

الصورة الذهنية للجامعة التقنية الوسطى لدى تدريسيي الجامعة

المدرس الدكتور
علاء جاسب عجيب
الجامعة التقنية الوسطى- كلية الفنون التطبيقية

المدرس المساعد
نهلة نجاح عبدالله
كلية الفارابي - قسم الاعلام

ملخص البحث:

لما كانت العلاقات العامة تهتم اساسا بدراسة العلاقات والاتصالات داخل وخارج المؤسسة صار من الضروري ان تشمل اهتماماتها دراسة الجماعات والتنظيمات الاجتماعية والانشطة الادارية واتجاهات الجماهير والانظمة السياسية والاقتصادية بما يؤمن من فرص كسب التأييد والجمهور والتأثير في الراي العام وبناء الصورة الذهنية اللائقة عن المؤسسة باتباع المعلومات والايخبار الصادقة والحقائق والآراء الموضوعية. كانت المؤسسات التعليمية ولازالت تعمل على ضرورة الارتقاء بجودة التعليم، حيث أن مفهوم الجودة يلعب دورا هاما في المؤسسات الخدمية ومنها مؤسسات التعليم الجامعي مثل الجامعة التقنية الوسطى، باعتبار أن هذا المفهوم وسيلة للوفاء باحتياجات وتوقعات الجمهور الداخلي (الطلاب - أعضاء هيئة التدريس - الهيئة الإدارية) والجمهور الخارجي (مثل المؤسسات الحكومية ذات العلاقة وأصحاب المصالح) سواء كان هذا الجمهور الداخلي والخارجي حاليا أو متوقعا. تأتي هنا اهمية العلاقات العامة في بناء الصورة الذهنية للمؤسسة.

إن اهمية الجامعات في المجتمع كبيرة لما لها من دور في رفد المؤسسات الاخرى بالكوادر التي تساهم بدورها في بناء المجتمع والدولة.

وهذه الجامعات بحاجة الى العمل من اجل ان تظهر تلك الاهمية لجماهيرها وبالخصوص الجمهور الداخلي المتمثل بالعاملين في المؤسسة من التدريسيين والاداريين والفنيين من اجل زيادة الشعور بالانتماء للجامعة والعمل على انجاحها وتحسين صورتها. يتحدث بحثنا هذا عن الصورة الذهنية للجامعة التقنية الوسطى في اذهان تدريسييها. فاحتوى البحث على الاطار المنهجي الذي تناول مشكلة البحث وهدف البحث واهمية البحث ومجتمع البحث وعينه البحث اما الاطار النظري الذي بداء بمفهوم الصورة الذهنية ووظائف

الصورة ومصادر تكوينها واهم العناصر التي تؤثر في تشكيل الصورة الذهنية عوامل شخصية وعوامل تنظيمية وعوامل اعلامية وعوامل اجتماعية وكذلك تحدث عن الجامعة التقنية الوسطى اما الاطار الميداني فكان تحليل استمارة وزعت على مجموعة من التدريسيين عينه البحث وبعد تحليلها خرج الباحث بنتائج عدة منها ان دور الجامعة الاعلامي كان سلبيا حسب رأيهم وان الادارة العليا في الجامعة تودي دورها بشكل جيد وانها تدعم التدريسيين الجدد ومن النتائج الاخرى ان الجامعة تحرص على استخدام الطرق الحديثة للتعليم بما يواكب التكنولوجيا وفي نهاية البحث قدمنا مجموعة من التوصيات التي من الممكن ان تساهم في تطوير الاعلام والعلاقات العامة وتدعيم الصورة الذهنية.

الفصل الأول

الاطار المنهجي

مشكلة البحث:

تكمن مشكلة البحث عدم وضوح في ملامح الصورة الذهنية عن الجامعة التقنية الوسطى لدى تدريسيي الجامعة التقنية الوسطى وبالتالي فأن مشكلة البحث تستهدف بالإجابة على مجموع التساؤلات الآتية:

- ١- ماهي الصورة الذهنية للجامعة التقنية الوسطى لدى التدريسيين؟
- ٢- هل توجد فروق ذات دلالة احصائية (الجنس، العمر، الحالة الاجتماعية، واللقب العلمي).
- ٣- ما مدى نجاح قسم الاعلام والعلاقات العامة في بناء صورة ايجابية عن الجامعة التقنية الوسطى.
- ٤- ما مدى نجاح قسم الاعلام والعلاقات العامة في بناء علاقات عامة ايجابية مع الجمهور الداخلي من التدريسيين.

أهداف البحث:

لتعرف على الصورة الذهنية لدى التدريسيين العاملين فيها. (ايجابية أو سلبية).

التعرف على دلالة الفروق الاحصائية في اجابات التدريسيين عن الصورة الذهنية تبعاً لمتغيرات (الجنس، العمر، الحالة الاجتماعية واللقب العلمي).

الكشف عن مدى نجاح قسم الاعلام والعلاقات العامة في الجامعة التقنية الوسطى صورة ذهنية ايجابية لدى التدريسيين.

ووضع مقترحات للحفاظ على التصورات الايجابية والحفاظ عليها وتعديل التصورات السيئة.

أهمية البحث:

لا يمكن للمنظمات السيطرة بشكل كامل على الأحداث الخارجية والتي قد تؤثر عليها سواء ايجابيا أو سلبيا. لذا تقوم المنظمات ببناء صورة ذهنية ايجابية سواء عند عملائها أو موظفيها وذلك لتحقيق الرجحية و المحافظة على جمهورها (سواء الداخلي أو الخارجي) عند حدوث أي أزمة. ومن هنا تأتي أهمية البحث الذي يدرس الصورة الذهنية لمؤسسه جامعيه لدى اساتذتها.

فروض البحث:

تعد الفروض معايير في ضوئها تجمع المعلومات التي تسمح للباحث اختبارها وذلك لقبولها أو رفضها وهي على نوعين صفرية وبديلة (١)، ووضع الباحث فروضاً صفرية أي افترض العلاقة بين متغيرات البحث تساوي صفر منطلقاً من الفرضية الرئيسة الآتية (لا توجد فروق إحصائية في إجابات المبحوثين/ت على وفق متغيرات: الجنس، العمر، الحالة الاجتماعية واللقب العلمي)، وهي كالآتي:

أولاً: لا توجد فروق إحصائية في إجابات المبحوثين/ت على وفق متغير الجنس.

ثانياً: لا توجد فروق إحصائية في إجابات المبحوثين/ت على وفق متغير الحالة الاجتماعية.

ثالثاً: لا توجد فروق إحصائية في إجابات المبحوثين/ت على وفق متغير العمر.

رابعاً: لا توجد فروق إحصائية في إجابات المبحوثين/ت على وفق متغير اللقب العلمي.

مجتمع البحث:

مجتمع البحث هم تدريسيي الجامعة التقنية الوسطى وبلغ عددهم (٣٢١٨) تدريسيي وتم اختيار عينة عشوائية من التدريسين العاملين في الجامعة التقنية مقدارها (٢٠٠) تدريسيي وزعت عليهم استمارات استبيان

الفصل الثاني

الاطار النظري

أولاً: تعريف الصورة الذهنية.

تعرف عملية تكوين الصورة الذهنية سيكولوجيا بأنها إحساسات تكونت في الذاكرة بعدما أزيلت المؤثرات التي تسببت بها، فمعجم العلوم السلوكية يعرفها " بأنها نسخة ذهنية تنبع من ذاكرة تجربة حسية في غياب التحفيز الحسي" وتعرف أيضا بأنها " خبرة ذهنية في غياب المؤثر الحسي" كما إن الاختلاف بين الصورة والأحاسيس الأصلية هي كمية Quantity وليس نوعية Quality وان الصور التي نستدعيها من خبراتنا هي اقل شدة من المثير، إن الإدراك الحسي هو صورة معادة إلى صورة خاصة تؤطرها^(١).

اما تعريف الدكتور علي عجوة فيشير الى (انها الناتج النهائي للانطباعات الذاتية التي تتكون عند الافراد والجماعات ازاء شخص معين أو نظام ما أو شعب أو جنس بعينه، أو منشأة أو مؤسسة أو منظمة محلية أو دولية أو مهنية معينة يمكن ان يكون له تأثير على حياة الإنسان وتتكون هذه الانطباعات في ضوء التجارب المباشرة وغير المباشرة وترتبط هذه التجارب بعواطف الافراد واتجاهاتهم وعقائدهم، وبغض النظر عن صحة أو عدم صحة المعلومات التي تتضمنها خلاصة هذه التجارب فهي تمثل لأصحابها واقعا صادقا ينظرون في ضوءها الى ما حولهم ويفهمون ويقدررون على اساسه)^(٢).

وقد عرفت الصورة بانها مفهوم عقلي شائع بين افراد جماعة معينة يشير الى اتجاه هذه الجماعة الاساسي نحو شخص معين أو نظام ما أو طبقة بعينها أو جنس بعينه أو فلسفة سياسية، أو قومية معينة أو أي شيء بعينه فالكون المعرفي للاتجاهات تتمثل في الصورة التي توجد لدى أشخاص عن بعض الأشخاص والتي توقظ حين استدعائها أو تشكل مشاعر

أو احاسيس معينة (المكون المعرفي) ثم تدفع باتجاه سلوكيات معينة (المكون السلوكي) وهذا يعني من ثم مكونات الاتجاه هو ذاتها مكونات الصورة الذهنية بين الافراد والمجموعات يعود لاختلاف اتجاهاتهم^(٣).

إن الصورة الذهنية التي تتكون لدى الأفراد عن المؤسسات المختلفة تتوقف قوتها أو ضعفها تبعاً لدرج الاتصال بينهم وبين تلك المؤسسات، ومدى اهتمامهم بها أو تأثرهم بنشاطها، ويمكن التعرف على هذه الصور وقياس التغيرات التي تطرأ عليها رغم هذه التغيرات تكون غالباً بطيئة، كما انه من الطبيعي أن يصعب على الفرد تكوين صورة عن شيء لم يعرفه، فإن الصور التي تتكون عن أشياء بعيدة غالباً ما تكون ضعيفة وقابلة للتغير^(١).

وان الصورة كذلك تُعدّ "أحدى القوى النفسية أو البدنية التي تُحدد اتجاهات الفرد وأنماط سلوكه، وهي قابلة للتغيير؛ لأنها عملية ديناميكية تتغير وتتبدل بحسب تطور الواقع الاجتماعي وتغير الأوضاع الاقتصادية والأوضاع السياسية والثقافية، غير ان ذلك لا يعني بالضرورة فقدانها لصفة الثبات، ولاسيما اذا كان الجمهور يعيش جواً اتصالياً تتوافق فيه الرسائل التي يتلقاها مع الصورة الذهنية التي يحملها إزاء الأشياء، وهذا بالضرورة يؤدي إلى ثبات ورسوخ الصور التي تكونت سابقاً^(٢).

وتحمل وسائل الاتصال الجماهيري عبر اللغة رسائل تنطوي على صوراً ذهنية وانطباعات وكلها تعبر عن تصور فكري مجرد لشيء ما أو فئة من الأشياء ورغم أن الصور التي تقوم على أساس المدركات الماضية فهي ليست مجرد انعكاسات لهذه المدركات وقد تظهر بوضوح بعض مظاهر المدركات بينما يغمض البعض الآخر، كما يعود تفسير مدركات أخرى إلى تنظيم الصورة.

ولا تقوم الصورة ضرورة على أساس المدركات المباشرة للشيء فقد تقوم للموارد على البيانات غير مباشرة بينها الخيال، والصورة قد تكون مرئية أو سمعية أو ملموسة أو لفظية. وبعد النظر عن نوع الصورة فإن اللغة مهمة دائماً في تكوين الصورة، لأن اللغة تشكل المدركات الأصلية التي تقوم على أساسها الصورة وتزود الفرد بالوسائل التي تساعد على تذكر هذه المدركات^(٣). وتكتسب الصورة الذهنية تجاه المؤسسات والدول والحكومات والشخصيات أهمية خاصة من خلال تأثيرها في الرأي العام السائد نحو مختلف الجوانب ذات

العلاقة بالمنظمة، حيث تقوم الصورة من خلال تأديتها لوظائفها النفسية والاجتماعية بدور رئيسي في تكوين الرأي العام وتوجيهه باعتبارها مصدر آراء الناس واتجاهاتهم وسلوكهم^(٤).

ثانياً: وظائف الصورة الذهنية

١- تؤدي الصورة الذهنية إلى الاقتصاد بالمجهود بمعنى توفير الوقت والجهد اللازمين لفهم وتغيير حدث ما أو شيء ما يعده الفرد جديداً، فالصورة تساعد الأفراد في تفسير الأحداث الجديدة في ضوء خبراتهم القديمة لأنها توفر أسس التعامل مع الآخرين عن طريق توفيرها لتوقعات الآخرين ودوافعهم وسلوكهم وطريقة تفكيرهم^(١).

٢- تسهل الصورة الذهنية عملية الإدراك لدى الأفراد وتزيد من قدرتهم على فهم واستيعاب المعلومات والمنبهات المحيطة بهم عن طريق دمجها في أذهانهم^(٢).

٣- تزيد الصورة الذهنية من تقدير الذات للفرد في جماعته الاجتماعية فالصور الإيجابية عن الجماعة التي ينتمي إليها قد تزيد من تقديره لذاته^(٣).

٤- تساعد الصورة الذهنية في تحديد كيفية تصرف الفرد عندما يواجه موقفاً يخاف منه ولا يعرف كيف يتصرف فيه، ومن ثمَّ فإن الصورة الذهنية يمكن أن تساعد في اتخاذ موقف محدد طبقاً لانتماء الفرد إلى جماعة ذات سمات معينة^(٤).

ثالثاً: مصادر تكوين الصورة الذهنية^(٥):

١. الخبرة المباشرة.

إن احتكاك الفرد اليومي بغيره من الأفراد والمؤسسات والأنظمة والقوانين يعد مصدراً مباشراً ومؤثراً لتكوين الانطباعات الذاتية عن شخص أو منظمة أو فكرة أو دولة، وهذه الخبرة المباشرة (Direct Experience)) أقوى في تأثيرها على عقلية الفرد وعواطفه إذا أحسن توظيفها وهذه مهمة أجهزة العلاقات العامة في تعاملها المباشر.

إذ يقوم رجال العلاقات العامة - ومقدمي الخدمات في الوزارات والهيئات والمنظمات الرسمية وغير الرسمية دوراً مهماً في تكوين هذه الانطباعات التي تشكل الصورة الذهنية لدى الآخرين. وبخاصة لدى الجمهور الأجنبي الذي يزور المملكة لأغراض العمل أو السياحة أو العمرة والزيارة والحج والتجارة والعلاقات الدبلوماسية وغيرها. وبخاصة إذا تم

وضع برامج عمل معينة لبناء الصورة الطيبة والمرغوبة عن المملكة في برامج هذه الأجهزة وكانوا على وعي بها.

إن منفذي برامج وأنشطة العلاقات العامة في المؤسسات والوزارات والهيئات السعودية بوسعهم رسم الصور الذهنية التي يريدونها عن أنفسهم وعن وطنهم لدى الضيوف القادمين من الخارج. إذا أدركوا أن جهودهم وأنشطتهم مؤدية بالنهاية إلى انطباع لدى الأفراد المتعاملين مع هذه الأجهزة وهذه الانطباعات هي الصورة الذهنية التي تكونت لدى الضيوف عن وطنهم.

إن الوفود والأفراد الذين يحلون ضيوفاً على المملكة في كل المناسبات والأوقات على مدار العام يمكن أن يكون للعلاقات العامة معهم تواصل بشكل ما وإن النموذج الذي يؤديه رجل العلاقات العامة لا يمثل نفسه كفرد بل يمثل دولة وثقافة ومجتمع ودين ونمط حياة لا ينسى بسهولة لدى الضيوف. إنها فرصة وتحدي في وقت واحد لأجهزة العلاقات العامة.

٢. الخبرة غير المباشرة

إن ما يتعرض له الفرد من رسائل شخصية يسمعها من أصدقاء أو عبر وسائل الإعلام عن مؤسسات وأحداث وأشخاص ودول لم يرههم ولم يسمع منهم مباشرة تعد خبرة منقولة وفي هذا النوع من الخبرة تلعب وسائل الإعلام المسموعة والمرئية دوراً أساسياً في تكوين الانطباعات التي يشكل الناتج النهائي لها الصورة الذهنية.

رابعاً: العلاقات العامة وصورة المؤسسة

إن دور العلاقات العامة في تكوين الصورة الذهنية يظهر بوصفه من العوامل المؤثرة في تكوين الصورة أثناء مراحل تكوينها، إذ تسهم العلاقات العامة في تشكيل انطباعات لدى الجمهور عن طريق رسائلها الاتصالية الهادفة إلى نشر المعلومات والحقائق والأعمال التي تم إنجازها في ضوء تحقيق مصلحة الجماهير، وتشكل هذه الانطباعات أساس تكوين الصورة التي تكون مخزنة في الذهن لغاية استحضارها عن طريق التعرض لمنبه ما، ولقد أصبحت عبارة "الصورة الذهنية" متداولة ومعروفة في حياتنا اليومية على الرغم من حداثة التركيب الاصطلاحي في حياتنا العامة ولا نبالغ إذا قلنا: إن ذلك رافق انتشار مهنة العلاقات العامة في عالم الأعمال والمجتمع^(١).

وان للصورة الذهنية اهمية خاصة في عمل المنظمات والمؤسسات، وعلى مختلف جوانب انشطتها، وترجع هذه الاهمية إلى دور الصورة بالتأثير على الرأي العام السائد نحو مختلف الجوانب ذات العلاقة بالمنظمة، اذ تلعب دوراً في تكوين ذلك الرأي وتوجيهه عن طريق تأديتها لوظائفها النفسية والاجتماعية، مكونة بذلك مصدر آراء الناس واتجاهاتهم وسلوكهم^(١)، إذ تحقق الصورة الذهنية للفرد اكبر قدر من التكيف مع اوضاع الحياة، عن طريق تقديم أطر جاهزة للفرد تكفل لهم التعامل مع الاخرين، والتنبؤ بسلوكهم دون الحاجة إلى جهدٍ لإستغراق النظر في خصائصهم الفردية، كما انها تسهم في تفسير مواقف الفرد وآرائه وانماط سلوكه في الحياة الاجتماعية وفلسفته في الحياة، نتيجة لإرتباطها بقيمه ومعتقداته وثقافته^(٢)، ولهذا أصبح تكوين صورة طيبة هدفًا تسعى إلى تحقيقه مختلف الجهات من المنظمات، وحتى الدول وذلك عن طريق الإداء الطيب الذي يتفق مع احتياجات الجماهير وتطلعاتهم المؤثرة والمتأثرة بسياسة الفرد أو تلك الجهات، كما انها أدركت أهمية دراسة صورتها السائدة في أذهان الجماهير، والعمل على رسم السياسات والخطط التي من شأنها تكوين الصورة الطيبة التي تتمناها مختلف تلك الجهات والقيادات المختلفة^(٣).

وان الجهود الاتصالية التي تقوم بها المنظمات المختلفة لبناء الصورة الذهنية الايجابية لا تحدث في ليلة واحدة بل تحتاج العلاقات العامة إلى جهد طويل لبنائها، فالصورة الذهنية تحتاج إلى تراكم تأثير الجهود الاتصالية المتعددة، وتحتاج أي قيادة إلى جهود اتصالية متواصلة ومستمرة للمحافظة على المكانة التي اكتسبتها وعلى صورتها الذهنية الايجابية لدى الجماهير، وتحتاج أيضاً إلى المزيد من الجهد لتدعيم الصورة الايجابية والمحافظة عليها لان عملية التذكر لدى الفرد تتميز بالتناقص مع الزمن ويميل الفرد إلى النسيان بدرجة كبيرة^(٤).

عوامل بناء الصورة الذهنية للمؤسسة:

ان الصورة الذهنية للمؤسسة تتأثر بعدة عوامل بعضها يتعلق بالمؤسسة نفسها، والبعض الاخر يتعلق بالجمهور، وكلاهما يتأثر بالخصائص الاجتماعية والثقافية للمجتمع الذي تعمل فيه المؤسسة، ويمكن اجمال العناصر التي تؤثر في تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسة فيما يلي^(١):

أولاً: عوامل شخصية: تتمثل بالسمات الذاتية لشخصية المستقبل للمعلومات كالتعليم والثقافة والقيم والاتجاهات... الخ، كما تتضمن الاتصالات الذاتية للفرد وقدرته على تلقي وتفسير المعلومات الخاصة بالمؤسسة وتكوين ملامح الصورة الذهنية عنها، كما تعد درجة دافعية الفرد واهتمامه بالمعلومات المقدمة عن المؤسسة عاملاً رئيساً في متابعة اخبار المؤسسة وصولاً الى تشكيل صورة ذهنية عنها.

ثانياً: عوامل تنظيمية: وتشمل استراتيجية ادارة المؤسسة التي تعكس فلسفة وثقافة المؤسسة والاعمال الحقيقية التي تقوم بها، فضلاً عن شبكة الاتصالات الكلية للمؤسسة والتي تشمل كل الاتصالات الداخلية والخارجية مع الجمهور، كما ان للرسائل الاتصالية عن المؤسسة والمنقولة عبر وسائل الاعلام الجماهيرية دور مهم في تشكيل انطباعات الجمهور عن المؤسسة وهذا ينطبق الى حد كبير على الاتصالات الشخصية المباشرة بين العاملين بالمؤسسة والجمهور الخارجي، وتسهم الاعمال الاجتماعية التي تقوم بها المؤسسة لخدمة المجتمع في كسب ود تلك الجماهير وصولاً الى بناء الصورة المرغوبة للمؤسسة.

ثالثاً: عوامل اعلامية: ان التغطية الاعلامية للأحداث الخاصة بالمؤسسة في وسائل الاتصال الجماهيرية ومدى سلبيتها او إيجابيتها، وحجم الاهتمام الذي توليه تلك الوسائل لأخبار المؤسسة فضلاً عن الجهود الاعلامية للمؤسسات المنافسة لها تأثير كبير على صورة المؤسسة لدى جماهيرها المختلفة.

رابعاً: عوامل اجتماعية: تتضمن تأثير الجماعات الاولية كالاسرة والاصدقاء والمدرسة على الفرد اثناء تبادلهم المعلومات في اتصالاتهم الشخصية عن المؤسسة، كما ان لثقافة المجتمع الذي يعيش فيه الافراد والقيم السائدة فيه وقادة الرأي تأثير كبير على اتجاهات الجماهير نحو المؤسسة^(١).

وما تقدم يمكننا القول ان تكوين الصورة الذهنية هي عملية حركية تتغير وتبدل بحسب تطور الواقع الاجتماعي وتغير الاوضاع الاقتصادية والظروف السياسية والثقافية، لذلك فهي لا تتصف بالثبات والجمود وانما تتسم بالمرونة والتفاعل المستمر فتتطور وتنمو وتتسع وتتعدد وتعمق وتقبل التغيير طوال الحياة^(٢).

الجامعة التقنية الوسطى

تأسست الجامعة التقنية الوسطى عام ٢٠١٤ بعد ان تحولت هيئة التعليم التقني التي كانت تعرف سابقا باسم هيئة المعاهد الفنية عام ١٩٨٨ ثم هيئة التعليم التقني عام ٢٠٠١ الى ٤ جامعات تقنية في القطر، وتقع رئاسة الجامعة التقنية الوسطى في مجمع الكليات والمعاهد التقنية في الزعفرانية وتضم ١٦ تشكيل علمي منه ٥ كليات و ١١ معهدا تقنيا بالاختصاصات الطبية والتكنولوجية والإدارية والفنون التطبيقية ١ وتمتلك الجامعة ٣٢١٨ تدريسي

يعكس التعليم التقني مساراً ذا خصوصية متميزة بالمقارنة مع بقية أنماط التعليم العالي لارتباطه المباشر بالواقع الاجتماعي والاقتصادي من جهة والتطور التكنولوجي المتسارع الذي يواكب حاجات المجتمع من جهة أخرى في إطار الحاجة إلى إعداد وتهيئة قوة عمل بمستويات تقنية مؤهلة وقادرة على التعامل مع التطورات التقنية التي يتوقع إن يزداد دورها في القرن الحالي.

وتكمن رؤية الجامعة من خلال الريادة والتميز في مجال التعليم التقني والبحث العلمي والاهتمام بجودته لبناء مجتمع معرفي.

اما الرسالة فهي توفير بيئة تعليمية وبحثية تقنية محفزة للتعليم والابداع تسهم بإعداد خريجين ذو كفاءة عالية وتحقيق التوأمة العلمية المحلية والدولية الفاعلة وتعزيز الشراكة مع قطاعات المجتمع والمؤسسات الدولية في المجالات ذات الصلة وبخصوص الاهداف فهي عديدة منها اعداد ملاكات كفؤة ومنتجة تمتلك مهارات التفكير والابداع والتعلم تلبى حاجات المجتمع ومتطلبات سوق العمل وتساهم في تحقيق التنمية والتطور لمختلف المجالات والاهتمام بالبحث العلمي وتهيئة البيئة الداعمة لأجراء البحوث التطبيقية عالية الجودة على المستوى المحلي والاقليمي والدولي والتي تساهم في معالجة المشكلات التي تعاني منها قطاعات سوق العمل وتطوير المناهج والخطط الدراسية لمواكبة التطورات السريعة في الميادين التقنية والعلمية لتلبية متطلبات سوق العمل الحالية والمستقبلية وتحقيق معايير الجودة في الانشطة التعليمية والبحثية والتنظيمية وتطوير ملاكات الجامعة التدريسية والفنية والادارية بما يضمن تحقيق التميز بالأداء وترسيخ ثقافة التعليم المستمر لفئات المجتمع المختلفة وتحقيق متطلباته فضلا عن تقديم الخدمات والخبرات الاستشارية لحل مشكلاته وتطوير برامج

والتواصل مع المؤسسات العلمية داخل وخارج العراق وتبادل الخبرات والمعلومات على وفق الاهداف المشتركة والتوسع ببرامج الدراسات الجامعية الاولية والعليا واستحداث التخصصات الجديدة ومواجهة حافات العلوم في العالم.

الفصل الثالث

الاطار الميداني

في الاطار الميداني تم اعداد استمارة استبيان لمعرفة الصورة الذهنية للجامعة التقنية الوسطى لدى التدريسيين العاملين فيها وتم اختيار عينه عشوائية من التدريسيين بواقع (٢٠٠) تدريسي من الكلي البالغ عددهم (٣٢١٨) وبعد تحليل الاجابات كانت كالتالي:

١- اظهرت اجابات المبحوثين حول رئاسة الجامعة وهل تؤدي دورها في الادارة الصحيحة للجامعة كانت الإجابة يرى ٦٧,٨٪ من المبحوثين انها تؤدي الدور بشكل جيد في حين حصلت اجابات المبحوثين انها لا تؤدي دورها ١٩,٤٪ ومن لا رأي لهم على النسبة ١٣٪ نجد من اجابات المبحوثين ان ما يقارب ٧٠٪ من التدريسيين يرون ان رئاسة الجامعة تؤدي دور جيد في ادارة الجامعة.

٢- بينت اجابات المبحوثين حول مدى الاهتمام بالتدريسيين اعلاميا كانت الاجابات: ٤٢٪ يرون ان الجامعة مهتمة بالتدريسيين اعلاميا ونسبه لا رأي لي ٢٥,٨٪ في حين حصلت غير موافق على النسبة وهي ٣٢,٢٪ نستنتج من الإجابة ان الدور الاعلامي سلبي حيث ان اكثر من نصف المبحوثين غير راضين عليه.

٣- اتضح من اجابات المبحوثين حول مدى متابعتهم للإصدارات الإعلامية للجامعة كانت الاجابات النسبة الاعلى كانت موافق وهي ٧١٪ وهم يتابعون اصدارات الجامعة ونسبه غير موافق ١٩,٣٪ بينما كانت نسبه لا رأي لي ٩,٦٪ في حين عند سؤال المبحوثين حول مدى تواصل الجامعة مع وسائل الاعلام حصلت موافق على ٦٤,٥٪ في حين جاءت بعدها لا رأي لي بنسبه ١٩,٤٪ وحصلت نسبه موافق جدا والغير موافق نفس النسبة ١٦,١٪ نجد ان النسبة مقبولة تقريبا.

٤- تبين من اجابات المبحوثين حول التخطيط وهل تضع الجامعة خطط محددة لتنمية

البحث العلمي لدى تدريسيها كانت الإجابة ٦١،٢٪ موافق و ٣٢،٣٪ غير موافق في حين ولا رأي لي حصلت على ٦،٤٪. نجد من الاجابات ان ثلث المبحوثين يرون ان الجامعة لا تركز علة البحث العلمي.

٥- واجاباتهم هل يوجد لدى الجامعة اليات تعاون مع الجامعات المحلية والعالمية كانت الاجابات. ٥٤،٨٪ موافق في حين حصلت غير موافق على النسبة وهي ٣٨،٨٪ في حين حصلت لا رأي لي على ٦،٤٪. نجد من اجابات المبحوثين ان ٥٥٪ من المبحوثين يرون الجامعة فاعله في هذا المجال.

٦- اظهرت تقديم الجامعة التقنية الدعم للتدريسيين الجدد كانت النسبة الاعلى للذين يؤكدون على ان الجامعة لا تقدم الدعم وبنسبه ٤٢٪ في حين كانت نسبه لا رأي لهم بنسبه ٢٩٪. ومن يرون ان الجامعة تقدم الدعم كانت نسبتهم ٢٩.٢٪

٧- تبين تشجع الجامعة التدريسيين للقيام بأبحاث مشتركة مع زملائهم في مؤسسات تعليمية اخرى محليه وعالميه كانت الاجابات الاعلى تؤيد بنسبه ٥١.٥٪ في حين من لا يؤيد ٤٢.١٪ ومن لا رأي لهم ٦.٤٪

٨- اظهرت تبني الجامعة علاقات ايجابية مع القطاع الصناعي المحلي كانت اجابات المبحوثين ٤١.٩٪ يرون انها تقيم علاقات ايجابية في حين يرى ٣٥.٥٪ انها لا تقيم علاقات و ٢٢.٦٪ لا رأي له

٩- اتضح يمكن الوثوق بمستوى خريجين الكليات والمعاهد التابعة للجامعة ٥٧.٩٪ يثقون بالخريجين و ٢٦٪ لا يثقون و ١٦.١٪ لا رأي لهم

١٠- اشارت من الانسب ان يقتصر الالتحاق بأحدي كليات ومعاهد الجامعة على خريجي المدارس المهنية ٦٤.٦٪ لا يؤيدون الفكرة و ٣٢.٢٪ يؤيدون و ٣.٢٪ لا رأي لهم.

١١- تعتقد ان مخرجات الجامعة من الطبقات المثقفة بالمجتمع ٤٨.٤٪ يعتقدون انهم من الطبقة المثقفة و ٢٩٪ لا يعتقدون و ٢٢.٦٪ لا رأي لهم

١٢- توسع قاعدة التعليم التقني دليل على تقدم وازدهار البلد ٧٤.٢٪ يرى ذلك و ١٢.٨٪ لا يرون ذلك و ١٣٪ لا رأي لهم

- ١٣- هل تضمن الجامعة التقنية مستقبل جيد لطلبتها ٤٨.٥٪ غير موافقين انها تضمن مستقبل جيد ٢٩٪ لا رأي لهم و ٢٢.٥٪ ترى ان الجامعة تضمن مستقبل جيد للطلبة.
- ١٤- مخرجات الجامعة التقنية ثروة علمية ينبغي الحرص على ديمومتها ٥٨٪ تؤيد الكلام ٢١.٦٪ لا تؤيد الكلام و ١٩.٤٪ لا رأي لها.
- ١٥- كوادر الجامعة امامها المجال الرحب لتطبيق فنون العلم الحديث ٦١.٤٪ تؤيد الكلام ٢٥.٨٪ لا رأي لها ١٢.٨٪ غير موافقة.
- ١٦- تقدم الجامعة اسلوب جيد لا اختزال المسافة بين الاطار النظري للعلوم المختلفة والمجال التطبيقي لها ٦٧.٧٪ تؤيد ١٩.٤٪ لا رأي لهم ١٢.٨٪ لا يؤيدون.
- ١٧- تساهم الجامعة في اكساب طلبتها مهارات تسهم في رفع مستوى الانتاج كما ونوعا ٦٤.٤٪ توافق على الرأي ١٩.٤٪ لا توافق ١٦.٢٪ لا رأي لهم
- ١٨- هل تعتقد ان اول اختيار للطالب الى الالتحاق لأحدى كليات ومعاهد الجامعة ٤٨.٤٪ لا تؤيد هذا الكلام ٢٩٪ لا رأي لها ٢٢.٦٪ توافق الكلام
- ١٩- الاهتمام بمخرجات الجامعة التقنية يسهم في بناء اقتصاد البلد ٧٤.٤٪ تؤيد هذا الرأي ١٦٪ لا تؤيد ٩.٦٪ لا رأي لها.
- ٢٠- هل تشعر بتقدير عالي لمنتسبين الجامعة التقنية ٤١.٩٪ لا رأي لهم ٣٢.٢٪ لا تؤيد و ٢٥.٩٪ تؤيد.
- ٢١- هل تحتوي الجامعة التقنية التخصصات النوعية المهمة لتطوير البلد ٧٠.٩٪ تؤيد هذا الرأي و ٢٥.٩٪ لا رأي لها ٣.٢٪ غير مؤيدة
- ٢٢- تعتقد ان العمل في الجامعة التقنية يحتاج الى ثقافة اكثر في العمل بالجامعات او الهيئات الاخرى ٦١.٢٪ تؤيد ١٩.٤٪ لا رأي لها ونفس النسبة لا تؤيد
- ٢٣- تنطلق الجامعة التقنية لأعداد القوة العاملة لتحقيق مشاريع القطر التنموية ٥٤.٨٪ تؤيد الكلام ٢٤.٧٪ لا تؤيد الكلام ١٩.٥٪ لا رأي لها
- ٢٤- هل تولي الجامعة التقنية اهتماما بتدريسها عن طريق نشر بحوثهم العلمية

- ونشاطاتهم ٥٤.٨% تؤيد الكلام ٢٩.١% لا تؤيد ١٦.١% لا رأي لها
- ٢٥- تحاول الجامعة استقطاب المهارات البشرية وجذب الكفاءات من اساتذة وطلاب
٥١.٦% تؤيد ٣٢.٢% لا تؤيد ١٦.٢% لا رأي لها
- ١٦- تهتم الجامعة التقنية بتطوير مناهجها لتناسب مع التكنولوجيا الحديثة ٥٧.٩% تؤيد
٢٩.١% لا تؤيد ١٣% لا رأي لها
- ١٧- تهتم الجامعة التقنية بتنمية مهارات تدريسيها بصورة مستمرة ٤٨.٥% تؤيد ذلك
٢٨.٩% لا تؤيد ٢٢.٦% لا رأي لها.
- ١٨- تحرص الجامعة التقنية على استخدام الطرق الحديثة للتعليم في الكليات والمعاهد
التابعة لها ٥١.٦% تؤيد ٢٩% لا رأي لها ١٩.٤% لا تؤيد.
- ٢٩- الجامعة التقنية حريصة على تطوير قدرات طلبتها ٥٥% تؤيد ذلك ٢٩% لا رأي لها
١٦% لا تؤيد.
- ٣٠- الالتحاق بالمؤسسات التابعة للجامعة هو طريق الطلبة المبدعين ٤١.٨% تؤيد
٣٥.٦% لا رأي لها ٢٢.٦% لا تؤيد.

نتائج البحث:

هدف البحث الى التعرف على الصورة الذهنية للجامعة التقنية الوسطى لدى التدريسيين العاملين فيها وقد افادت المعالجة الاحصائية بان المتوسط الحسابي لدرجة افراد عينة البحث الحالي البالغ عددهم (٢٠٠) تدريسي وتدرسية كان مقداره (٩٩.٨١) وبانحراف معياري مقداره (٢٢.٨٣) وعند مقارنة هذا المتوسط بالمتوسط الفرضي للمقياس الذي بلغ (٩٦) باستعمال الاختبار التائي لعينة واحدة t-test لاختبار الفرق بينهما. اظهرت النتائج ان القيمة التائية المحسوبة (٢.٣٥٦) وعند مقارنتها بالقيمة الجدولية (١.٩٦) وبدرجة حرية (١٩٩) عند مستوى ٠.٠٥ كانت اكبر من الجدولية وذات دلالة احصائية مما يشير الى ان عينة البحث لديهم صورة ذهنية ايجابية بصورة عامة عن الجامعة التقنية الوسطى.

١- توجد فروق ذات دلالة احصائية تبعا لمتغير الجنس ولصالح الاناث لان متوسطهم البالغ (١٠٦.٠٥٠٠) اكبر من متوسط الذكور البالغ (٨٩.٨٤٦٢)، إذ بلغت القيمة

- ١- النائية المحسوبة (٥.١٧٨) بدرجة حرية (١٩٨) عند مستوى دلالة ٠.٠٥ وهي اكبر من القيمة الجدولية البالغة (١.٩٦).
- ٢- لا توجد فروق ذات دلالة احصائية تبعا لمتغير العمر اذ بلغت القيمة الفائية المحسوبة (١.٤٥٦) وبدرجتي حرية (٣ و١٩٦) عند مستوى دلالة ٠.٠٥ وهي اصغر من القيمة الفائية الجدولية البالغة (٣.٠٤).
- ٣- لا توجد فروق ذات دلالة احصائية تبعا لمتغير اللقب العلمي اذ بلغت القيمة الفائية المحسوبة (١.٢٨٨) وبدرجتي حرية (٣ و١٩٦) وهي اصغر من القيمة الفائية الجدولية البالغة (٣.٠٤) عند مستوى دلالة ٠.٠٥.
- ٤- لا توجد فروق ذات دلالة احصائية تبعا لمتغير الحالة الاجتماعية اذ بلغت القيمة الفائية المحسوبة (٠.٢٩٣) وبدرجتي حرية (٣ و١٩٦) وهي اصغر من القيمة الفائية الجدولية البالغة (٣.٠٤) عند مستوى دلالة ٠.٠٥.
- ٥- نجد من اجابات الباحثين ان اغلب التدريسيين يرون ان رئاسة الجامعة تؤدي دور جيد في ادارته الجامعة.
- ٦- اغلب الباحثين غير راضين عن الاداء الاعلامي للجامعة.
- ٧- الاغلب يرون ان الجامعة تكسب طلبتها مهارات يمكن ان تسهم في رفع الانتاج كما ونوعاً.
- ٨- الاغلب يرى ان الجامعة تضع خطط لتطوير البحث العلمي وتدعم التعاون بين المؤسسات والباحثين لتطوير البحوث.
- ٩- مخرجات الجامعة التقنية ثروة علمية ينبغي الحرص على ديمومتها.
- ١٠- تحرص الجامعة التقنية على استخدام الطرق الحديثة للتعليم وتطوير مناهجها بما يواكب التكنولوجيا الحديثة وتنمية مهارات تدريسيها لتطوير قدرات طلبتها.
- ١١- الاغلب مؤمنون ان توسع قاعدة التعليم التقني دليل على تقدم وازدهار البلد.
- ١٢- يعتقد اغلبهم لا تقدم الجامعة التقنية الدعم للتدريسيين الجدد.

(٥٥٠)..... الصورة الذهنية للجامعة التقنية الوسطى لدى تدريسيي الجامعة

١٣- يمكن الوثوق بمستوى خريجين الكليات والمعاهد التابعة للجامعة وأنهم من الطبقة المثقفة بالمجتمع.

١٤- الاغلب مؤمن من تقديم الجامعة اسلوب جيد لا اختزال المسافة بين الاطار النظري للعلوم المختلفة والمجال التطبيقي لها.

١٥- ما يقارب النصف لا يرى تقدير كافي للعاملين بالجامعة التقنية الوسطى.

١٦- الاغلب يعتقد ان العمل في الجامعة التقنية يحتاج الى ثقافة اكثر في العمل بالجامعات أو الهيئات الاخرى.

التوصيات:

١- الاهتمام بالأعلام والعلاقات العامة لما له من دور في تحسين صورة الجامعة والحفاض على تلك الصورة.

٢- على الادارة العليا في الجامعة ان تكون قريبة اكثر من التدريسين وتستخدم سياسة الباب المفتوح لتشعرهم بالاهتمام.

٣- على الجامعة ان تكون قريبة من وسائل الاعلام الجماهيرية لتغطية نشاطاتها لكي يشعر التدريسيون بأهمية المؤسسة التي ينتمون لها.

٤- تفعيل الموقع الالكتروني للمؤسسة ليكون هوة حلقة الوصل بين التدريسين ومركز القرار بالجامعة.

Abstract:

Since public relations are primarily concerned with the study of relations and contacts within and outside the institution, it is necessary that their interests include the study of groups, social organizations, administrative activities, public attitudes and political and economic systems, in order to secure opportunities to gain public support and influence the public opinion. Facts and objective views. The concept of quality plays an important role in the service institutions, including the university education institutions such as the Central Technical University, as this concept is a means to meet the needs

and expectations of the internal public (students - faculty members - the administrative body) And the external public (such as relevant government institutions and stakeholders), whether internal or external, current or anticipated. Here comes the importance of public relations in building the mental image of the institution.

The importance of universities in society is great because of its role in providing other institutions with cadres that contribute to the building of society and the state. And these universities need to work in order to show that importance to the public and in particular the internal audience represented by the employees of the institution of teachers, administrators and technicians in order to increase the sense of belonging to the University and work to make it successful and improve its image. This research talked about the mental image of the Central Technical University in the minds of teaching. On the methodological framework that dealt with the problem of research and the purpose of research and the importance of research and the research community and his research, either theoretical framework that began with the concept of mental image and image functions and sources of composition and the most important elements that affect the formation of mental image personal factors And the factors of the media and social factors, as well as talk about the Central Technical University. The field framework was the analysis of a form distributed to a group of teachers the same research and after analyzing the researcher came out with several results, including the role of the media university was negative in their opinion and that the senior management in the university plays its role well And that it supports the new teachers and other results that the university is keen to use modern methods of education in line with technology and at the end of the research we made a set of recommendations that could contribute to the development of media and public relations and strengthen the mental image.

هوامش البحث

- (١) سناء محمد سليمان، مناهج البحث العلمي في التربية وعلم النفس والمهارات الاساسية، عالم الكتب، القاهرة، ص٤٧.
- (١) زينة عبد الستار الصفار، مجلة الباحث العلمي، عدد 2، حزيران، 2006 ص٧٦.
- (٢) د. علي عجوة، مصدر سابق، ص١٠.

- (٣) د. احمد زكي بدوي، معجم المصطلحات الاجتماعية، بيروت، مكتبة لبنان، ١٩٧٨، ص٨٦.
- (١) د. علي عجوة، العلاقات العامة والصورة الذهنية، عالم الكتب، ط١، القاهرة، ١٩٨٣ ص ٤.
- (٢) د. علي الشمري، الصورة الذهنية لمجلس النواب لدى الجمهور العراقي، مجلة الباحث الاعلامي، العدد(٣)، جامعة بغداد، ٢٠٠٧، ص٨٢.
- (٣) د.أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، بيروت، مكتبة لبنان 1978، ص86.
- (٤) د. جاسم طارش العقابي، العلاقات العامة الالكترونية، بغداد، مكتبة عدنان، ٢٠١٥، ص٢٨٥.
- (١) أيمن منصور ندا، الصورة الذهنية والإعلامية (عوامل التشكيل واستراتيجيات التغيير كيف يرانا الغرب)، القاهرة، دار الكتب المصرية، ٢٠٠٤، ص٩١، ص٩٢.
- (٢) شادن نصير، صورة الشرطة عند الجمهور، القاهرة، ايتراك للنشر والتوزيع، ٢٠٠٨، ص١٣٤.
- (٣) أيمن منصور، مصدر سابق، ص٩٢.
- (٤) سليمان صالح، وسائل الإعلام وصناعة الصورة الذهنية، الكويت، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ٢٠٠٥، ص١٧٠.
- (٥) د. عبد العزيز تركستاني، دور أجهزة العلاقات العامة في تكوين الصور الذهنية للمملكة، بحث منشور، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، السعودية، ٢٠٠٤، ص٢٤.
- (١) نزار مهيوب، الأسس السيكلوجية للعلاقات العامة، دمشق، سلسلة المعهد العربي، ٢٠٠٨، ص٥٧، ص٥٨.
- (١) د.وليد خلف الله، أخلاقيات مهنة العلاقات العامة في الوطن العربي، مصر، جامعة جنوب الوادي، ٢٠٠٨، ص٨٧.
- (٢) فهد عبد العزيز العسكر، الصورة الذهنية للصحافة والصحفيين لدى القراء السعوديين في المملكة العربية السعودية، رسالة ماجستير غير منشورة، الرياض، جامعة محمد بن سعود الاسلامية، ١٩٩١، ص٣٢-٣٣.
- (٣) سمير رحمانى، صورة اسرائيل بعد حربها الاخيرة على لبنان لدى الجزائريين، رسالة ماجستير غير منشورة، الجزائر، جامعة، محمد خضير بسكرة، ٢٠٠٨، ص٣٤.
- (٤) د.علي عجوة و كريمان فريد، إدارة العلاقات العامة بين الإدارة الإستراتيجية وإدارة الأزمات، ط٣، القاهرة، عالم الكتب، ٢٠٠٨، ص١٥٣.
- (١) د.علي عجوه، كريمان فريد، مصدر سابق، ص١٣٩-١٤٠.
- (٢) مهدي حسن زويلف، احمد القطامين، العلاقات العامة، عمان، دار حنين، ١٩٩٤ ص٦٩.
- (٣) د.علي عجوة، الصورة الذهنية والعلاقات العامة، مصدر سابق، ص١٢.
- (١) الموقع الالكتروني للجامعة التقنية الوسطى، www.mut.edu.ig