسة، ومقترحاتها.

#### 5. 1 ملخص لنتائج الدراسة

هدفت الدراسة إلى معرفة مستوى الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية عند طلبتها، ومعرفة أبرز العوامل التي تؤثر في بناء الصورة الذهنية والعلاقة بينهما، وفيما يلي عرض لأهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

#### 5. 1. 1 نتائج تحليل البيانات

- 1- أظهرت النتائج أن مستوى الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية لدى طلبتها مرتفعاً وبلغ الوزن النسبي للدرجة الكلية (74.75%).
- 2- حصل البعد الوجداني على المرتبة الأولى بوزن نسبي (76.02%)، يليه البعد المعرفي بوزن نسبي (74.17%)، وأخيراً البعد السلوكي بوزن نسبي (74.05%).
- 3- بلغ الوزن النسبي لكافة العوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية (75.11%)، وهي نسبة مرتفعة.

- 4- جاءت أبرز هذه العوامل هوية الجامعة بوزن نسبي (78.57%)، ثم جاء عامل ثقافة الجامعة بالمرتبة الثانية بوزن نسبي (76.80%)، بينما جاء بالمرتبة الثالثة عامل رؤية ورسالة الجامعة بوزن نسبي (75.08%)، يليه عامل السمعة الأكاديمية بوزن نسبي (73.49%)، وأخيراً عامل التكنولوجيا المتوفرة بوزن نسبي (72.36%).

## 5. 1. 2 نتائج فرضيات الدراسة

- 1- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين العوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية وصورتها الذهنية لدى الطلبة.
- 2- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين رؤية ورسالة الجامعات الفلسطينية وصورتها الذهنية لدى الطلبة.
- 3- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين ثقافة الجامعات الفلسطينية وصورتها الذهنية لدى الطلبة
- 4- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين هوية الجامعات الفلسطينية وصورتها الذهنية لدى الطلبة
- 5- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين السمعة الأكاديمية للجامعات الفلسطينية وصورتها الذهنية لدى الطلبة
- 6- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التكنولوجيا المتوفرة في الجامعات الفلسطينية وصورتها الذهنية لدى الطلبة
- 7- يوجد أثر دال إحصائياً للعوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية على صورتها الذهنية لدى طلبتها.
- 8- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة حول مستوى الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية لدى طلبتها في المحافظات الجنوبية تعزى لمتغير الجنس لصالح الإناث.
- 9- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة حول مستوى الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية لدى طلبتها في المحافظات الجنوبية تعزى لمتغيرات: الجامعة ومكان السكن والمستوى الدراسي والكلية.

10- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة حول العوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية في المحافظات الجنوبية تعزى لمتغير الجنس، لصالح الإناث.

11- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة حول العوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية في المحافظات الجنوبية تعزى لمتغيرات الجامعة ومكان السكن والمستوى الدراسي والكلية.

## 5. 2 الاستنتاجات

من خلال عرض نتائج الدراسة يمكن الوصول إلى الاستنتاجات التالية:

### استنتاجات خاصة بالمتغير المستقل

1. تبين وجود اهتمام من الجامعات الفلسطينية بالمحافظات الجنوبية بعوامل تكوين الصورة الذهنية، خاصةً عامل هوية الجامعة وثقافتها و ذلك بسبب نشر ثقافة التخطيطي الاستراتيجي من قبل إدارة وزارة التعليم العالي.
2. تختار الجامعات الفلسطينية كوادر بشرية على درجة عالية من الكفاءة والخبرة والمؤهل؛ لتحقيق أهدافها ببرامجها التعليمية وتحسين صورتها الذهنية عند الطلبة.
3. تلتزم الجامعات الفلسطينية بفلسفة المجتمع الفلسطيني وهذا يظهر من خلال رؤيتها ورسالتها، واهتمامها بحاجات المجتمع والسوق المحلي في تصميم خططها وبرامجها الأكاديمية.
4. استطاعت الجامعات الفلسطينية أن تتجاوز حالة الطوارئ الصحية "جائحة كورونا"؛ وهذا عزز مكانتها وصورتها عند الطلبة.
5. تحظى الجامعات الفلسطينية بالمحافظات الجنوبية بثقة المجتمع المحلي؛ وهذا يرجع إلى اهتمامها بالهوية الفلسطينية وفلسفة المجتمع المحلي.
6. تختار الجامعات الفلسطينية شعارها بدقة وبما يتناسب مع اسمها ورؤيتها ورسالتها، وخططها وبرامجها الأكاديمية.
7. تهتم الجامعات الفلسطينية بالمحافظة الجنوبية بتصميم مكاتبها ومرافقها الداخلي، كما تهتم بالمناطق الخضراء داخلها.

## استنتاجات خاصة بالمتغير التابع (بناء الصورة الذهنية)

8. يفخر الطالب الجامعي بانتماءه لجامعته، ويرى أن أحسن اختيارها.
9. يجتهد طلبة الجامعات الفلسطينية بالمحافظات الجنوبية بدراسته لتحصيل الدرجات واكتساب المعارف والمهارات ليعطي صورة حسنة عن جامعته.
10. يهتم الطالب الجامعي بمعرفة مكانة جامعته بين مؤسسات التعليم العالي، ويحصل على المعلومات اللازمة من خلال مرافق الجامعة ووسائل إعلامها وموقعها الإلكتروني.
11. يثق الطالب الجامعي بمصداقية جامعته، وسرية البيانات والمعلومات الخاصة به عبر موقعها الإلكتروني.
12. تتيح الجامعات الفلسطينية لطلبتها بممارسة الأنشطة الطلابية وممارسة مواهبهم من خلال مرافقها.
13. الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية تتكون لدى الطلبة من خلال تعاملهم المباشر بموظفيها وتمتعهم بخدماتها ومرافقها.

## 5. 3 توصيات الدراسة.

في ضوء ما توصلت إليه الدراسة من نتائج، حددت الباحثة أدنى الفقرات من حيث الوزن النسبي، وتوصلت إليه التوصيات التالية:

م.	التوصيات	جهة التنفيذ
<b>التوصيات التي تتعلق بأبعاد الصورة الذهنية</b>		
1	الاستمرار في عقد ندوات وأيام دراسية يلتقي بها الطالب مع إدارة جامعته لتبادل الأفكار ومنح الطالب المعلومات الكافية حول جامعته وإدارتها وسياساتها	العلاقات العامة بالجامعة إدارة الجامعة
2	- الاستمرار في تحقيق الاستباقية في طرح البرامج الأكاديمية ومحاكاة التجارب العالمية في خصائص البرامج والخدمات التعليمية . - اختيار طرح برامج ترتبط بشكل وثيق في التكنولوجيا.	إدارة الجودة الشاملة في الجامعة إدارة الجامعة
3	الاستمرار تفعيل دور الطالب في تسويق خدمات الجامعة للآخرين، واعتباره جزء من السياسات التسويقية.	إدارة التسويق بالجامعة إدارة العلاقات العامة
4	الاستمرار بالاهتمام بمرافق الجامعة والتصميم الداخلي لها لتبدو بصورة جميلة تروق للطلاب	إدارة الجامعة دائرة الهندسة والصيانة بالجامعة
5	الاستمرار في تقييم جودة البرامج الأكاديمية من وجهات نظر مختلفة	وحدة البحوث إدارة الجودة
	التوصيات التي تتعلق بالعوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية للجامعات	جهة التنفيذ

إدارة التخطيط إدارة الجامعة	الإستمرار في أحداث التوافق اللازم بين رؤية وأهداف رسالة الجامعة وتصميم أنشطة تتفق معها ولتحققها	6
إدارة التخطيط إدارة الجامعة	الاستمرار في ربط رؤية الجامعة بفلسفة المجتمع الفلسطيني وعاداته وتقاليده	7
إدارة العلاقات العامة	العمل على رفع مستوى الاهتمام بالمناسبات الوطنية والإسلامية؛ لأن لها تأثير قوي في بناء وتكوين الصورة الذهنية للجامعة	8
اللجنة الرياضية	العملي على تصميم منافسات رياضية لطلبة الجامعات تمنحهم الفرصة لاستغلال أوقات الفراغ لديهم وتعزز مواهبهم	9
إدارة الجامعة	تصميم خطط صيانة دورية مستمرة لمرافق الجامعة ومختبراتها وأدواتها	10
دائرة المناهج	إعادة النظر ببعض المقررات الدراسية والموضوعات التي تحتوبها بهدف إحدداث التوافق بين المقررات والموضوعات النظرية والعملية و ربطها في التكنولوجيا.	11
دائرة تكنولوجيا المعلومات دائرة المكتبات الجامعية	تحديث المراجع والمصادر المتوفرة بالمكتبات الجامعية، والعمل على حوسبتها، وأرشفتها بطريقة يسهل الوصول إليها و اثناء المصادر الالكترونية للمكتبات الالكترونية.	12
إدارة الجودة دائرة الموارد والمشتريات	- تحديث المختبرات الجامعية لنتضمن أحدث التقنيات العالمية. - ادخال التكنولوجيا بشكل اكبر في العملية الاكاديمية و الإدارية. - استخدام وسائل تكنولوجيا تواكب الحداثة في العملية التدريسية . - تدريب الطلبة و الكوادر البشرية (الإدارية و الاكاديمية) على التعليم الالكتروني و كيفية استخدام الوسائل التكنولوجية في العملية التدريسية و الاكاديمية.	13

## 5. 4 البحوث المستقبلية

- 1- إجراء مزيد من الدراسات حول قدرة الجامعات الفلسطينية على تجاوز جائحة كورونا والتوجه نحو التعليم الإلكتروني وأثره على الصورة الذهنية عند طلبتها.
  - 2- دراسة العوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية وتصور مقترح لتعزيزها في الجامعات الفلسطينية.
  - 3- إجراء دراسات حول أساليب القيادة الاستراتيجية في تحسين الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية عند جمهورها الداخلي والخارجي.
  - 4- إجراء دراسات حول أثر الذكاء التسويقي في تحسين صورة الجامعات الفلسطينية لدى جمهورها الداخلي والخارجي.
- قامت الباحثة بصياغة التوصيات من خلال منهجية علمية سليمة وهي تحديد الفقرات التي حصلت على أقل وزن نسبي بكل بعد من أبعاد الاستبانة ووضعت عليها توصية خاصة بها، يعني لو قمت بمراجعة الفقرات التي حصلت على أقل وزن نسبي ستجد أن التوصيات جاءت من خلالها.

## قائمة المصادر والمراجع

## قائمة المصادر والمراجع

### أولاً: المراجع باللغة العربية.

أبو انعير، نذير سيحان محمد. (2016). ظاهرة العنف الجامعي ودور الجامعات في الحد من انتشارها من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في الجامعات الأردنية. مجلة دراسات العلوم التربوية، م(43)، ع(1): 213-233.

أبو خاطر، منار سالم. (2010). دور الجامعة في تنمية الابداع لدى طلبتها في ضوء السنة النبوية من وجهة نظرهم. رسالة ماجستير غير منشورة. الجامعة الإسلامية بغزة.

أبو عكر، فوزي. (2016). دور جودة الخدمات والصورة الذهنية والمنافع غير الملموسة في جودة العلاقات مع الأعضاء المستفيدين: دراسة حالة الغرفة التجارية الصناعية بغزة. رسالة ماجستير غير منشورة. الجامعة الإسلامية بغزة، فلسطين.

اسعيداني، سلامي وضيف، نجية. (2020). واقع ممارسات الاتصال المؤسساتي في الجامعات الجزائرية والصورة الذهنية عنها مقارنة وصفية تحليلية عن جامعة المسيلة. مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية. م(4)، ع(1)، 81 - 97.

باطويح، محمد. (2008). البحث العلمي ودوره في تنمية الموارد الاقتصادية، المين: منشورات جامعة حضرموت.

باكير، عايدة. (2011). تطور دور الجامعة في خدمة المجتمع في ضوء المسؤولية المجتمعية والاتجاهات العالمية الحديثة. مؤتمر المسؤولية المجتمعية للجامعات الفلسطينية، المنعقد بتاريخ 26-27/ نوفمبر / 2011 بجامعة النجاح الوطنية بنابلس.

بركات، زياد وحسن، كفاح. (2009). حاجات التنمية المستقبلية لدى طلبة الدراسات العليا تخصص التربية في الجامعات الفلسطينية. المؤتمر الأول لعمادة البحث العلمي في جامعة النجاح الوطنية، المنعقد بجامعة النجاح الوطنية بنابلس.

بركات، زياد. (2008). واقع استخدام أعضاء هيئة التدريس في الجامعات الفلسطينية لشبكة الانترنت في البحث العلمي. المؤتمر الدولي الرابع لجامعة القاهرة، بتاريخ: 18/ ديسمبر/ 2008 المنعقد بجامعة القاهرة بمناسبة المئوية الأولى لانطلاقها.

برهوم، أديب وزويد، ربا. (2014). دور الإعلان في بناء الصورة الذهنية لشركات التأمين الخاصة في محافظة اللاذقية. (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة تشرين بدمشق، سورية.

بلبراهيم، جمال. (2017). دور العلاقات العامة التسويقية في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسات الخدمية. مجلة الاكاديمية الاجتماعية والإنسانية. ع(18)، 26 - 48.

جامعة الأزهر. (2015). تقرير حصاد جامعة الأزهر لعام (2014).

الجامعة الإسلامية. (2015). الخطة الاستراتيجية للجامعة الإسلامية، غزة فلسطين.

جامعة الأقصى. (2019). تقرير حصاد جامعة الأقصى لعام (2018).

جربو، داخل حسن. (2005). دراسات في التعليم الجامعي. بغداد: مطبعة المجمع العلمي.

حركات، صابرين. (2019). سياسة التغليف وأثرها على تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة: دراسة آراء عينة من مستهلكي منتج (Milka). رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة أم البواقي، الجزائر.

حشيش، ماهر. (2011). مدى تلبية الجامعات الفلسطينية لاحتياجات القطاع الصناعي الفلسطيني من وجهة نظر الإداريين في الاتحادات الصناعية. رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة الخليل فلسطين.

الحو، أحمد فتحي. (2019). دور أخلاقيات التسويق في تعزيز الصورة الذهنية لمنظمات الأعمال: دراسة ميدانية لمستخدمي شركة جوال بقطاع غزة. رسالة ماجستير غير منشورة. الجامعة الإسلامية بغزة.

الحماد، خلف. (2014). الصورة الذهنية لرجل الأمن لدى الرأي العام الأردني: دراسة ميدانية. رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة البترا بالأردن.

الحياني، نعمان وخلف، حذيفة. (2014). الصورة الذهنية للجامعة المستنصرية لدى طلبة الثانوية العامة. مجلة آداب المستنصرية - جامعة المستنصرية، ع(70)، 1 - 27.

الخطيب، أحمد. (2003). البحث العلمي والتعليم العالي، ط(1)، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع. درة، عبدالباري إبراهيم والمجاني، نبيل خليف. (2010). العلاقات العامة في القرن الحادي والعشرين. ط(1)، عمان: دار وائل للنشر.

الدسوقي، أحمد. (2005). الصورة الذهنية لرجل الشرطة لدى الرأي العام المصري. ورقة عمل لدورات برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، مشروع دعم القدرات في مجال حقوق الإنسان، جمهورية مصر العربية.

دويدار، محمود والمرشدي، خالد. (2013). قياس وتنمية الصورة الذهنية لجامعة القصيم ودورها في تشكيل وبناء العلاقة الاستراتيجية مع جمهور المستفيدين. مجلة إدارة الأعمال العربية - جامعة القاهرة. ع(3)، 1 - 29.

الرميدي، بسام سمير. (2017). تقييم الصورة الذهنية لكليات السياحة والفنادق بالجامعات المصرية. المجلة الدولية للتراث والسياحة والضيافة - جامعة الفيوم. م(11)، ع(2+1)، 248 - 273.

الزغبى، علي فلاح. (2015). دور إدارة علاقات الزبائن في تعزيز الصورة الذهنية في شركات إنتاج المياه المعدنية. عمان: دار المسيرة للنشر.

السلطان، صالح. (2009). تجارب جامعة الملك فهد للبترول والمعادن لتعزيز التعاون والشراكة المجتمعية في مجال البحث العلمي. منتدى الشراكة المجتمعية في مجال البحث العلمي، المنعقد بتاريخ: 25-27/ مايو/ 2009 بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية بالمملكة العربية السعودية.

الشاعر، محمد نبيل. (2018). أثر الممارسات الاستراتيجية للموارد البشرية على تحسين الصورة الذهنية لدى المصارف الإسلامية العاملة في قطاع غزة. رسالة ماجستير غير منشورة. الجامعة الإسلامية بغزة.

الشديفات، عدنان. (2013). الصورة الذهنية لدائرة العلاقات العامة والإعلام لدى أعضاء الهيئة التدريسية في الجامعات الأردنية. رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة الشرق الأوسط بعمان.

الشيخ، صالح. (2009). تكوين الصورة الذهنية للشركات ودور العلاقات العامة فيها. دمشق: الاكاديمية السورية الدولية.

صليبي، عمر وزعرور، هبة. (2019). العوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية المدركة للجامعات الفلسطينية لدى طلبة الثانوية العامة في محافظة الخليل. مؤتمر الاقتصاد التاسع: الإصلاح الاقتصادي والإداري وسياسات التكيف في الأردن والوطن العربي، المنعقد بتاريخ 23 - 25 / أبريل / 2019، بجامعة اليرموك، الأردن.

عبد العزيز، مازن محمد. (2019). الصورة الذهنية للجامعات المصرية لدى الوافدين وآليات إدارتها: دراسة ميدانية. أطروحة دكتوراه غير منشورة. جامعة عين شمس، جمهورية مصر العربية.

عبود، عبد الغني. (2007). إدارة الجامعات العربية في ضوء معايير الجودة الشاملة. المؤتمر السنوي الرابع عشر بعنوان: "آفاق جديدة في التعليم العربي الجامعي". المنعقد بمركز تطوير التعليم الجامعي بجامعة عين شمس بتاريخ 25-26 / نوفمبر / 2007. القاهرة.

عوض، نها حسن. (2016). تفعيل دور الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة في ترسيخ التربية الأمنية ومكافحة الإرهاب. (رسالة ماجستير غير منشورة). معهد البحوث والدراسات العربية. القاهرة.

عيواج، صليحة. (2018). أثر جودة الخدمات الصحية في تحسين الصورة الذهنية المدركة من وجهة نظر المستفيدين: دراسة ميدانية لمصحة سيدي ثامر بوسعادة. رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة محمد بوضياف - المسيلة، الجزائر.

عبد المنعم، سامية. (2017). العوامل المؤثرة على ولاء الطلبة الجامعيين لجامعاتهم دراسة ميدانية على جامعات غزة (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الازهر - غزة، فلسطين.

العيساوي، نجم (2015). العوامل المؤثرة في تشكيل الصورة الذهنية للحزب السياسي في العراق كما يراها الاعلاميون العراقيون المقيمون في عمان (رسالة ماجستير غير منشورة) جامعة الشرق الأوسط - عمان، الاردن.

الفرا، عبدالله. (2018). دور الصورة الذهنية للمنظمات الأهلية في بناء العلاقة الاستراتيجية مع جمهور المستفيدين. رسالة ماجستير غير منشورة. الجامعة الإسلامية بغزة.

فريحات، راشد. (2015). دور وسائل الإعلام الأردنية في تشكيل الصورة الذهنية لمجلس النواب الأردني لدى الشباب الجامعي. رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة البترا بالأردن.

قاشي، خالد وبو درجة، رمزي. (2016). المسؤولية الاجتماعية لمؤسسة سيم (SIM) وأثرها على صورتها الذهنية المدركة لدى المستهلك الجزائري. الملتقى الدولي: دور المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تدعيم استراتيجية التنمية المستدامة - الواقع والرهان. المنعقد بتاريخ 14-15 / نوفمبر / 2016، بكلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير بجامعة الشلف، الجزائر.

القبلان، نجاح. (2016). الصورة الذهنية لمهنة المكتبات والمؤسسات المعلوماتية ومستقبلها. متوفرة على الرابط: ([www.qscience.com/doi/pdf/10.5339/connect.2016.slaagc.4](http://www.qscience.com/doi/pdf/10.5339/connect.2016.slaagc.4)).

الكيلاني، هشام. (2009). العلاقات العامة وتكوين الصورة للمنظمة. ط(1)، الرياض: منشورات جامعة الملك سعود.

لفته، بيداء ستار. (2016). تأثير أبعاد بناء الصورة الذهنية للشركة في جذب انتباه المستهلك العراقي للمنتجات المحلية: دراسة ميدانية. مجلة دراسات محاسبية ومالية. م(11)، ع(35)، 48 - 67.

مجمع اللغة العربية (2004). المعجم الوسيط، ط(4)، القاهرة: مكتبة الشروق الدولية.

المسرحي، شيماء ومزروع، رشا. (2020) العوامل المؤثرة في الصورة الذهنية المدركة لوظيفة العلاقات العامة: دراسة ميدانية على عينة من طالبات قسم الاعلام بجامعة ام القرى، مجلد 8

ع 26 صفحة 153-186

المصري، ياسمين أشرف. (2019). أثر الهوية البصرية للشركات في بناء الصورة الذهنية: بالتطبيق على عملاء شركة الاتصالات الخلوية جوال بقطاع غزة. رسالة ماجستير غير منشورة. الجامعة الإسلامية بغزة.

معمري، أمينة. (2015). دور الاتصال الداخلي في تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسة الجامعية: دراسة ميدانية برئاسة جامعة العربي بن مهيدي - أم البواقي. رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة العربي بن مهيدي - أم البواقي، الجزائر.

مسعود، عماد و الكور، لما (2015). العوامل المؤثرة في اختيار الطلبة العرب للجامعات الأردنية. مجلة جامعة النجاح للأبحاث و العلوم الإنسانية، المجلد 29 ع 5 .

مقراني، سارة. (2016). أثر تغيير العلامة التجارية على الصورة الذهنية للمستهلك: دراسة حالة مؤسسة أوريدو للاتصالات وكالة ورقلة. رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة قاصدي مرباح بورقلة، الجزائر.

منال، محمود. (2000). العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق. الاسكندرية: المكتب الجامعي الحديث للنشر والتوزيع.

موسى، باقر. (2014). الصورة الذهنية في العلاقات العامة. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع ونبلاء ناشرون وموزعون.

النجار، فريد. (1999). إدارة الجامعات بالجودة الشاملة. القاهرة: دار أقلام للنشر والطباعة والتوزيع.

هاجر، بن شيخ. (2017). أثر الإعلان في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الخدمية: دراسة حالة اتصالات الجزائر للهاتف النقال موبيليس من وجهة نظر طلبة كلية العلوم الاقتصادية بجامعة قاصدي مرباح بورقلة. رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة قاصدي مرباح بورقلة، الجزائر.

وزارة التربية والتعليم العالي. (2019). الكتاب التربوي الاحصائي الفلسطيني، الإدارة العامة للتخطيط، غزة، فلسطين.

وزارة التربية والتعليم العالي. (2020). الكتاب الإحصائي السنوي للتعليم في محافظات غزة للعام الدراسي (2020/2019م). الإدارة العامة للتخطيط، غزة، فلسطين.

وزارة التربية والتعليم. (2013). وظائف الجامعة: الخريجون وسق العمل. فلسطين.

يونس، مجدي محمد. (2015). دور الجامعة في تحقيق مجتمع المعرفة لمواكبة التطور المعلوماتي - دراسة ميدانية بجامعة القصيم. المجلة العربية لضمان جودة التعليم العالي. م(8)، ع(21)، ص ص: 125 - 156.

## ثانياً: المراجع باللغات الأجنبية.

- Atakan, M. S., & Eker, T. (2007). Corporate identity of a socially responsible university—a case from the Turkish higher education sector. *Journal of Business Ethics*, 76(1), 55-68.
- Ayub, S. H., Hamzah, M. R., Abdullah, N. H., Azmy, S. N. S., & Hishammudin, S. (2015). Assessing the Corporate Identity of Malaysia Universities in the East Coast Region with the Market Conditions in Ensuring Self-Sustainability: A Study on Universiti Sultan Zainal Abidin. *International Journal of Mechanical and Industrial Engineering*, 9(12), 4118-4122.
- Azoury, N. M., Daou, L. E., & El Khoury, C. M. (2013). University image and its relationship to student satisfaction: case of the Holy Spirit University of Kaslik, Lebanon. *Journal of Executive Education*, 12(1), 4.
- Azoury, N., Daou, L., & Khoury, C. E. (2014). University image and its relationship to student satisfaction-case of the Middle Eastern private business schools. *International strategic management review*, 2(1), 1-8.
- Bangwal, D. and Tiwari, P. (2019), Environmental design and awareness impact on organization image. *Engineering: Construction and Architectural Management*, 26(1), 29-45.
- Belli, E., Goksel, A. G., & Gürbüz, A. (2015). Exploring the institutional image of the university in relation to students of the department of physical education and sports. *Journal of Physical Education & Health-Social Perspective*, 6(4), 15-22.
- Bobrova, T. O., Ryabko, O. P., Vishnyakova, E. A., Sviontkovskaya, S. V., & Ostrovskiy, V. I. (2020). The Cognitive Aspect of the Image Building of the Organization in the Framework of Economic Media Text. In *Growth Poles of the Global Economy: Emergence, Changes and Future Perspectives* (pp. 1017-1028). Springer, Cham.
- Boyle, M., (2002). The right stuff in Fortune. March 4, 2002, pp.85-86.
- Chandra, T., Hafni, L., Chandra, S., Purwati, A. A., & Chandra, J. (2019). The influence of service quality, university image on student satisfaction and student loyalty. *Benchmarking: An International Journal*. 26(5), 1533 – 1549.

- Deitz, Richard, & Abel, Jaison R. (2012): The Role of Colleges and Universities in Building Local Human Capital" ' current issues", 17(6), 1 – 7.
- Greyling, S. A. (2007). Rhodes University during the segregation and apartheid eras, 1933 to 1990 (Doctoral dissertation, Rhodes University).
- Irfan ,U.(2016). Mental health and factors related to mental health among Pakistani university students.(Doctoral dissertation, University of Canterbury Te Whare Wnanga o Waitaha Christchurch, New Zealand).
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). Marketing Management: Horison Editions 13 New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kottler, P. (2003). Marketing Insights from A to Z. *John Willey and Sons Inc. Hoboken.*
- Maarouf, A. (2019). Marketing methods and political promotion to shape the mental image. *Journal of Tikrit university for humanities- مجلة جامعة تكريت للعلوم الانسانية*, 25(5), 38-53..
- Madison, H. (2017). University education and human development, *Journal of Educational Sciences*. 13(7), 720 – 733.
- Maganga, J. (2016). Factors Affection Students' Academic Performance: A Case Study Of Public Secondary Schools In Ilala District, Dar-es-Sallam, Tanzania.
- Marković, J. J. (2016). The image of Belgrade and Novi Sad as perceived by foreign tourists. *Зборник радова Географског института" Јован Цвијић" САНУ*, 66(1), 91-104.
- Masserini, L., Bini, M., & Pratesi, M. (2019). Do quality of services and institutional image impact students' satisfaction and loyalty in higher education?. *Social Indicators Research*, 146(1-2), 91-115.
- Sim, W.(2019). Investigating Key Factors Influencing International Students' Choice of Private Higher Education Institutions (HEIs) in Malaysia. (Doctoral dissertation, Vectorial University).
- Peltokorpi, V., Bader, A. K., & Froese, F. J. (2019). Foreign and domestic company attractiveness to host national employees in Japan: A

person–organization fit and image theory perspective. *International Journal of Selection and Assessment*, 27(4), 392-405.

Ramdana, A., Rahayua, A., Wibowoa, L., & Dirgantaria, P. (2020). The effect of uniqueness and student's experience in improving university image: Empirical study at private universities in Indonesia. *Management Science Letters*, 11(2), 357-364.

Shehzadi, S., Nisar, Q. A., Hussain, M. S., Basheer, M. F., Hameed, W. U., & Chaudhry, N. I. (2020). The role of digital learning toward students' satisfaction and university brand image at educational institutes of Pakistan: a post-effect of COVID-19. *Asian Education and Development Studies*: Emerald Publishing Limited.

Shiri, Y. M., Alipoor, V., & Azimi, H. (2019). Investigating the Effect of Service Quality, Mental Image, Trust and Environment Brand on Emotional Satisfaction and Commitment. *Journal of Environmental Management & Tourism*, 10(1 (33)), 171-181.

Šmaižien, I., & Oržekauskas, P. (2006). Corporate image audit. *Vadyba. Management*, 1, 89.

Togo, M., & Lotz-Sisitka, H. (2013). Exploring a systems approach to mainstreaming sustainability in universities: a case study of Rhodes University in South Africa. *Environmental Education Research*, 19(5), 673-693.

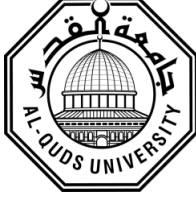
Turanina, N. A., Kireeva, O. A., Sushkova, Y. N., & Glamazda, S. N. (2020, March). Management of Verbal Communications as an Innovative Approach to the Formation of Image Policy of the Organization. In *International Scientific Conference" Far East Con"(ISCFEC 2020)* (pp. 2141-2151). Atlantis Press.

Zayd, G & Al-Shibai, I. (2018). Impact of Banking Service Quality on the Mental Image of Customers: A Field Study at the Islamic Banks in Yemen Republic. *Journal of Social Studies*, 24(2), 1-26.

## قائمة الملاحق

## الملاحق

ملحق رقم (1): الاستبانة في صورتها الأولية



عمادة الدراسات العليا  
جامعة القدس

الأخوة أعضاء هيئة التدريس بالجامعات الفلسطينية.

تحية طيبة وبعد،،

تقوم الباحثة بدراسة بعنوان: " الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية لدى الطلبة في قطاع غزة والعوامل المؤثرة فيها ". وذلك استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير من معهد التنمية المستدامة - بناء مؤسسات وتنمية موارد بشرية بجامعة القدس.

وتعرض عليكم الباحثة أدوات الدراسة إيماناً منها بقدراتكم على تجويدها، ووضع تعليماتكم ومقترحاتكم حولها، علماً أنه بإمكانك حذف فقرات، وإضافة فقرات جديدة، وتعديل الفقرات المتوفرة بكل استبانة، كما يمكنك إبداء الرأي حول الأبعاد ومناسبتها وصدق الفقرات ومناسبتها ودقتها اللغوية، وستكون تعليقاتكم ومقترحاتكم محط عناية الباحثة.

شاكراً لكم حسن تعاونكم

الباحثة: ياسمين البوبو

.....	الاسم:
.....	الدرجة العلمية:
.....	مكان العمل:

أولاً: المعلومات الأولية.

الجنس:	<input type="checkbox"/>	ذكر	<input type="checkbox"/>	أنثى	<input type="checkbox"/>
الجامعة:	<input type="checkbox"/>	جامعة الأزهر	<input type="checkbox"/>	جامعة الأقصى	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	جامعة فلسطين	<input type="checkbox"/>	الجامعة الإسلامية	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	جامعة القدس المفتوحة	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
مكان السكن:	<input type="checkbox"/>	قرية	<input type="checkbox"/>	مخيم	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	مدينة	<input type="checkbox"/>
الكلية:	<input type="checkbox"/>	علوم	<input type="checkbox"/>	آداب وعلوم إنسانية	<input type="checkbox"/>

ثانياً: استبانة الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية.

م.	أبعاد الصورة الذهنية				
	درجة كبيرة جداً	درجة كبيرة	درجة متوسطة	درجة منخفضة	درجة منخفضة جداً
<b>البعد المعرفي</b>					
1					أعي جيداً مكانة جامعتي بين مؤسسات التعليم العالي.
2					أتابع المعلومات التي تقدمها الجامعة عبر موقعها الإلكتروني.
3					أعرف كافة أفرع وأقسام جامعتي.
4					أدرك قيمة رؤية ورسالة جامعتي.
5					أقدم معلومات واضحة حول جامعتي عندما يسألني الآخريين.
6					أرى أن جامعتي تقدم أفضل البرامج الأكاديمية للطلبة.
7					تقدم الجامعة معلومات صادقة حول أنشطتها.
8					أتابع أخبار جامعتي عبر وسائل الإعلام.
9					أثق بسرية التعامل مع موقع الجامعي الإلكتروني.
<b>البعد الوجداني</b>					
1					أفتخر كوني طالباً بهذه الجامعة.
2					أستمتع بوقتي داخل الحرم الجامعي.
3					أثق بقدرات ومهارات أعضاء هيئة التدريس بالجامعة.
4					أشعر أن جامعتي جزء من حياتي.
5					مشاعري الإيجابية تجاه جامعتي يحفزني على النجاح والتفوق.
6					أشجع الآخريين على الالتحاق بجامعتي.
7					أرى أنني أحسنت اختيار جامعتي.
8					أبدي احترامي لكافة العاملين بالجامعة.
9					أشعر بالأمن والطمأنينة داخل حرم الجامعة.
<b>البعد السلوكي</b>					
1					ألتزم بكافة التعليمات والقوانين واللوائح الخاصة بجامعتي.
2					أندش عندما أطلع على معلومات خاطئة حول جامعتي.
3					أمتلك صور تذكارية خاصة لي داخل حرم الجامعة.
4					أجتهد بدراستي لأعطي انطباع جيد عن جامعتي.
5					أشارك بالأنشطة الطلابية لأكن عنصر فعال في الجامعة.
6					انتمائي للجامعة يدفعني للمشاركة في الأعمال التطوعية التي تقيمها.

م.م	أبعاد الصورة الذهنية				
	درجة كبيرة جداً	درجة كبيرة	درجة متوسطة	درجة منخفضة	درجة منخفضة جداً
7					أشارك في المؤتمرات والندوات التي تقيمها الجامعة لثقتي بفوائدها.
8					أحافظ على نظافة الجامعة لأنني أعتبرها بيتي الثاني.
9					أتابع وسائل الإعلام التربوي التابعة لجامعتي.

ثانياً: العوامل المؤثرة في الصورة الذهنية للجامعة.

م.	العوامل المؤثرة في الصورة الذهنية	درجة كبيرة جداً	درجة كبيرة	درجة متوسطة	درجة منخفضة	درجة منخفضة جداً
<b>رؤية الجامعة</b>						
1	تتفق رؤية الجامعة مع أهدافها ورسالتها.					
2	تتفق رؤية الجامعة من فلسفة المجتمع الفلسطيني.					
3	تعبر الرؤية عن جودة الخدمات التي تقدمها الجامعة.					
4	تمنح رؤية الجامعة صورة حقيقية عن واقع التعليم بالجامعة.					
5	تحقق الجامعة رؤيتها من خلال تمييز طلابها.					
6	يلتزم أعضاء هيئة التدريس برؤية الجامعة وأهدافها.					
<b>ثقافة الجامعة</b>						
1	توفر الجامعة لوائح داخلية لتنظيم علاقات الطلبة والموظفين.					
2	تلتزم الجامعة بقيم المجتمع الفلسطيني وعاداته.					
3	يسود الجامعة مناخ من العلاقات الإنسانية الجيدة.					
4	تقيم الجامعة أنشطة وبرامج للمناسبات الوطنية.					
5	تتبع الجامعة قيم ومعتقدات نابغة من الدين الإسلامي.					
6	تتبنى الجامعة مبادئ الجودة في برامجها التعليمية.					
7	تتبع الجامعة أساليب عادلة للتعامل مع طلابها.					
<b>هوية الجامعة</b>						
1	يعبر شعار الجامعة عن قيمها.					
2	يلتزم الموظف بالجامعة باللبس الأنيق.					
3	تبدو قاعات الدراسة جميلة وتروق للطلبة.					
4	يعجبني التنظيم الداخلي لمكاتب الجامعة.					
5	تهتم الجامعة بالشكل الهندسي لمبانيها.					
6	تقوم الجامعة بصيانة المباني.					
7	توفر الجامعة مرافق رياضية ليمارس الطالب هواياته الخاصة.					
8	تهتم الجامعة بالمناطق الخضراء.					
<b>السمعة الأكاديمية</b>						
1	تتميز الجامعة بتخصصاتها النوعية التي لا تقدمها الجامعات الأخرى.					
2	تحظى الجامعة بثقة المواطن الفلسطيني.					

م.	العوامل المؤثرة في الصورة الذهنية				
	درجة كبيرة جداً	درجة كبيرة	درجة متوسطة	درجة منخفضة	درجة منخفضة جداً
3					تتسم الجامعة بالنزاهة والشفافية.
4					تستجيب الجامعة لشكاوى الطلبة.
5					يبدل عضو هيئة التدريس الجهد الكاف لتحسين قدرات طلبته.
6					توافق الجامعة بين المقررات النظرية والتطبيقية.
7					تختار الجامعة أفضل النخب الأكاديمية لبرامجها.
8					توفر الجامعة فرص تدريب مناسبة للطلبة.
9					تعتمد الجامعة على أنظمة تقييم تراعي قدرات الطلبة.
10					تجاوزت الجامعة حالة الطوارئ الصحية (جائحة كورونا) بحنكة عالية.
11					قدمت الجامعة لي معارف تفوق توقعاتي.
12					توفر مكتبة الجامعة مراجع ومصادر أصيلة يمكن الاستفادة منها.
<b>التكنولوجيا المتوفرة</b>					
1					تخصص الجامعة مختبرات علمية مجهزة بأحدث الأجهزة والتقنيات.
2					تتجه الجامعة نحو أساليب التعليم الإلكتروني.
3					يتوفر بالجامعة خدمات انترنت مناسبة السرعة.
4					تقدم الجامعة مقررات دراسية تواكب التطورات لمختلف التخصصات والبرامج الأكاديمية.
5					توفر الجامعة أنظمة اتصال وتواصل فعالة.
6					تقدم الجامعة خدمات أكاديمية متنوعة عبر موقعها الإلكتروني.
7					يتسم الموقع الإلكتروني للجامعة بسهولة الوصول والتصفح.
8					يوجد لدى الجامعة قناة تعليمية.

انتهت الاستبانة

ملاحظات تود الإشارة إليها ويمكن أن تستفيد منها الباحثة:-

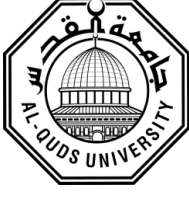
- ..... -1
- ..... -2
- ..... -3
- ..... -4
- ..... -5

شكراً لحسن تعاونكم

ملحق رقم (2): أعضاء لجنة التحكيم

الاسم	الدرجة العلمية	مكان العمل
د. إبراهيم أبو رحمة	دكتوراه - إدارة أعمال	جامعة غزة
د. إبراهيم عابدين	دكتوراه - إدارة أعمال	جامعة الأزهر
د. اياد لافي	دكتوراه - علم الاجتماع	جامعة القدس
د. حسن أبو ناصر	دكتوراه - إدارة أعمال	جامعة غزة
د. عز العرب العاوور	دكتوراه - إدارة أعمال	جامعة فلسطين
د. طارق أبو حجير	دكتوراه - إدارة أعمال	جامعة غزة
د. نادر أبو شرح	دكتوراه - إدارة أعمال	جامعة فلسطين
د. مازن رحمي	دكتوراه - إدارة أعمال	جامعة فلسطين
* ترتيب أسماء لجنة التحكيم جاء أولاً حسب الدرجة العلمية ثم الأحرف الأبجدية		

ملحق رقم (3): الاستبانة في صورتها النهائية



عمادة الدراسات العليا  
جامعة القدس

عزيزي الطالب / عزيزتي الطالبة.

تحية طيبة وبعد،،

تقوم الباحثة بدراسة بعنوان: " الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية لدى الطلبة في قطاع غزة والعوامل المؤثرة فيها ". وذلك استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير من معهد التنمية المستدامة - بناء مؤسسات وتنمية موارد بشرية بجامعة القدس.

وتأتي هذه الاستبانة كأحد أدوات الدراسة من أجل جمع البيانات والمعلومات اللازمة؛ حيث تتضمن قسم للبيانات الشخصية، وقسم لواقع الصورة الذهنية بأبعادها المعرفي والوجداني والسلوكي، إضافة إلى قسم للعوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية، والمطلوب من سيادتكم تفرغ قسم البيانات الشخصية، ثم وضع درجة موافقة لكل عبارة من عبارات الاستبانة، علماً بأنه لا توجد عبارات صحيحة وأخرى خاطئة إنما هي مواقف والمطلوب منكم إبداء الرأي فيها، ومدى تأثير هذه المواقف على تصوراتكم تجاه جامعتكم. علماً بأن الدرجة (1) تمثل أدنى درجات الموافقة، فيما تمثل الدرجة (10) أعلى درجات الموافقة، ولكم الخيار في تحديد مواقفكم ما بين الدرجة (1) إلى الدرجة (10).

شاكراً لكم حسن تعاونكم

الباحثة: ياسمين البوبو

أولاً: المعلومات الأولية.

الجنس:	<input type="checkbox"/>	ذكر	<input type="checkbox"/>	أنثى	<input type="checkbox"/>
الجامعة:	<input type="checkbox"/>	جامعة الأزهر	<input type="checkbox"/>	جامعة الأقصى	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	جامعة فلسطين	<input type="checkbox"/>	الجامعة الإسلامية	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	جامعة القدس المفتوحة	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
مكان السكن:	<input type="checkbox"/>	قرية	<input type="checkbox"/>	مخيم	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	الثالث	<input type="checkbox"/>	الرابع	<input type="checkbox"/>
المستوى الدراسي:	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
الكلية:	<input type="checkbox"/>	علوم	<input type="checkbox"/>	آداب وعلوم إنسانية	<input type="checkbox"/>

ثانياً: استبانة الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية.

الدرجة 10 ← → 1	أبعاد الصورة الذهنية	م.
<b>البعد المعرفي</b>		
	أعرف مكانة جامعتي بين مؤسسات التعليم العالي الفلسطينية	1
	أتابع المعلومات التي تقدمها الجامعة عبر موقعها الإلكتروني	2
	أعرف كافة أفرع وأقسام وتخصصات جامعتي	3
	أقدم معلومات دقيقة حول جامعتي عندما يسألني الآخرون	4
	أرى أن جامعتي تقدم أفضل البرامج الأكاديمية للطلبة	5
	تقدم الجامعة معلومات صادقة حول أنشطتها	6
	أثق بسرية التعامل مع موقع الجامعة الإلكتروني	7
<b>البعد الوجداني</b>		
	أفتخر كوني طالباً/ة بهذه الجامعة	1
	أشعر بالأمن والطمأنينة داخل حرم الجامعة	2
	أثق بقدرات ومهارات أعضاء هيئة التدريس بالجامعة	3
	أشعر أن جامعتي جزء من حياتي	4
	مشاعري الإيجابية تجاه جامعتي تحفزني على النجاح والتفوق	5
	أشجع الآخرين على الالتحاق بجامعتي	6
	أرى أنني أحسنت اختيار جامعتي	7
<b>البعد السلوكي</b>		
	ألتزم بكافة التعليمات والقوانين واللوائح الخاصة بجامعتي	1
	أمتلك صور تذكارية خاصة لي داخل حرم الجامعة	2
	أجتهد بدراستي لأعطي انطباع جيد عن جامعتي	3
	أشارك بالأنشطة الطلابية لأكن عنصر فعال في الجامعة	4
	انتمائي للجامعة يدفعني للمشاركة في الأعمال التطوعية التي تقيمها	5
	أشارك في المؤتمرات والندوات التي تقيمها الجامعة لنقتي بفوائدها	6
	أحافظ على مرافق الجامعة وممتلكاتها	7

### ثالثاً: العوامل المؤثرة في الصورة الذهنية للجامعة.

الدرجة	العوامل المؤثرة في الصورة الذهنية للجامعة	م.
10 ← → 1		
<b>رؤية ورسالة الجامعة</b>		
	تتفق رؤية الجامعة مع أهدافها ورسالتها	1
	تتبنى رؤية الجامعة من فلسفة المجتمع الفلسطيني وحاجاته	2
	تحمل رسالة الجامعة مؤشرات لطبيعة الخدمات التي تقدمها	3
	تمنح رؤية الجامعة صورة حقيقية عن واقع التعليم بالجامعة	4
	تحقق الجامعة رسالتها من خلال تفوق طلبتها	5
	يلتزم أعضاء هيئة التدريس برسالة الجامعة وأهدافها	6
<b>ثقافة الجامعة</b>		
	توفر الجامعة لوائح داخلية لتنظيم علاقات الطلبة والموظفين.	1
	تلتزم الجامعة بقيم المجتمع الفلسطيني وثقافته.	2
	يسود الجامعة مناخ من العلاقات الإنسانية الجيدة بين الجميع.	3
	تقيم الجامعة أنشطة وبرامج للمناسبات الوطنية.	4
	تتبع الجامعة قيم ومعتقدات نابعة من الدين الإسلامي.	5
	تقدم الجامعة برامج وأنشطة متنوعة بجودة عالية.	6
<b>هوية الجامعة</b>		
	يجذبني شعار الجامعة	1
	تبدو قاعات الدراسة مريحة ومشجعة للطلبة	2
	يعجبني التنظيم الداخلي لمكاتب الجامعة	3
	تتميز الجامعة بتصميم خارجي رائع	4
	تقوم الجامعة بصيانة المباني بشكل مستمر	5
	توفر الجامعة مرافق رياضية ليمارس الطالب هواياته وإبداعاته	6
	تهتم الجامعة باتساع المناطق الخضراء	7
<b>السمعة الأكاديمية</b>		
	توفر الجامعة تخصصات نوعية فريدة	1
	تحظى الجامعة بثقة المجتمع المحلي	2
	تفي الجامعة بوعودها التي تقدمها للطلبة	3
	تستجيب الجامعة لشكاوى الطلبة بشكل دائم	4
	يبدل عضو هيئة التدريس الجهد الكاف لتحسين قدرات طلبته المختلفة	5
	تربط الجامعة بين المقررات النظرية والعملية بشكل فعال ومقنع	6
	تختار الجامعة أفضل الكفاءات الأكاديمية لتدريس برامجها المختلفة	7
	توفر الجامعة فرص تدريب تلبي حاجات الطلبة	8
	تعتمد الجامعة على أنظمة تقويم تراعي قدرات الطلبة والفروق الفردية بينهم	9

الدرجة 10 ← → 1	العوامل المؤثرة في الصورة الذهنية للجامعة	م.
	تجاوزت الجامعة حالة الطوارئ الصحية (جائحة كورونا) بحنكة عالية.	10
	توفر مكتبة الجامعة مراجع ومصادر أصيلة يمكن الاستفادة منها.	11
<b>التكنولوجيا المتوفرة</b>		
	تخصص الجامعة مختبرات علمية مجهزة بأحدث الأجهزة والتقنيات.	1
	تتجه الجامعة نحو تطبيق أساليب التعليم الإلكتروني بشكل فعال وملائم لحاجات الطلبة.	2
	يتوفر بالجامعة خدمات انترنت ذات سرعة مقبولة.	3
	توفر الجامعة أنظمة اتصال وتواصل فعالة.	4
	يقدم موقع الجامعة الإلكتروني خدمات أكاديمية مميزة ومتنوعة.	5
	تقدم وسائل الإعلام التربوي التابعة للجامعة برامج تعليمية مفيدة ومميزة.	6

شكراً لحسن تعاونكم

## قائمة الجداول

- جدول (2. 1): أبعاد الصورة الذهنية في الدراسات التطبيقية..... 16
- جدول (2. 2): مصفوفة أبعاد الصورة الذهنية في الدراسات التطبيقية..... 17
- جدول (2. 3): العوامل المؤثرة في الصورة الذهنية في الدراسات التطبيقية ..... 22
- جدول (2. 4): مصفوفة العوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية في الدراسات التطبيقية..... 23
- جدول (2. 5): يوضح الفجوة البحثية للدراسة الحالية ..... 63
- جدول (3. 1): توزيع أفراد مجتمع الدراسة تبعاً لمتغيري الجامعة والمستوى الدراسي ..... 66
- جدول (3. 2): الاستبانات الموزعة والمستردة ونسب الاستجابة..... 67
- جدول (3. 3): توزيع عينة الدراسة تبعاً لمتغيرات الجنس والجامعة ومكان السكن والمستوى الوظيفي والمستوى الدراسي والكلية..... 68
- جدول (3. 4): معاملات الارتباط وقيم الاحتمال بين فقرات قسم الصورة الذهنية والدرجة الكلية للبعد 71
- جدول (3. 5): معاملات الارتباط وقيم الاحتمال بين فقرات قسم العوامل المؤثرة في الصورة الذهنية والدرجة الكلية للبعد ..... 72
- جدول (3. 6): معاملات الارتباط البينية بين أبعاد الصورة الذهنية ودرجاتها الكلية ..... 74
- جدول (3. 7): معاملات الارتباط البينية بين العوامل المؤثرة في الصورة الذهنية ودرجاتها الكلية .. 74
- جدول (3. 8): معاملات كرونباخ ألفا لأبعاد الاستبانة ومتغيراتها ..... 75
- جدول (3. 9): معاملات الارتباط بين الفقرات فردية الرتب والفقرات زوجية الرتب لأبعاد استبانة الدراسة والدرجة الكلية لمتغيراتها ..... 76
- جدول (3. 10): نتائج اختبار التوزيع الطبيعي لأدوات الدراسة..... 78
- جدول (4. 1): طريقة تصنيف الدرجات والحكم على النتائج وتفسيرها ..... 81
- جدول (4. 2): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية والرتب لأبعاد محور الصورة الذهنية ودرجاتها الكلية..... 82
- جدول (4. 3): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية والرتب لفقرات البعد المعرفي..... 83
- جدول (4. 4): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية والرتب لفقرات البعد الوجداني..... 84
- جدول (4. 5): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية والرتب لفقرات البعد السلوكي..... 85

- جدول (4. 6):** المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية والرتب لأبعاد محور العوامل المؤثرة في الصورة الذهنية ودرجتها الكلية ..... 86
- جدول (4. 7):** المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية والرتب لفقرات بعد رؤية رسالة الجامعة ..... 87
- جدول (4. 8):** المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية والرتب لفقرات بعد ثقافة الجامعة ..... 88
- جدول (4. 9):** المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية والرتب لفقرات بعد هوية الجامعة ..... 89
- جدول (4. 10):** المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية والرتب لفقرات بعد السمعة الأكاديمية ..... 90
- جدول (4. 11):** المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية والرتب لفقرات بعد التكنولوجيا المتوفرة ..... 91
- جدول (4. 12):** معاملات الارتباط وقيم الاحتمال بين العوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية للجامعات وصورتها الذهنية لدى طلبتها وأبعادها ..... 92
- جدول (4. 13):** معاملات الارتباط وقيم الاحتمال بين رؤية رسالة الجامعات وصورتها الذهنية لدى طلبتها وأبعادها ..... 93
- جدول (4. 14):** معاملات الارتباط وقيم الاحتمال بين ثقافة الجامعات وصورتها الذهنية لدى طلبتها وأبعادها ..... 94
- جدول (4. 15):** معاملات الارتباط وقيم الاحتمال بين هوية الجامعات وصورتها الذهنية لدى طلبتها وأبعادها ..... 95
- جدول (4. 16):** معاملات الارتباط وقيم الاحتمال بين السمعة الأكاديمية للجامعات وصورتها الذهنية لدى طلبتها وأبعادها ..... 96
- جدول (4. 17):** معاملات الارتباط وقيم الاحتمال بين التكنولوجيا المتوفرة في الجامعات وصورتها الذهنية لدى طلبتها وأبعادها ..... 96
- جدول (4. 18):** نموذج انحدار العوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية على صورتها الذهنية لدى طلبتها ..... 98
- جدول (4. 19):** معاملات الارتباط والتفسير وقيم الاحتمال لنماذج الانحدار المتعدد المتدرج بين العوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية وصورتها الذهنية لدى الطلبة . 98
- جدول (4. 20):** نموذج الانحدار المتعدد المتدرج للعوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية على صورتها الذهنية لدى الطلبة ..... 99

جدول (4. 21): اختبار ت للفروق في مستوى الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية باختلاف متغير الجنس.....	100
جدول (4. 22): اختبار تحليل التباين الأحادي للفروق في مستوى الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية باختلاف متغير الجامعة.....	102
جدول (4. 23): اختبار تحليل التباين الأحادي للفروق في مستوى الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية باختلاف متغير مكان السكن.....	103
جدول (4. 24): اختبار ت للفروق في مستوى الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية باختلاف متغير المستوى الدراسي.....	104
جدول (4. 25): اختبار ت للفروق في مستوى الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية باختلاف متغير الكلية.....	105
جدول (4. 26): اختبار ت للفروق في العوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية باختلاف متغير الجنس.....	106
جدول (4. 27): اختبار تحليل التباين الأحادي للفروق في العوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية باختلاف متغير الجامعة.....	108
جدول (4. 28): اختبار تحليل التباين الأحادي للفروق في العوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية باختلاف متغير مكان السكن.....	109
جدول (4. 29): اختبار ت للفروق في العوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية باختلاف متغير المستوى الدراسي.....	110
جدول (4. 30): اختبار ت للفروق في العوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية للجامعات الفلسطينية باختلاف متغير الكلية.....	111

## قائمة الملاحق

- ملحق رقم (1): الاستبانة في صورتها الأولية.....131
- ملحق رقم (2): أعضاء لجنة التحكيم.....138
- ملحق رقم (3): الاستبانة في صورتها النهائية.....139

## قائمة الأشكال

شكل رقم (1) أنموذج متغيرات الدراسة..... 8

## فهرس المحتويات

ب	الشكر والعرهان.....	
ج	مصطلحات الدراسة.....	
و	المخلص.....	
ز	ABSTRACT.....	
2	الفصل الأول الإطار العام للدراسة.....	
2	1.1 المقدمة.....	
3	1.2 مشكلة الدراسة.....	
4	1.3 أسئلة الدراسة.....	
5	1.4 أهمية الدراسة.....	
6	1.5 أهداف الدراسة.....	
6	1.6 فرضيات الدراسة.....	
8	1.7 أنموذج الدراسة.....	
9	1.8 حدود الدراسة.....	
11	الفصل الثاني الإطار النظري والدراسات السابقة.....	
11	1.1.1 المبحث الأول: الصورة الذهنية للجامعات.....	
12	1.1.1.1 مفهوم الصورة الذهنية.....	
13	1.1.1.2 السمات المميزة للصورة الذهنية.....	
15	1.1.1.3 مسار بناء الصورة الذهنية.....	
15	1.1.1.4 أبعاد الصورة الذهنية.....	
18	1.1.1.5 المزايا التي تحققها الصورة الذهنية الايجابية للمؤسسة.....	
19	2.2 المبحث الثاني: العوامل المؤثرة في الصورة الذهنية.....	
19	2.2.1 العوامل المؤثرة في تكوين الصورة الذهنية بشكل عام.....	
20	2.2.2 العوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية للجامعة.....	
24	2.2.3 تشكيل الصورة الذهنية للجامعة.....	

25	2. 2. 4 تجارب عربية ودولية في تحسين الصورة الذهنية للجامعة.....
28	2. 3 المبحث الثالث: الإطار المفاهيمي للجامعات.....
28	2. 3. 1 مفهوم الجامعة.....
30	2. 3. 2 أهداف الجامعة.....
31	2. 3. 3 أهمية الجامعة.....
31	2. 3. 4 وظائف الجامعة وأدوارها.....
33	2. 3. 5 نبذة عن الجامعات الفلسطينية محل الدراسة.....
41	2. 4 المبحث الرابع: الدراسات السابقة والتعقيب عليها.....
41	2. 4. 1 الدراسات السابقة التي تناولت الصورة الذهنية في الجامعات.....
46	2. 4. 2 الدراسات السابقة التي تناولت الصورة الذهنية في منظمات ومؤسسات.....
60	2. 4. 4 التعقيب على الدراسات السابقة.....
<b>65</b>	<b>الفصل الثالث المنهجية والإجراءات.....</b>
65	3. 1 منهجية الدراسة.....
66	3. 2 مجتمع الدراسة.....
66	3. 3 عينة الدراسة.....
67	3. 4 الوصف لعينة الدراسة.....
69	3. 5 أدوات الدراسة.....
77	3. 6 الصعوبات التي واجهت الباحثة.....
77	3. 7 اختبار التوزيع الطبيعي للبيانات.....
78	3. 8 الأساليب والمعالجات الاحصائية.....
<b>81</b>	<b>الفصل الرابع عرض النتائج ومناقشتها.....</b>
81	4. 1 المحك المعياري للحكم على النتائج.....
82	4. 2 الإجابة عن أسئلة الدراسة.....
82	4. 2. 1 النتائج المتعلقة بالسؤال الأول ومناقشتها.....
86	4. 2. 2 النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني ومناقشتها.....
92	4. 3 اختبار الفرضيات.....

114	الفصل الخامس الخلاصة والاستنتاجات
114	5. 1 ملخص لنتائج الدراسة
114	5. 1. 1 نتائج تحليل البيانات
115	5. 1. 2 نتائج فرضيات الدراسة
116	5. 2 الاستنتاجات
117	5. 3 توصيات الدراسة
118	5. 4 البحوث المستقبلية
120	قائمة المصادر والمراجع
120	أولاً: المراجع باللغة العربية
127	ثانياً: المراجع باللغات الأجنبية
131	الملاحق
144	قائمة الجداول
147	قائمة الملاحق
149	فهرس المحتويات