

2022

## The Image of Jordanian Universities among Arab Students

Ali Yahya Al Hadeed

Yarmouk University-Jordan, hadeedd@yu.edu.jo

Muna Saleh Al Tubishat

Yarmouk University- Jordan, muna.tubishat2@gmail.com

Follow this and additional works at: [https://digitalcommons.aaru.edu.jo/jaaru\\_rhe](https://digitalcommons.aaru.edu.jo/jaaru_rhe)



Part of the [Public Affairs, Public Policy and Public Administration Commons](#), and the [Public Relations and Advertising Commons](#)

---

### Recommended Citation

Al Hadeed, Ali Yahya and Al Tubishat, Muna Saleh (2022) "The Image of Jordanian Universities among Arab Students," *Journal of the Association of Arab Universities for Research in Higher Education* (مجلة اتحاد الجامعات العربية (للبحوث في التعليم العالي): Vol. 42: Iss. 3, Article 7.

Available at: [https://digitalcommons.aaru.edu.jo/jaaru\\_rhe/vol42/iss3/7](https://digitalcommons.aaru.edu.jo/jaaru_rhe/vol42/iss3/7)

This Article is brought to you for free and open access by Arab Journals Platform. It has been accepted for inclusion in Journal of the Association of Arab Universities for Research in Higher Education (مجلة اتحاد الجامعات العربية (للبحوث في التعليم العالي by an authorized editor. The journal is hosted on [Digital Commons](#), an Elsevier platform. For more information, please contact [rakan@aarj.edu.jo](mailto:rakan@aarj.edu.jo), [marah@aarj.edu.jo](mailto:marah@aarj.edu.jo), [u.murad@aarj.edu.jo](mailto:u.murad@aarj.edu.jo).

## الصورة الذهنية للجامعات الأردنية لدى الطلبة العرب The Image of Jordanian Universities among Arab Students

**Ali Yahya Al Hadeed**

Public Relations and Advertising Dep.  
Faculty of Mass Communication  
Yarmouk University/ Jordan  
[hadeedd@yu.edu.jo](mailto:hadeedd@yu.edu.jo)

**علي يحيى الحديد**

قسم العلاقات العامة والإعلان  
كلية الإعلام/جامعة اليرموك/الأردن  
[hadeedd@yu.edu.jo](mailto:hadeedd@yu.edu.jo)

**Muna Saleh Al Tubishat**

Faculty of Mass Communication  
Yarmouk University- Jordan  
[muna.tubishat2@gmail.com](mailto:muna.tubishat2@gmail.com)

**منى صالح الطبيشات**

باحثة في كلية الإعلام  
جامعة اليرموك – الأردن  
[muna.tubishat2@gmail.com](mailto:muna.tubishat2@gmail.com)

### Abstract

The study aims to identify the image of the Jordanian universities among Arab students, this study is considered of a descriptive studies that used the survey approach to obtain its results by applying the questionnaire tool to an purposive sample of (366) Arab students studying in the Jordanian universities. The results of the study were as follows: that the level of factors that contribute to the formation of the image of the Jordanian universities was high from the point of view of Arab students, and that the security and safety enjoyed by the Jordanian universities is one of the most important factors that contribute to the formation of the image of the Jordanian universities, in addition to the scientific and academic achievements that achieved by the Jordanian universities and the diversity of specializations in universities. It was also found that the sources of forming the image of the Jordanian universities were average from the Arab students' point of view, and it was found that the university's website and its pages on social media sites are among the most prominent sources of forming the image of Jordanian universities among Arab students, in addition to the presence of an average influence of friends and relatives who received their education in the Jordanian universities, and the researches published by faculty members on scientific research websites and engines.

**Key Words:** Image, Public Relations, Jordanian Universities, Higher Education, Arab Students.

### الملخص

هدفت الدراسة التعرف إلى الصورة الذهنية للجامعات الأردنية لدى الطلبة العرب، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدمت المنهج المسحي للحصول على نتائجها من خلال تطبيق أداة الاستبانة على عينة عمدية قوامها (366) طالبا وطالبة من الطلبة العرب الذين يدرسون في الجامعات الأردنية. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: أنَّ مستوى العوامل التي تسهم في تشكيل الصورة الذهنية للجامعات الأردنية جاءت مرتفعة من وجهة نظر الطلبة العرب، وأنَّ الأمن والأمان الذي تتمتع به الجامعات الأردنية هو أحد أبرز العوامل التي تسهم في تشكيل الصورة الذهنية للجامعات الأردنية، بالإضافة إلى الإنجازات العلمية والأكاديمية التي حققتها الجامعات الأردنية وتنوع التخصصات الموجودة في الجامعات. كما تبين أنَّ مصادر تكوين الصورة الذهنية عن الجامعات الأردنية جاءت متوسطة من وجهة نظر الطلبة العرب، وتبين أنَّ موقع الجامعة الإلكتروني وصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي تعد من أبرز مصادر تكوين الصورة الذهنية عن الجامعات الأردنية لدى الطلبة العرب، بالإضافة إلى وجود تأثير متوسط للأصدقاء والأقارب الذين تلقوا تعليمهم في الجامعات الأردنية، والأبحاث المنشورة لأعضاء هيئة التدريس على مواقع البحث العلمي ومحركاته.

**الكلمات المفتاحية:** الصورة الذهنية، العلاقات العامة، الجامعات الأردنية، التعليم العالي، الطلبة العرب.

## المقدمة

تشكّل الصورة الذهنية جُل اهتمام المؤسسات وتركيزها، في ظل التحديات والمتغيرات المتسارعة التي تواجهها، والمؤثرة على نجاحها أو فشلها، فهي المساهم الأكبر في بناء أواصر الثقة والاحترام مع الجماهير، وفي التأثير على سلوكهم، هذا وتعد هذه الصورة من أهم دعائم استمرار المؤسسات وتحقيق التقدم والتطور في أداؤها، والذي بدوره يسهم في تحقيق أهدافها، ويؤدي وظائفها ويقودها إلى تحقيق الإنجازات والنهوض بأعلى مستويات تخدم فيها توجهاتها وأهدافها ومصالحها، وترفع مستوى كفاءتها ويجعلها قادرة على المنافسة. "ولذلك فإنّ أي مؤسسة تسعى إلى تشكيل صورة ذهنية عن أهدافها وبرامجها وتطلعاتها، كما وتضطر إلى تحسين الصورة الذهنية التي تشكلت عبر الممارسة لدى الرأي العام وجماهير المؤسسة". (الجرايدة، 2013، 317).

وفي هذا الإطار تسعى مؤسسات التعليم العالي إلى تقديم الصورة المشرقة التي تعزز فيها علاقتها مع جماهيرها وتسهم في بناء تصورات إيجابية تحصل من خلالها على اهتمام وولاء الأفراد لها، هذا وتؤدي هذه الصورة الحسنة دوراً حيوياً له أهمية في تشكيل ميزة تنافسية ذات قيمة كبيرة تجذب الطلبة للدراسة فيها، حيث تهتم الجامعات في بناء وإيجاد علاقة ودية إيجابية مع الجماهير، إضافة إلى تظافر جهودها في سبيل تحقيق السمعة الطيبة عنها في أذهان الجماهير للوصول إلى الدرجة التي تكون فيها أكثر استقراراً للمحافظة على البقاء والاستمرار في ظل المتغيرات الديناميكية المتسارعة لمساعدتها على مواجهة المنافسة، وهو مطلب أساسي لجميع الجامعات المتميزة من أجل وضع الاستراتيجيات التي تخدم مصالحها وتحقق أهدافها المرجوة.

ومما لا شك فيه أنّ الصورة الإيجابية للجامعات الأردنية تَكُونُ مورداً مهماً، حيث يجب توجيه برامج هذه الجامعات وأنشطتها في رسم ملامح الصورة الذهنية، واستخدام أنجع الأساليب الفاعلة للاتصال والتواصل لبناء جسور الثقة والتفاهم مع الطلبة لتحسين العملية التعليمية مما يؤثر في تشكيل انطباعات طيبة تعزز فيها قيمة المؤسسة، وتضمن تحقيق الأهداف وبلوغها بتطبيق أعلى معايير التعليم العالي والمحافظة على جودة المخرجات، لتكون متناغمة مع توجهات الطلبة والتي تحصل على رضاهم وولائهم، مما يجعلها في الخيار الأول في جودة

التعليم والخدمة المقدمة مقابل منافستها مما يخلق التأثير المطلوب، وتقبل وتبني لهذه الجامعات بشكل أكبر والانتساب إليها. وفي هذا السياق جاءت ضرورة معرفة الصورة الذهنية المتكونة لدى الطلبة العرب، والجهود التي تبذلها الجامعات الأردنية في صياغة صورة لامعة لها تتمكن من خلالها لأداء دورها بكل كفاءة وفاعلية، على النحو الذي يحقق رسالتها، ويمكنها في الريادة والنهوض بهذه الجامعات على النحو الذي يحقق لها التميز ويجعلها محط اهتمام، ثم بالتالي يحقق القبول والاقتران بالخدمات التي تقدمها ويزيد رغبة هؤلاء الطلبة للالتحاق بها ويوطد من سمعتها، ويجعل لها مكانة مرموقة وموقعاً متقدماً بين الجامعات العربية والعالمية مما ينعكس إيجاباً على هذه الجامعات.

## مشكلة الدراسة:

نظراً للدور الكبير الذي تؤديه الصورة الذهنية في تكوين آراء واتجاهات وسلوك الأفراد وفي التأثير على ردود الأفعال وبناء صورة طيبة عن المؤسسة؛ تساعدنا على الاستمرار في التطور والارتقاء، حيث تشكل هذه الصورة في وقتنا الحاضر هدفاً أساسياً تسعى جميع المؤسسات لتحقيقه للوصول إلى أعلى درجة من القوة في الأداء، وفي عصر العولمة والثورة المعلوماتية وازدياد أعداد الجامعات وظهور التصنيف الأكاديمي لجامعات العالم تزداد المنافسة بين المؤسسات التعليمية في مختلف الدول في تطوير نفسها وتحسينها ورسم صورة براقة لها، وبناءً على ما سبق؛ يمكن تحديد مشكلة الدراسة بالتساؤل الآتي: ما الصورة الذهنية للجامعات الأردنية لدى الطلبة العرب؟

## أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة بما يلي:

1. بناء تصور نظري عن الصورة الذهنية للجامعات الأردنية المتكونة لدى الطلبة العرب.
2. أهمية الدور الذي تقوم به الجامعات الأردنية وتحديداً العلاقات العامة منها في تشكيل الصورة الذهنية، والذي بدوره يعد عاملاً مهماً في التأثير على سلوك الأفراد وتوافقهم، مما يستوجب عكس صورة طيبة للإرتقاء بمنظومة التعليم ومكانة الجامعات.
3. أهمية الصورة الذهنية للمؤسسة بحيث أصبحت ضرورة ملحة وتحدياً تسعى جميع المؤسسات لتحقيقه، لتسويق

**مصطلحات ومفاهيم الدراسة:**

الصورة الذهنية: "هي الناتج النهائي للانطباعات الذاتية التي تتكون عن الأفراد أو الجماعات ازاء شخص معين، أو نظام ما، أو شعب أو جنس بعينه، أو منشأة، أو مؤسسة، أو منظمة محلية أو دولية، أو مهنة معينة أو أي شيء آخر يمكن أن يكون له تأثير على حياة الإنسان، وتتكون هذه الانطباعات من خلال التجارب المباشرة وغير المباشرة وترتبط هذه التجارب بعواطف الأفراد واتجاهاتهم وعقائدهم، وبغض النظر عن صحة أو عدم صحة المعلومات التي تتضمنها خلاصة هذه التجارب؛ فهي تمثل بالنسبة لأصحابها واقعاً صادقاً ينظرون من خلاله إلى ما حولهم ويفهمونه ويقدرونه على أساسها". (عجوة، 2003، 9-10)

وتعرف الصورة الذهنية إجرائياً: هي الصورة المخزنة للجامعات الأردنية في أذهان الطلبة العرب، بصرف النظر عن مدى دقة أو صحة هذه الصورة.

الجامعة: "مؤسسة تعليمية يلتحق بها الطلاب بعد إكمال دراستهم بالمدرسة الثانوية والجامعة أعلى مؤسسة معروفة في التعليم العالي". (العبادي، والطائي، 2011، 285)

وتعرف الجامعات الأردنية إجرائياً: هي مؤسسات التعليم العالي والبحث العلمي والتي تمنح خريجها من الطلبة شهادة علمية في مختلف التخصصات وتقع في المملكة الأردنية الهاشمية. (حيث تكونت الجامعات التي تم اختيارها من جامعة اليرموك والجامعة الأردنية وجامعة مؤتة).

ويعرف الطلبة العرب إجرائياً: هم الطلبة غير الأردنيين من الجنسيات العربية الذين قدموا لاستكمال دراستهم في الجامعات الأردنية خلال الفصل الدراسي الثاني من العام الجامعي 2021\_2022.

**النظرية المستخدمة:**

تعتمد هذه الدراسة على نظرية التوافق المعرفي، حيث طور الباحثان اسجود وتاننباوم مبدأ الائتلاف أو التوافق الذي يعتبر حالة خاصة من حالات التوازن، ويتناول المبدأ بشكل خاص مشكلة اتجاه التغيير. (رشقي، 1987، 256).

تركز هذه النظرية أساساً على تكوين وتعديل الاتجاهات، حيث يعتقد مطورو هذه النظرية بأن الفرد في تكوين اتجاهاته يقوم بعملية تقويم، وهو ما يمثل البعد النفسي الاجتماعي للاتجاه، والذي يتم بمقتضاه إعطاء قيمة للأشياء، فالفرد عندما يقوم بتقييم موضوع أو قضية أو رأي معين، فإنه ينطلق من اتجاهاته التي هي تعبير عن جملة أبعاد ترتبط جميعها بمجالات الحياة التي

نفسها عن طريق إبراز الخدمات المميزة التي تقدمها مما يعود بالنفع عليها، وبالتالي تحقيق عائد اقتصادي يحقق الاستفادة والتطور.

4. إثراء المكتبات بتراث نظري يتعلق في مجال الصورة الذهنية، يمكن أن تكون هذه الدراسة مرجعاً للباحثين في مجال البحث العلمي، وأن تقود لدراسات جديدة في هذا المجال.

5. إضافة جهد فكري علمي وعملي يستفيد منه المعنيون وأصحاب القرار في الجامعات الأردنية عند وضع الخطط والأهداف.

**أهداف الدراسة:**

سعت هذه الدراسة التعرف إلى "الصورة الذهنية للجامعات الأردنية لدى الطلبة العرب" كهدف رئيس، ويتفرع عنه عدد من الأهداف الفرعية الآتية:

1-العوامل التي تسهم في تشكيل الصورة الذهنية للجامعات الأردنية لدى الطلبة العرب.

2-مصادر تكوين الصورة الذهنية عن الجامعات الأردنية لدى الطلبة العرب.

3-أبعاد الصورة الذهنية (المعرفية، الوجدانية، والسلوكية) المتكونة عن الجامعات الأردنية لدى الطلبة العرب.

4-تقييم الصورة الذهنية للجامعات الأردنية لدى الطلبة العرب.

**تساؤلات الدراسة:**

سعت هذه الدراسة للإجابة عن السؤال الرئيس؛ وهو: "ما الصورة الذهنية للجامعات الأردنية لدى الطلبة العرب؟"، ويتفرع عنه عدد من الأسئلة الفرعية الآتية:

1-ما العوامل التي تسهم في تشكيل الصورة الذهنية للجامعات الأردنية لدى الطلبة العرب؟

2-ما مصادر تكوين الصورة الذهنية عن الجامعات الأردنية لدى الطلبة العرب؟

3-ما أبعاد الصورة الذهنية (المعرفية، الوجدانية، والسلوكية) المتكونة عن الجامعات الأردنية لدى الطلبة العرب؟

4-ما تقييم الصورة الذهنية للجامعات الأردنية لدى الطلبة العرب؟

- 1- تقوم المعرفة على نوع من الاتصال الإدراكي والتفاعلي بين الإنسان والبيئة التي يوجد فيها.
- 2- يتم إدراك المعارف وفقاً لنظام من التقييم.
- 3- يكون هناك تطابق (توافق) معرفي إذا وجد ترابط واتفاق بين مصدر المعلومة ومحتواها.
- 4- يترسخ التطابق (التوافق) المعرفي بترسخ وتكرار التطابق مع تكرار الحدوث.
- 5- يؤدي التطابق (التوافق) إلى ترسيخ بعض القيم والاتجاهات.

#### توظيف النظرية في الدراسة:

ولأغراض هذه الدراسة تم توظيف نظرية التوافق المعرفي لرصد ومعرفة مصادر تكوين صورة الجامعات الأردنية لدى الطلبة العرب، ومعرفة شدة مقياس الاتجاه لدى المبحوثين سواء سلبياً أو إيجابياً، ومدى توافقهم وانسجامهم مع الفقرات الموضوعية لتقييم صورة الجامعات الأردنية، وهل تنسم هذه العلاقة بالتوازن والارتياح عبر تطابق الآراء والانطباعات والاتجاهات مع سلوكيات الطلبة، أم أنّ هذه العلاقة تشهد حالة من الصراع وعدم التناغم والانسجام بسبب مخالفة انطباعات واتجاهات الطلبة العرب نحو الجامعات الأردنية وسلوكياتهم التي تصدر عنهم، والتعرف أيضاً إلى المصادر التي يعتمد عليها الطلبة في تكوين صورتهم عن الجامعات الأردنية سواء كان ذلك قبل أم بعد التحاقهم في الجامعات.

أو قد يكون الأمر داخلياً في نطاق تبجيل الآراء والمواقف التي يراها الفرد منسجمة مع معتقداته وميوله، وعلى هذا النحو يكون للجامعات الأردنية في ذهنية الطلبة العرب صورة خاصة تم تكوينها بشكل متوافق مع تلك النظرة، وذلك المعتقد الذي تم بناؤه وقد ينعكس إلى السلوك نحوه أيضاً ولا يقتصر فقط على الميول والاتجاه.

#### الدراسات السابقة:

##### الدراسات العربية

1. دراسة (محمد، 2021) بعنوان "فاعلية العلاقات العامة في التخطيط لتحسين الصورة الذهنية لمؤسسات التعليم العالي"، هدفت الدراسة إلى معرفة مدى فاعلية وظيفة التخطيط التي تمارسها أجهزة العلاقات العامة داخل الجامعات السودانية، وبيان مدى استخدام وظيفة التخطيط وقدرتها وأهميتها التي تتبعها أجهزة العلاقات العامة

يحييها الفرد، ويتم التوافق المعرفي عندما يكون التقييم إيجابياً ومقبولاً لدى الفرد بحيث تنشأ رابطة إيجابية بين مصدر الفكرة أو الرأي، وبين محتوى وموضوع الفكرة، فإنّ التطابق بين مصدر الفكرة أو الرأي وبين محتواها يبدو ضرورياً للوصول إلى حالة التطابق المعرفي (القذافي، والدوي، 2010، 231).

تكتسب الصورة الذهنية تجاه المنظمات 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 رئيس في تكوين الرأي العام وتوجيهه باعتبارها مصدر آراء الناس واتجاهاتهم وسلوكياتهم. (مزاهرة، 2015، 296).

ويرى أصحاب هذه النظرية "شارل أوسجود" و"سوسي تانباوم" أنّ الإنسان يميل إلى تبجيل وتقدير الآراء والمعتقدات التي توافق آرائه ومعتقداته، وكذلك يميل إلى تقدير الأشخاص الذين يتفقون مع أفكاره، ويزيد هذا التقدير بزيادة التوافق وينقص بنقصانه. (عبد الكافي، 2007، 68).

وقد استخدم أوسجود وتانباوم مقياساً للاتجاهات النفسية طبقوه بنجاح ملحوظ في دراساتهم وتجاربهم التي قاموا بها لتوضيح نظريتهم وإثبات فوائدها في التنبؤ بسلوك الأفراد عندما يتعرضون لمواقف اتصالية تؤدي بهم إلى نوع من عدم التوافق، وتقوم فكرة المقياس على أساس أنّ يكون الاتجاه إيجابياً أو سلبياً وفي كلتا الحالتين قد يكون شديداً أو وسطاً أو ضعيفاً وتشير نقطة الصفر في المقياس إلى حالة الشخص الذي لا يحمل اتجاهها ما نحو شخص أو شيء بعينه وتتخذ درجات المقياس الشكل التالي: (+3، +2، +1، صفر، -1، -2، -3). (مكاوي، والسيد، 1998، 139).

فمن خلال المعلومات الناقصة، أو الاعتقادات السالبة عن أحد الموضوعات، يتكون إدراك خاطئ، يؤثر في تصورنا عن هذا الموضوع، وبالتالي فإنّ هذه الصورة تؤثر بعد ذلك في التعرض إلى كل ما يرتبط بهذا الموضوع من معلومات أو معارف أو معتقدات أو اتجاهات، وتظل هذه الصورة غير الصحيحة موجودة إلى أنّ يتم تصحيحها من خلال استكمال المعلومات أو تعديل الاعتقادات، أو تصحيح إدراك موضوع الصورة. (حجاب، 2007، 169).

وتقوم نظرية التوافق المعرفي على عدد من العناصر والفرضيات الأساسية التي يمكن تحديدها في الآتي (القذافي، والدوي، 2010، 232):

بها"، هدفت الدراسة إلى رصد وتحليل ملامح وسمات الصورة الذهنية السابقة والحالية لكليات وأقسام الإعلام في الجامعات اليمنية الحكومية والخاصة، والتي تكونت لدى الطلاب الملتحقين بها، وعلاقة هذه الصورة باتجاهاتهم نحو هذا التخصصات، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح، والاستبانة كأداة رئيسة في جمع البيانات والمعلومات من خلال عينة عمدية غير احتمالية قوامها (200) طالبا وطالبة من الملتحقين بتخصص الإعلام، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: وجود علاقة ارتباط بين الصورة الذهنية لتخصص الإعلام واتجاهات عينة الدراسة نحو هذا التخصص، كما أشارت النتائج إلى وجود فروق دالة إحصائية بين الصورة الذهنية التي تكونت لدى أفراد العينة عن تخصص الإعلام قبل الالتحاق وبعد التحاق به، حيث جاءت الصورة الذهنية أكثر سلبية بعد التحاقهم بكليات وأقسام الإعلام، وكشفت النتائج عدم وجود فروق دالة إحصائية في ملامح الصورة الذهنية التي تكونت لدى عينة الدراسة في كل من الجامعات الحكومية والجامعات الخاصة الملتحقين بهذا التخصص.

4. دراسة (المومني، 2020) بعنوان "دور العلاقات العامة في تعزيز الصورة الذهنية للجامعات الأردنية الخاصة من وجهة نظر طلبة الجامعات: دراسة ميدانية"، هدفت الدراسة التعرف إلى دور العلاقات العامة في تعزيز الصورة الذهنية للجامعات الأردنية الخاصة من وجهة نظر طلبة الجامعات، وإلى مدى متابعة طلاب الجامعات الأردنية الخاصة لنشاطات أجهزة العلاقات العامة، ودورها في تعزيز صورة الجامعة، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح، وتكون مجتمع الدراسة من جميع طلبة الجامعات الأردنية الخاصة المدروسة في مرحلة البكالوريوس، واعتمدت الدراسة أداة الاستبانة التي تم توزيعها على 300 مفردة من الطلبة، أما الجامعات الخاصة التي مثلت عينة البحث فهي تضمنت جامعة جدارا وجامعة البترا وجامعة العقبة للتكنولوجيا، وأداة المقابلة التي تم إجرائها هاتفياً مع مسؤولي العلاقات العامة في الجامعات، وقد استخدمت الدراسة العينة الحصصية، وكان من أهم نتائج الدراسة، أن درجة متابعة المبحوثين لأجهزة العلاقات العامة في الجامعة كانت قليلة وبما نسبته (28.3%)، في حين أن (24.3%) من أفراد العينة لا يتابعون، وأن درجة إسهام مصادر المعلومات في تشكيل صورة ذهنية للجامعات جاءت في

بالجامعات السودانية لتحسين صورتها الذهنية، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح، كما استخدمت عدداً من الأدوات لجمع المعلومات أهمها: الملاحظة والمقابلة والاستبانة، وقد تكون مجتمع الدراسة من العاملين في الجامعات السودانية متمثلاً في: العاملين بالعلاقات العامة، الأساتذة، الموظفين، التقنيين، وقد استخدم الباحث عينة قصدية تمثلت في أربع جامعات سودانية كعينة مصغرة لتمثل مؤسسات التعليم العالي بأكملها، وهذه الجامعات هي (السودان للعلوم والتكنولوجيا، النيل الأزرق، القرآن الكريم والعلوم الإسلامية، أم درمان الأهلية)، وبلغ حجم مجتمع البحث الكلي 3684 مبحوثاً، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: أن العلاقات بالجامعات السودانية تقوم بوضع الخطط للحملات الإعلامية لتسويق برامج الجامعة، وهذا بدوره يمكن أن يساهم في تحسين الصورة الذهنية لهذه الجامعات لدى الجمهور الداخلي والخارجي، وتسعى العلاقات العامة في الجامعات السودانية لتحسين صورتها الذهنية من خلال ممارسة التخطيط للبرامج التي تساهم في الحد من ظاهرة العنف الطلابي بالجامعات السودانية.

2. دراسة (سرحان، وداود، 2021) بعنوان "دور دائرة العلاقات العامة في إدارة السمعة والصورة الذهنية لدى الطلبة في جامعة النجاح الوطنية"، هدفت الدراسة التعرف إلى الدور الذي تقوم به دائرة العلاقات العامة في إدارة السمعة والصورة الذهنية لدى الطلبة في جامعة النجاح الوطنية، وذلك بهدف الوصول إلى نتائج تعود بالنفع على الجامعة، وعلى العاملين في دائرة العلاقات العامة فيها، وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، والاستبانة كأداة لجمع المعلومات، وتم اختيار أفراد العينة بالطريقة الطبقية العشوائية وقد تكونت عينة الدراسة من (584) طالب وطالبة، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: أن مستوى مساهمة دائرة العلاقات العامة في الجامعة فيما يتعلق بالصورة الذهنية والسمعة كانت متوسطة، كم أظهرت الدراسة أن دور العلاقات العامة في العلاقة مع الجمهور كانت متوسطة كما أظهرت وجود فرق بين متوسطات دور دائرة العلاقات العامة في إدارة السمعة والصورة الذهنية لدى الطلبة في جامعة النجاح الوطنية، يعزى لمتغير الجنس، ولصالح الإناث.

3. دراسة (عقيد، 2021) بعنوان "الصورة الذهنية لكليات وأقسام الإعلام في الجامعات اليمنية لدى الطلاب الملتحقين

المجيء إلى مصر جاء في المرتبة الأولى الصورة التي يقدمها التلفزيون عن الجامعات المصرية، وجاء في المرتبة الثانية الصحف الورقية عن الجامعات المصرية، وكان من أهم عناصر جذب الطلبة الوافدين للتعليم الجامعي في مصر هو جودة التعليم، واللغة المشتركة، وقلة تكلفة المعيشة مقارنة بالدول الأخرى.

7. دراسة (رجب، 2019) بعنوان "دور المسؤولية الاجتماعية في بناء الصورة الذهنية للجامعات: دراسة ميدانية على الجامعات المصرية"، هدفت الدراسة الكشف عن دور المسؤولية الاجتماعية ككل بأبعادها الفرعية (البعد الإنساني، البعد الأخلاقي، البعد الاقتصادي) في بناء الصورة الذهنية للجامعات المصرية، والتعرف إلى مدى تأثير المتغيرات الديمغرافية على مدى إدراك عينة الدراسة للمسؤولية الاجتماعية، وطبقت الباحثة عينة استطلاعية وتكونت من (537) مفردة من أعضاء هيئة التدريس والعاملين بالجامعات (الإسكندرية، طنطا، المنوفية، أسيوط)، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح، واستمارة الاستقصاء كأداة للحصول على نتائجها، وكان من أهم نتائج الدراسة الآتي: أن الجامعات محل الدراسة أظهرت مستوى عالياً من الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية بأبعادها الفرعية، كما أثبتت الدراسة وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين المسؤولية الاجتماعية بأبعادها الفرعية وبناء الصورة الذهنية بالجامعات المصرية، كذلك أظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) في مستوى المسؤولية الاجتماعية لدى العاملين بالجامعات المصرية عائدة إلى الاختلاف في المتغيرات الديمغرافية (النوع، الفئة العمرية، مستوى الخبرة، والمستوى التعليمي).

8. دراسة (علاونة، 2019) بعنوان "الصورة الذهنية لممارسي العلاقات العامة في الجامعات الأردنية لدى جمهورها الداخلي: دراسة ميدانية مقارنة"، هدفت الدراسة التعرف إلى ملامح الصورة الذهنية عن ممارسي العلاقات العامة في الجامعات الأردنية لدى جمهورها الداخلي، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح عبر استبانة وزعت على عينة حصصية من (300) مفردة من الأكاديميين والإداريين في جامعة اليرموك الحكومية وجامعة جدارا الخاصة، وكان من أهم نتائج الدراسة الآتي: أن

المرتبة الأولى وبدرجة متوسطة بنسبة 40.1%، وزيادة المعلومات المتعلقة بالجامعة بنسبة 37.9%، وكشفت النتائج أن جهاز العلاقات العامة نادراً ما يهتم بمعرفة آراء الجماهير الداخلية وقياس الرأي العام في الجامعة، ونادراً ما ينقل اقتراحات الطلبة وآرائهم لإدارة الجامعة.

5. دراسة (أبو عاقلة، 2020) بعنوان "فاعلية الهوية البصرية في تحسين الصورة الذهنية لدى الجامعات السودانية: دراسة تطبيقية على جامعات الخرطوم- كردفان- البطانة"، هدفت الدراسة إلى معرفة أي مدى تسهم الهوية البصرية في تحسين الصورة الذهنية لدى الجامعات السودانية وتحليل الهوية البصرية للجامعات السودانية ومعرفة مع رؤى وأهداف الجامعة، وقد اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي وأدوات تحليل الشكل والاستبيان الإلكتروني والملاحظة لجمع المعلومات، وقد وقعت عينة الدراسة على اختيار الهوية البصرية لأربع جامعات سودانية وهي (الخرطوم- كردفان- غرب كردفان- البطانة) كعينة عمدية تم اختيارها قصداً لتحديد مجتمع الدراسة، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: أن الهوية البصرية تلعب دوراً ومؤثراً في تحسين الصورة الذهنية لدى الجامعات السودانية، وأن الجامعات السودانية تحرص دائماً على المعايير الفنية من حيث الشكل واللون في تصميم هويتها البصرية، كما أظهرت الدراسة أن الصورة الذهنية تلعب دوراً بارزاً في تغيير الاتجاهات الثقافية والسلوك الاجتماعي، وتسهم بقدر كبير في اتخاذ الفرد لقراراته واتجاهاته سواء كان ذلك سلباً أو إيجاباً.

6. دراسة (طايح، 2019) بعنوان "الصورة الذهنية للجامعات المصرية لدى الوافدين"، هدفت الدراسة التعرف إلى أكثر الوسائل التي ساهمت في تشكيل الصورة الذهنية للوافدين عند المجيء إلى مصر وتحديد طبيعة الصورة الذهنية المتكونة عند الوافدين نحو الجامعات المصرية، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح، والاستبانة كأداة للحصول على نتائجها، وطبق الباحث عينة عمدية على الجامعات الآتية (جامعة الأزهر، جامعة القاهرة، جامعة عين شمس) تكونت من (450) مفردة، وتكون مجتمع الدراسة من (150) مفردة من الطلاب الوافدين بكل جامعة، وكان من أهم نتائج الدراسة الآتي: كان من أبرز الوسائل التي شكلت الصورة الذهنية للطلبة الوافدين قبل

صورة الجامعات الخاصة، وقد اعتمدت الدراسة على المنهج النوعي مع منهج دراسة الحالة، وتم جمع البيانات من خلال المقابلات والملاحظات المتعمقة، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: أنَّ أنشطة العلاقات الإعلامية تشكل صورة جامعة تاروماناغارا من خلال العديد من الأخبار الإيجابية والتي يمكن أن تظهر في وسائل الإعلام من خلال نجاح مكتب العلاقات العامة بجامعة تاروماناغارا في إقامة علاقات مع وسائل الإعلام، كالعلاقات الرسمية مثل التغطية الإخبارية، والعلاقات غير الرسمية مثل التواصل الاجتماعي والاختلاط بالعاملين في وسائل الإعلام بعد الأحداث، أو إجراء أحداث يمكن أن تقرب العلاقات مع وسائل الإعلام، مثل جمع وسائل الإعلام ودعوة المتحدثين إلى الأحداث.

2. دراسة (Hassan, Shamsudin, 2019 )

بعنوان "Measuring The Effect Of Service Quality And Corporate Image On Student Satisfaction And Loyalty In Higher Learning Institutes Of Technical And Vocational Education And Training" قياس تأثير جودة الخدمة وصورة الشركة على رضا الطلاب والولاء في معاهد التعليم العالي التقنية والتعليم والتدريب المهني"، هدفت الدراسة إلى تحديد تأثير جودة الخدمة على رضا الطلاب وولائهم، وتحديد تأثير صورة الشركة على رضا الطلاب وولائهم وتحديد تأثير رضا الطلاب على ولاء الطلاب"، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح، واستخدمت الاستبانة كأداة لجمع المعلومات، وتكون نطاق الدراسة من جامعات التعليم والتدريب التقني والمهني العليا وهي جامعة كوالالمبور، وتم استخدام العينة التطبيقية لتحديد عينة لكل من الحرم الجامعي المختار وتم اختيار (431) طالبا من السنة النهائية حيث استخدم (398) من الاستبانات الجيدة لتحليل البيانات، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: أنَّ صورة الشركة (التحفيز) لها تأثير مباشر وهام على رضا الطلاب (الكائن الحي)، كما وأنَّ صورة الشركة (التحفيز) لها أيضاً تأثير مباشر وهام على ولاء الطلاب (الاستجابة).

3. دراسة (Chandra, et al, 2019) بعنوان "The Influence Of Service Quality, University Image On Student Satisfaction And Student Loyalty" تأثير جودة الخدمة وصورة الجامعة على رضا الطلاب وولائهم، هدفت الدراسة إلى تحديد تأثير جودة الخدمة والصورة الجامعية على رضا

(3.76%) من الباحثين لديهم معارف كافية عن موظفي العلاقات العامة في جامعتهم، وإنَّ عبارة "المقابلات الشخصية معهم احتلت المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (16.3) كأهم مصادر معارف الباحثين عن موظفي العلاقات العامة، وبالنسبة لطبيعة المعلومات التي توافرت لدى الباحثين عن موظفي العلاقات العامة بخصوص أدائهم الوظيفي بينت النتائج أنهم يبنون أعمالهم على استراتيجية واضحة بمتوسط حسابي 24.3%، ويحققون صورة إيجابية طيبة عن الجامعة لدى جمهورها بمتوسط حسابي 16.3.

9. دراسة (أبو زعرور، 2018) بعنوان "العوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية المدركة للجامعات الفلسطينية لدى طلبة الثانوية العامة في محافظة الخليل"، هدفت الدراسة التعرف إلى مستوى الصورة الذهنية المدركة للجامعات الفلسطينية لدى طلبة الثانوية العامة والأساس في اختيار طلبة الثانوية العامة للجامعات المستقبلية، وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، وتكون مجتمع الدراسة من جميع طلبة الثانوية العامة في محافظة الخليل والبالغ عددهم (8154) طالباً وطالبة موزعين على مديريات محافظة الخليل (شمال الخليل، وجنوب الخليل، ويطا) خلال العام الدراسي 2017-2018، واختارت الباحثة عينة طبقية قوامها (807) أي بنسبة 10%، واستخدمت الباحثة الاستبانة كأداة لجمع المعلومات، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: أنَّ العوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية المدركة للجامعات الفلسطينية لدى طلبة الثانوية العامة في محافظة الخليل بدرجة مرتفعة، وتبين أنَّ معظم طلبة الثانوية يختارون الجامعة بسبب توفر التخصص الذي يرغب طلبة الثانوية في دراسته، وأنَّ معظم طلبة الثانوية العامة لم يزوروا الجامعة المستقبلية التي يفكرون في الالتحاق بها، وكذلك لم يتابع معظم طلبة الثانوية العامة أخبار الجامعة المستقبلية في وسائل الإعلام المختلفة.

الدراسات الأجنبية:

1. دراسة (Winata & Loisa, 2021) بعنوان "Media Relations As A Method To Build Private Universities Image (A Case Study In Universitas Tarumanagara)" العلاقات الإعلامية كأسلوب لبناء الجامعات الخاصة دراسة حالة في جامعة تاروماناغارا"، هدفت الدراسة التعرف إلى كيفية تشكيل العلاقات الإعلامية



النتائج أهمها: هناك تأثير للعلاقات العامة على صورة الشركة، وتأثير لوسائل التواصل الاجتماعي كمتغير معتدل بين العلاقات العامة وصورة الشركة.

6. دراسة (Ali, et al, 2016) بعنوان "Does Higher Education Service Quality Effect Student Satisfaction, Image And Loyalty? A Study of International Students in Malaysian Public Universities هل تؤثر جودة خدمة التعليم العالي على رضا الطلاب وصورتهم وولائهم؟ دراسة للطلاب الوافدين في الجامعات الحكومية الماليزية"، هدفت الدراسة إلى التحقيق في تأثير الجامعات الحكومية الماليزية، ومعرفة جودة الخدمة على رضا الطلاب الدوليين والصورة المؤسسية والولاء، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح، تم توزيع ( 400 ) استبانة على الطلاب الدوليين، الذين تم اختيارهم باستخدام تقنية أخذ العينات الملائمة، في ثلاث مدارس عامة في ماليزيا وتم استرجاع ( 241 ) استبانة صالحة للتحليل، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: بينت النتائج أن جميع الأبعاد الخمسة لجودة خدمة التعليم العالي تؤثر على رضا الطلاب مما يؤثر بدوره على الصورة المؤسسية، ويؤثران معاً على ولاء الطلاب.

#### التعليق على الدراسات السابقة:

تعد الدراسات السابقة إرثاً علمياً ثرياً يضيف للباحثين الكثير من المفاهيم والأدوات العلمية التي تفيد في كل مراحل الدراسة، حيث دعمت الدراسات السابقة شعور الباحثين بأهمية المشكلة موضوع الدراسة، واستفاد منها الباحثان في دراسة زاوية جديدة ومشكلة بحثية مبتكرة بحيث لا تكون تكراراً لدراسات سابقة أو تتطابق في موضوعها الأساس مع غيرها.

#### استفاد الباحثان من الدراسات السابقة:

- وضع تصور عام والتحديد الدقيق لمشكلة الدراسة.
- تحديد أهداف الدراسة وتساؤلاتها بشكل يتناسب مع موضوع الدراسة.
- وضع وصياغة المفاهيم العامة والمفاهيم الإجرائية.
- أسهمت الدراسات في وضع الأطر النظرية للدراسة والتي تمثلت في نظرية التوافق المعرفي.
- وتبين للباحثين من خلال استعراض الدراسات السابقة، أنها اعتمدت على أدوات الاستبانة والمقابلة وتحليل المضمون،

الطلاب وولائهم، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح، واستخدمت الاستبانة كأداة لجمع المعلومات، وشمل مجتمع هذه الدراسة جميع الطلاب المسجلين في الكليات البالغ عددهم 230.146، وبلغ حجم العينة (1000) طالب وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: أكدت نتيجة تحليل البيانات وجود تأثير إيجابي وهام لجودة الخدمة على رضا الطلاب، وأظهرت التأثير الكبير لرضا الطلاب على ولاء الطلاب، ولصورة الجامعة تأثير إيجابي وهام على كليهما (رضا الطلاب وولائهم).

4. دراسة (Štefko, et al, 2016) بعنوان "Website Content Quality In Terms Of Perceived Image Of Higher Education Institution جودة محتوى الموقع الإلكتروني من حيث التصورات لصورة مؤسسات التعليم العالي"، هدفت الدراسة إلى توضيح أهمية الأنواع المختلفة لمحتوى الموقع الموجود على مواقع الويب الخاصة بمؤسسات التعليم العالي فيما يتعلق بالصورة، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح، واستخدمت الدراسة الاستبانة كأداة لجمع المعلومات، وتكون مجتمع الدراسة من طلاب البكالوريوس والدراسات العليا (الدراسة بدوام كامل وبدوام جزئي) من كلية الإدارة بريشوف، من عينة عشوائية مكونة من (400) إجابة وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: أنّ سمعة مؤسسة التعليم العالي يمكن أن تتأثر بشكل إيجابي من خلال محتوى موقع الويب الجذاب والممتع (للمشاهد).

5. دراسة (Alhadid, 2016) بعنوان "The Role Of Public Relations On Company Image: Social Media As A Moderating Variable: A Case Study At the Applied Science Private University At Jordan العامة في صورة الشركة: وسائل التواصل الاجتماعي كمتغير متوسط: دراسة حالة في جامعة العلوم التطبيقية الخاصة في الأردن"، هدفت الدراسة إلى توضيح دور العلاقات العامة في صورة الشركة ومعرفة الدور الوسيط لوسائل التواصل الاجتماعي بين العلاقات العامة وصورة الشركة، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح، واستخدمت الدراسة الاستبانة كأداة لجمع المعلومات، على عينة مكونة من (100) موظف في جامعة العلوم التطبيقية، وتوصلت الدراسة إلى عدد من

وطالبة، وقد طبقت الدراسة العينة القصدية، وحسب معادلة ستيفن ثومبسون الإحصائية تم توزيع الاستبانة على (366) مفردة، وتم استردادها بشكل كامل، حيث تم اخضاعها جميعها للتحليل.

#### أداة الدراسة:

استخدمت الدراسة الميدانية الاستبانة أداة بحثية بغرض جمع البيانات والمعلومات من مجتمع الدراسة وهي "وسيلة لجمع المعلومات المتعلقة بموضوع بحثي معين عن طريق إعداد استمارة يتم تعبئتها من قبل عينة ممثلة عن المجتمع" (الدباع، 2013، 246)، ولتحقيق أهداف الدراسة تم تطوير الأداة بناءً على أدبيات التراث العلمي والدراسات السابقة ذات العلاقة المباشرة بموضوع الدراسة.

تم الاعتماد على تطوير استبانة مكونة من أربعة أجزاء والملحق رقم (1) يبين نموذج الاستبانة كما تم توزيعه على أفراد العينة إلكترونياً، وتم توزيع الأسئلة كما يلي:

- الجزء الأول: يتكون من المتغيرات الديمغرافية لأفراد عينة الدراسة (النوع الاجتماعي، العمر، الجامعة، الكلية، المرحلة العلمية، السنة الدراسية، المعدل التراكمي، تصنيف الدولة).
- الجزء الثاني: يتكون من العبارات التي تُغطي المتغير المستقل والمتمثلة في العوامل التي تسهم في تشكيل الصورة الذهنية للجامعات الأردنية، ومصادر تكوين الصورة الذهنية عن الجامعات الأردنية.
- الجزء الثالث: يتكون الجزء الثالث من العبارات التي تُغطي المتغير التابع والمتمثلة في أبعاد الصورة الذهنية (المعرفية، الوجدانية، والسلوكية) المكونة عن الجامعات الأردنية.
- الجزء الرابع: يتكون الجزء الرابع من العبارات التي تُغطي تقييم الصورة الذهنية للجامعات الأردنية.

#### المعالجات الإحصائية للبيانات:

تم استخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية لمعالجة البيانات إحصائياً، (SPSS)، وذلك للإجابة عن تساؤلات الدراسة حيث تتضمن المعالجة الأساليب الإحصائية الآتية:

- 1- النسب المئوية والتكرارات: لوصف خصائص أفراد مجتمع الدراسة للمتغيرات الوظيفية، وتحديد استجابات أفرادها نحو محاور الدراسة.

حيث اتفقت الدراسة الحالية مع بعض الدراسات السابقة في استخدام أداة الاستبانة لجمع البيانات وهي الأداة التي تناسب مع طبيعة الدراسة الحالية، أمّا فيما يتعلق بالمنهج المستخدم فتتفق هذه الدراسة مع الغالبية العظمى للدراسات في استخدام منهج المسح عدا دراسة (سرحان، وداود، 2021) على الوصفي التحليلي ودراسة (2021 Winata& Loisa) التي اعتمدت على المنهج النوعي ودراسة الحالة.

#### ما يميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة

تسعى الدراسة إلى معرفة العوامل المؤثرة على صورة الجامعات الأردنية من خلال تحديد نقاط القوة والضعف المؤثرة في هذه الصورة من أجل التخطيط والتنفيذ لوضع استراتيجيات تسهم في تحسين عمل هذه الجامعات وتدعم استمراريتها ويحقق لها ميزة تنافسية بين الجامعات، وبالتالي تأثيرها على الطلبة العرب، مما يشكل عملية جذب لهذه الفئة ويشجعهم للدراسة فيها.

#### الإطار المنهجي:

##### نوع الدراسة ومنهجها:

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تهتم "بجمع البيانات للإجابة عن الأسئلة أو فحص الفرضيات حول الوضع الحالي لظاهرة ما، وتجمع البيانات إما باستخدام الاستبانات أو المقابلات أو الملاحظة" (عبد السلام، 2009، 10)، واعتمدت على المنهج المسحي وذلك بأنه "جهد علمي منظم للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة أو مجموعة الظواهر موضوع البحث من عدد المفردات المكونة لمجتمع البحث ولفترة زمنية كافية للدراسة" (مزايرة، 2014، 325) لأنها تستهدف التعرف إلى الصورة الذهنية للجامعات الأردنية لدى الطلبة العرب من خلال دراسة وتحليل البيانات الواردة في الاستبانة للإجابة عن تساؤلات الدراسة.

##### مجتمع الدراسة وعينتها:

تألف مجتمع الدراسة من الطلبة العرب الذين يدرسون في الجامعات الأردنية، وتكونت عينة الدراسة من ثلاث جامعات، الأولى جامعة اليرموك في إقليم الشمال، والثانية الجامعة الأردنية في إقليم الوسط، والثالثة جامعة مؤتة في إقليم الجنوب، وبلغ العدد الإجمالي للطلبة العرب في الجامعات الثلاث (7448) طالباً

العامة؛ للتحقق من مدى صلاحية وقدرة الأداة على تحقيق أهداف الدراسة والإجابة على المشكلة البحثية، وتم تعديل بعض الفقرات بناءً على توصياتهم، والملحق رقم (2) يبين أسماء محكي استبانة الدراسة.

ومن أجل التعرف على مدى ارتباط درجة كل فقرة من فقرات الاستبانة قام الباحثان باستخراج معامل ارتباط (Pearson Correlation)، وتعتبر الفقرات السالبة أو التي يقل معامل ارتباطها عن (0.25) متدنية ويفضل حذفها (Linn & Gronlund, 2012)، ويتبين لنا من خلال الجداول (1) (2) كما يلي.

جدول رقم (1): معاملات الارتباط للمتغير المستقل

المتغير المستقل					
العوامل التي تسهم في تشكيل الصورة الذهنية		مصادر تكوين الصورة الذهنية			
السؤال	معامل الارتباط	السؤال	معامل الارتباط	السؤال	معامل الارتباط
1	0.538**	12	0.778**	1	0.292**
2	0.502**	13	0.759**	2	0.271**
3	0.632**	14	0.745**	3	0.791**
4	0.663**	15	0.771**	4	0.844**
5	0.717**	16	0.719**	5	0.702**
6	0.624**	17	0.767**	6	0.858**
7	0.681**	18	0.767**	7	0.779**
8	0.684**	19	0.739**	8	0.747**
9	0.699**	20	0.686**	9	0.775**
10	0.706**	21	0.744**	10	0.864**
11	0.727**	22	0.679**	11	0.828**
				12	0.835**
				13	0.833**

يتبين من الجدول (1) أن معاملات الارتباط لفقرات المتغير المستقل (المصادر والعوامل) تراوحت بين (0.271-0.864) وهي دالة إحصائياً عند مستوى ( $\alpha=0.01$ )، وهي فقرات تتمتع بمعامل ارتباط عالي كونها أعلى من (0.25)، وبذلك تعتبر أسئلة العوامل والمصادر التي تسهم في تشكيل الصورة الذهنية صادقة لما وضعت لقياسه وإمكانية الاعتماد عليها لإجراء التحليل الإحصائي.

2- اختبار ألفا كرونباخ: لحساب معاملات ثبات الاستبانة، ومعامل ثبات كل محور من محاور الدراسة.

3- معامل ارتباط بيرسون: لقياس صدق الفقرات (الصدق البنائي).

4- الوسط الحسابي من أجل قياس متوسط إجابات أفراد العينة على أسئلة الاستبانة.

5- الانحراف المعياري من أجل قياس الانحراف في إجابات أفراد العينة عن وسطها الحسابي.

6- اختبار (Skewness) معامل الالتواء واختبار One-Sample Kolmogorov- Smirnov Test للتعرف على أن البيانات تقع ضمن التوزيع الطبيعي أم لا.

7- اختبار (VIF (Variance Inflation Factor لاختبار عدم تداخل المتغيرات المستقلة للدراسة واختبار قوة بناء نموذج الدراسة.

#### صدق وثبات أداة الدراسة:

استخدمت هذه الدراسة الاستبانة أداة لجمع المعلومات وذلك من خلال مجموعة من الأسئلة تقيس كل متغير على حدا، وللتأكد من صدق وثبات المقاييس المستخدمة في هذه الدراسة، قام الباحثان بمجموعة من الاختبارات المتعلقة بالصدق والثبات، ويقصد بالصدق هنا دقة المقياس المستخدم على قياس الغرض المصمم من أجله، أما الثبات ويسمى أيضاً الموثوقية، فيشير إلى مدى قدرة المقياس المستخدم على إنتاج نفس النتائج في ظل نفس الظروف المحيطة.

تم اختيار مقياس ليكرت الخماسي مكون من خمس قيم يختار المبحوث إحداها، والتي تعبر عن درجة موافقته لأهمية كل فقرة من فقرات الاستبانة، حيث حددت مستويات خيارات الإجابة بخمس إجابات وهي كالآتي: موافق بشدة (5 درجات)، موافق (4 درجات)، موافق بدرجة متوسطة (3 درجات)، موافقة بدرجة منخفضة (درجتين)، موافق بدرجة متدنية جداً (درجة واحدة).

#### 1. صدق أداة الدراسة

ويقصد بالصدق الداخلي للاستبانة قدرتها على قياس المتغيرات أو الجوانب التي صممت هذه الاستبانة لقياسها، وعلى هذا الأساس قام الباحثان بعرض الاستبانة على مجموعة من الخبراء المحكمين المتخصصين في مجال الاتصال والعلاقات

جدول رقم (3): معامل الاتساق الداخلي (كرونباخ ألفا)

متغيرات و أبعاد الدّراسة	عدد الفقرات	معامل الفا
العوامل التي تسهم في تشكيل الصورة الذهنية	22	0.950
مصادر تكوين الصورة الذهنية	13	0.930
البعد المعرفي	6	0.904
البعد الوجداني	7	0.924
البعد السلوكي	11	0.944
تقييم الصورة الذهنية	20	0.968
المقياس ككل	79	0.969

## اختبار التوزيع الطبيعي

يعد التوزيع الطبيعي من أهم المتطلبات السابقة لإجراء الاختبارات المعملية، والتي من ضمنها الانحدار البسيط باستخدام المربعات الصغرى (OLS). يعبر التوزيع الطبيعي للبيانات عن مدى توزع البيانات حول وسطها الأمر الذي يسهل بشكل كبير احتساب الاحتمالات الخاصة بالعينات وتعميمها على المجتمع الإحصائي، وفي هذه الدّراسة تم اختبار التوزيع الطبيعي والذي يمكن من خلاله تمثيل البيانات بيانياً للتأكد من مدى مطابقتها للتوزيع الطبيعي (Hair et al, 2010). وتم استخراج قيم معامل الالتواء (Skewness)، وهو مقياس لعدم تناسق التوزيع الاحتمالي لمتغير عشوائي حول متوسطة، حيث يمكن أن تكون قيمة الانحراف موجبة أو سالبة، أو حتى غير محددة، فإذا كان الانحراف صفراً، فإن البيانات متماثلة تماماً، وإذا كان الانحراف أقل من -2 أو أكبر من 2 فإن التوزيع شديد الانحراف، أما إذا كان الانحراف بين -2 و 1- أو بين 2 و 1، فإن التوزيع منحرف بشكل معتدل، وإذا كان الانحراف بين 1- و 1، يكون التوزيع متماثلاً تقريباً (Gujarati, 2010).

وتم أيضاً إجراء اختبار (One-sample kolmogorov-smirnov Test) من أجل اختبار توزيع البيانات طبيعياً، حيث يستخدم هذا النوع من الاختبارات عندما يبلغ عدد الحالات الخاضعة للدراسة أكبر من (50)، كما يشترط تحقيق التوزيع الطبيعي في هذا الاختبار أن تكون قيمة K-S أقل من (5) (Field, 2013).

جدول رقم (2): معاملات الارتباط للمتغير التابع

الصورة الذهنية					
البعد المعرفي		البعد الوجداني		البعد السلوكي	
السؤال	معامل الارتباط	السؤال	معامل الارتباط	السؤال	معامل الارتباط
1	0.773**	1	0.767**	1	0.768**
2	0.799**	2	0.759**	2	0.746**
3	0.822**	3	0.860**	3	0.787**
4	0.861**	4	0.859**	4	0.788**
5	0.851**	5	0.850**	5	0.791**
6	0.829**	6	0.879**	6	0.800**
		7	0.837**	7	0.855**
				8	0.809**
				9	0.848**
				10	0.826**
				11	0.802**
** معنوي عند مستوى (0.01)					

يتبين من الجدول (1) أنّ معاملات الارتباط لفقرات المتغير التابع (الصورة الذهنية) تراوحت بين (0.764-0.879) وهي دالة إحصائياً عند مستوى ( $\alpha=0.01$ )، وهي فقرات تتمتع بمعامل ارتباط عالي كونها أعلى من (0.25)، وبذلك تعتبر أسئلة الصورة الذهنية صادقة لما وضعت لقياسه وإمكانية الاعتماد عليها لإجراء التحليل الإحصائي.

## 2. ثبات أداة الدّراسة

ويقصد بالثبات "أن تكون الأداة قادرة على إعطاء النتيجة ذاتها حين استخدامها لأكثر من مرة" (الحيزان, 2004، 65)، وللتأكد من ثبات أداة الدّراسة تم تطبيق معامل الاتساق الداخلي كرونباخ الفا (Cronbach Alpha) على جميع فقرات أبعاد الأداة وذلك لتحقيق من أداة الدّراسة.

يشير مبدأ الثبات إلى درجة قياس مستوى الثبات للمقياس من خلال احتساب مدى الاتساق الداخلي، والذي يتم من خلال تحديد قيمة معامل كرونباخ الفا، في العادة يكون المقياس صادقاً إذا كانت قيمة معامل كرونباخ ألفا أكبر من 0.6. أما بخصوص هذه الدّراسة، فقد قام الباحثان باحتساب قيمة كرونباخ الفا لجميع المتغيرات، حيث بينت النتائج المعروضة في الجدول رقم (3) ان جميع قيم كرونباخ ألفا أكبر من 0.6 (Hair et al, 2010). وعليه فإنه يمكن القول بأن المقاييس المستخدمة في هذه الدّراسة لها مستوى مناسب من الثبات.

الجدول رقم (4): التوزيع الطبيعي للبيانات

المتغيرات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الالتواء	K-S
العوامل التي تسهم في تشكيل الصورة الذهنية	3.87	0.668	-1.236	0.197
مصادر تكوين الصورة الذهنية	3.26	0.973	-0.183	0.096
البعد المعرفي	3.74	0.870	-0.922	0.237
البعد الوجداني	3.86	0.849	-1.083	0.230
البعد السلوكي	3.81	0.816	-1.098	0.206
تقييم الصورة الذهنية	3.75	0.821	-1.042	0.228

يتبين من خلال الجدول (4) أن توزيع البيانات كان طبيعيًا، حيث بلغت قيم معامل الالتواء والتي تقع داخل حدود (-2، +2)، وهي متماثلة تقريبًا لجميع متغيرات الدراسة، وهذا يدل على عدم تأثر منحنيات البيانات ونماذج الانحدار بالالتواء، وبالتالي اقتراب منحنيات البيانات من شكل التوزيع الطبيعي، وكانت قيمة Sig أقل من (0.05)، بينما كانت قيمة (K-S) أقل من (5).

#### اختبار التداخل الخطي

تفترض نماذج الانحدار الخطية المعلمية وجود استقلال بين المتغيرات المستقلة أي أن جميع المتغيرات المستقلة يجب أن لا تكون مترابطة ارتباطًا عاليًا، تشير الكتب الإحصائية إلى أن وجود ارتباط عالي بين المتغيرات المستقلة من الممكن أن يفسد نتائج الانحدار، وبالتالي استنتاجات البحث ككل (Hair et al. 2010)، يشير الجدول (5) إلى نتائج اختبار معامل تضخم التباين (VIF) ومعامل التباين المسموح به (Tolerance) والتي يمكن من خلالها فحص التداخل الخطي بين المتغيرات، تبين النتائج أن قيمة VIF هي أقل من 10 وأن معامل التباين المسموح به أكبر من 0.5 الأمر الذي يعني عدم وجود ارتباط أو تداخل خطي بين المتغيرات.

جدول رقم (5): التداخل الخطي بين المتغيرات المستقلة

Collinearity Statistics		أبعاد المتغير المستقل
VIF	Tolerance	
1.101	0.908	عوامل الصورة الذهنية
1.101	0.908	مصادر الصورة الذهنية

#### حدود الدراسة:

تحدد الدراسة في الحدود الآتية:

الحدود الزمنية: تم تنفيذ هذه الدراسة خلال الفصل الدراسي الثاني من العام الجامعي 2021\_2022.

الحدود المكانية: جامعة اليرموك، الجامعة الأردنية، جامعة مؤتة. الحد البشري: الطلبة العرب في الجامعات الأردنية (اليرموك والأردنية ومؤتة).

نتائج الدراسة الميدانية ومناقشتها

#### أولاً: الخصائص الديموغرافية

استهدفت هذه الدراسة الطلبة العرب الذين يدرسون في الجامعات الأردنية، حيث قام الباحثان بتوزيع (366) استبانة إلكترونية بشكل ملائم على الطلاب في ثلاث جامعات (الجامعة الأردنية، جامعة اليرموك، جامعة مؤتة)، ويعرض الباحثان في هذه الجزئية أبرز الخصائص الديموغرافية للمستجيبين كما وردت في إجاباتهم حيث تم تلخيصها في الجداول الآتية.

#### 1) توزيع عينة الدراسة حسب متغير النوع الاجتماعي:

كان توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس كما هو مبين في الجدول رقم (6)

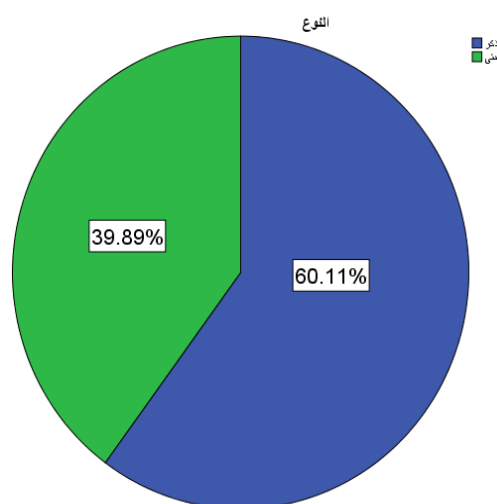
جدول رقم (6): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير النوع

#### اجتماعي

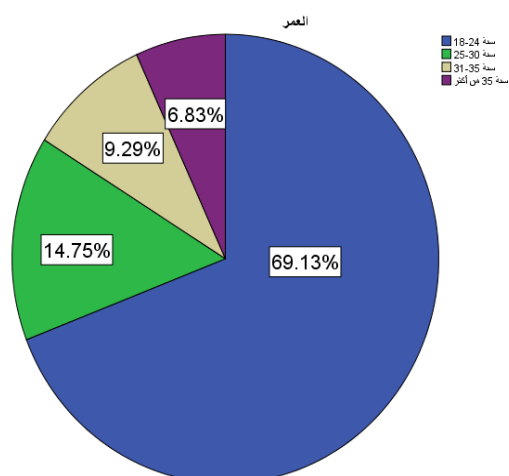
المستويات	العدد	النسبة المئوية %
ذكر	220	60.1%
أنثى	146	39.9%
المجموع	366	100.0%

يبين الجدول (6) أن تكرارات الذكور بلغت (220) بنسبة مئوية (60.1%)، بينما كانت تكرارات الإناث (146) بنسبة مئوية (39.9%). هذا يدل على أن الإجابات ستكون بصورة أكبر من وجهة نظر الطلبة العرب الذكور.

الشكل (1) توزيع أفراد عينة الدّراسة حسب متغير النوع الاجتماعي



الشكل (2) توزيع أفراد عينة الدّراسة حسب متغير العمر



الشكل (3) توزيع عينة الدّراسة حسب متغير المرحلة العلمية:

كان توزيع أفراد عينة الدّراسة حسب متغير المؤهل العلمي كما هو مبين في الجدول (8).

جدول رقم (8): توزيع أفراد عينة الدّراسة حسب متغير المرحلة العلمية

المستويات	العدد	النسبة المئوية %
بكالوريوس	265	72.4%
دبلوم عالي	12	3.3%
ماجستير	69	18.9%
دكتوراه	20	5.5%
المجموع	366	100.0%

يبين الجدول (8) أن تكرارات طلبة المرحلة العلمية (دبلوم عالي) بلغت (12) بنسبة مئوية (3.3%)، وتكرارات طلبة المرحلة العلمية (بكالوريوس) بلغت (265) بنسبة مئوية (72.4%)، بينما تكرارات طلبة المرحلة العلمية (ماجستير) كانت (69) بنسبة مئوية (18.9%)، بينما تكرارات طلبة المرحلة العلمية (دكتوراه) كانت (20) بنسبة مئوية (5.5%). هذا يدل على أنّ الإجابات ستكون بصورة أكبر من وجهة نظر طلبة البكالوريوس.

الشكل (2) توزيع عينة الدّراسة حسب متغير الفئة العمرية:

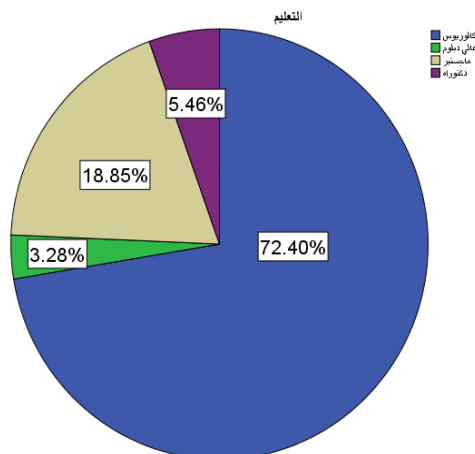
كان توزيع أفراد عينة الدّراسة حسب متغير الفئة العمرية كما هو مبين في الجدول (7).

جدول رقم (7): توزيع أفراد عينة الدّراسة حسب متغير الفئة العمرية

المستويات	العدد	النسبة المئوية %
من 18 – 24 سنة	253	69.1%
من 25 – 30 سنة	54	14.8%
من 31 – 35 سنة	34	9.3%
أكثر من 35 سنة	25	6.8%
المجموع	366	100.0%

يبين الجدول (7) أنّ تكرارات الفئة العمرية (أكثر من 35 سنة) بلغت (25) بنسبة مئوية (6.8%)، وتكرارات الفئة العمرية (من 31 – 35 سنة) بلغت (34) بنسبة مئوية (9.3%)، وتكرارات الفئة العمرية (من 25 – 30 سنة) بلغت (54) بنسبة مئوية (14.8%)، بينما تكرارات الفئة العمرية (من 18 – 24 سنة) كانت (253) بنسبة مئوية (69.1%). هذا يدل على أنّ الإجابات ستكون بصورة أكبر من وجهة نظر الطلبة الأصغر عمراً.

الشكل (3) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المرحلة العلمية



(4) توزيع عينة الدراسة حسب متغير الكلية:

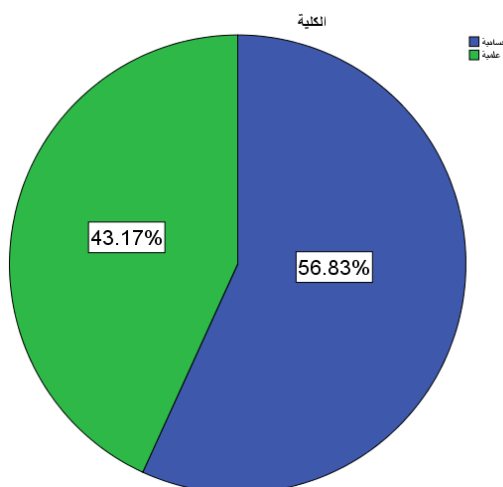
كان توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المسعى الوظيفي كما هو مبين في الجدول (9).

جدول رقم (9): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الكلية

المستويات	العدد	النسبة المئوية%
كليات إنسانية	208	56.8%
كليات علمية	158	43.2%
المجموع	366	100.0%

يبين الجدول (9) أنّ تكرارات الطلبة العرب من الكليات الإنسانية بلغت (208) بنسبة مئوية (56.8%)، بينما بلغت تكرارات الطلبة العرب من الكليات العلمية (158) بنسبة مئوية (43.2%)، هذا يدل على أنّ الإجابات ستكون بصورة أكبر من وجهة نظر الطلبة العرب من الكليات الإنسانية.

الشكل (4) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الكلية



(5) توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجامعة:

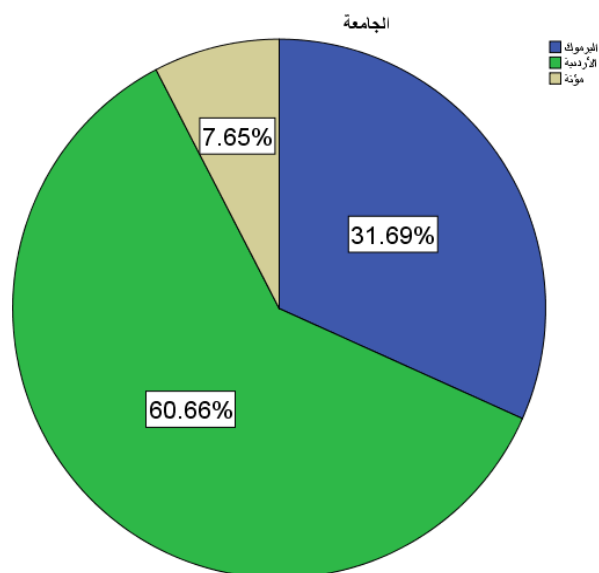
كان توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجامعة كما هو مبين في الجدول (10).

جدول رقم (10): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجامعة

المستويات	العدد	النسبة المئوية%
الأردنية	222	60.7%
اليرموك	116	31.7%
مؤتة	28	7.7%
المجموع	366	100.0%

يبين الجدول (10) أنّ تكرارات الطلبة العرب من جامعة مؤتة بلغت (28) بنسبة مئوية (7.7%)، وتكرارات الطلبة العرب من جامعة اليرموك بلغت (116) بنسبة مئوية (31.7%)، بينما تكرارات الطلبة العرب من الجامعة الأردنية كانت (222) بنسبة مئوية (60.7%)، هذا يدل على أنّ الإجابات ستكون بصورة أكبر من وجهة نظر الطلبة العرب من الجامعة الأردنية.

الشكل (5) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجامعة



(6) توزيع عينة الدراسة حسب متغير السنة الدراسية:

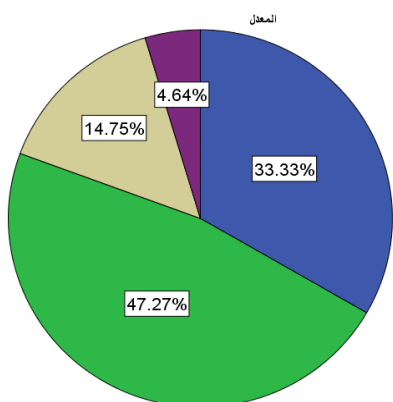
كان توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجامعة كما هو مبين في الجدول (11).

الجدول رقم (12): توزيع أفراد عينة الدّراسة حسب متغير المعدل التراكمي

المستويات	العدد	النسبة المئوية%
ممتاز	122	33.3%
جيد جداً	173	47.3%
جيد	54	14.8%
مقبول	17	4.6%
المجموع	366	100.0%

يبين الجدول (12) أنّ تكرارات الطلبة ذوي التقدير "ممتاز" بلغت (122) بنسبة مئوية (33.3%)، وتكرارات الطلبة ذوي التقدير "جيد جداً" بلغت (173) بنسبة مئوية (47.3%)، بينما تكرارات الطلبة ذوي التقدير "جيد" كانت (54) بنسبة مئوية (14.8%)، وتكرارات الطلبة ذوي التقدير "مقبول" بلغت (17) بنسبة مئوية (4.6%)، هذا يدل على أنّ الإجابات ستكون بصورة أكبر من وجهة نظر الطلبة العرب ذوو المعدلات التراكمية المرتفعة.

الشكل (7) توزيع أفراد عينة الدّراسة حسب متغير المعدل التراكمي



8) توزيع عينة الدّراسة حسب متغير تصنيف الدولة:

كان توزيع أفراد عينة الدّراسة حسب متغير الجامعة كما هو مبين في الجدول (13).

الجدول رقم (13): توزيع أفراد عينة الدّراسة حسب متغير تصنيف الدولة

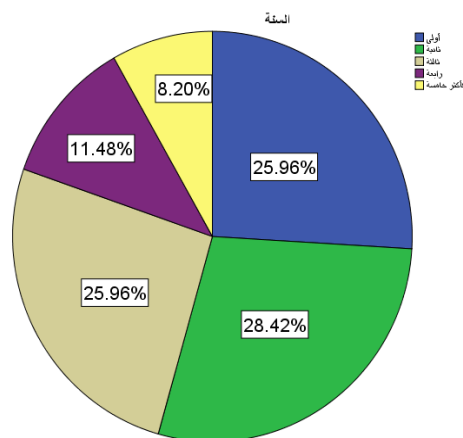
المستويات	العدد	النسبة المئوية%
شبه الجزيرة العربية	179	48.9%
الهلال الخصيب	129	35.2%
دول أفريقيا	58	15.8%
المجموع	366	100.0%

الجدول رقم (11): توزيع أفراد عينة الدّراسة حسب متغير السنة الدراسية

المستويات	العدد	النسبة المئوية%
أولى	95	26.0%
ثانية	104	28.4%
ثالثة	95	26.0%
رابعة	42	11.5%
خامسة فأكثر	30	8.2%
المجموع	366	100.0%

يبين الجدول (11) أنّ تكرارات طلبة السنة الدراسية الأولى والسنة الدراسية الثالثة بلغت (95) بنسبة مئوية (26%) بالتساوي، وتكرارات طلبة السنة الدراسية الثانية بلغت (104) بنسبة مئوية (28.4%)، بينما تكرارات طلبة السنة الدراسية الرابعة كانت (42) بنسبة مئوية (11.5%)، وتكرارات طلبة السنة الدراسية الخامسة فأكثر بلغت (30) بنسبة مئوية (8.2%)، هذا يدل على أنّ الإجابات ستكون بصورة أكبر من وجهة نظر الطلبة العرب من السنوات الثلاث الأولى.

الشكل (6) توزيع أفراد عينة الدّراسة حسب متغير السنة الدراسية



7) توزيع عينة الدّراسة حسب متغير المعدل التراكمي:

كان توزيع أفراد عينة الدّراسة حسب متغير الجامعة كما هو مبين في الجدول (12).



### أولاً المتغير المستقل (العوامل والمصادر):

تناول السؤال الأول من أسئلة الدراسة الاستفسار عن العوامل والمصادر التي تسهم في تشكيل الصورة الذهنية للجامعات الأردنية، وللإجابة على هذا السؤال تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد العينة على عوامل ومصادر الصورة الذهنية، حيث كانت على النحو الآتي:

جدول رقم (14): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية

لإجابات أفراد العينة على أبعاد المتغير المستقل

الرقم	الأبعاد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجات الموافقة
1	العوامل التي تسهم في تشكيل الصورة الذهنية	3.87	0.668	بدرجة مرتفعة
2	مصادر تكوين الصورة الذهنية	3.26	0.973	بدرجة متوسطة
	المتغير المستقل	3.56	0.668	بدرجة متوسطة

يبين الجدول رقم (14) أنّ العوامل التي تسهم في تشكيل الصورة الذهنية قد احتلت المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.87) وانحراف معياري (0.66)، وجاءت مصادر تكوين الصورة الذهنية في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (3.26) وانحراف معياري (0.97)، وقد بلغ المتوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة على أبعاد المتغير المستقل (3.56)، وهو يقابل العوامل والمصادر التي تسهم في تشكيل الصورة الذهنية بدرجة متوسطة بجميع أبعادها. ولكي تتضح الصورة بشكل أفضل فيما يتعلق بالعوامل والمصادر التي تسهم في تشكيل الصورة الذهنية فقد قام الباحثان باستخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل بعد من أبعاد المتغير المستقل حيث كانت كما يلي:

البعد الأول: العوامل التي تسهم في تشكيل الصورة الذهنية

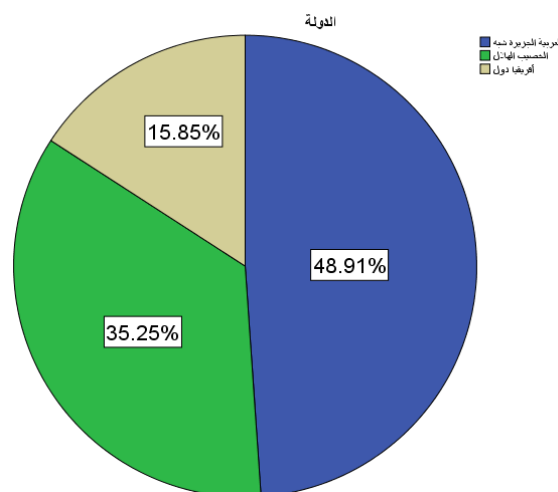
- ما العوامل التي تسهم في تشكيل الصورة الذهنية

للجامعات الأردنية لدى الطلبة العرب؟

تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد العينة على فقرات هذا البعد، حيث كانت كما هي موضحة في الجدول (15).

يبين الجدول (13) أنّ تكرارات الطلبة العرب من شبه الجزيرة العربية (الإمارات، قطر، البحرين، اليمن، السعودية، عُمان، الكويت) بلغت (179) بنسبة مئوية (48.9%)، وتكرارات الطلبة العرب من الهلال الخصيب (سوريا، لبنان، فلسطين، العراق) بلغت (129) بنسبة مئوية (35.2%)، بينما تكرارات الطلبة العرب من دول أفريقيا (مصر، المغرب، ليبيا، الجزائر، موريتانيا، تونس، السودان، الصومال، جيبوتي، جزر القمر) كانت (58) بنسبة مئوية (15.8%)، هذا يدل على أنّ الإجابات ستكون بصورة أكبر من وجهة نظر الطلبة العرب من شبه الجزيرة العربية.

الشكل (8) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير تصنيف الدولة



اجابات المستجيبين بخصوص الاسئلة المتعلقة بمتغيرات الدراسة:

تناول الباحثان في هذه الجزئية الإجابة عن أسئلة الدراسة، وذلك من خلال احتساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد العينة على كل الأسئلة المتعلقة بالصورة الذهنية للجامعات الأردنية لدى الطلبة العرب.

وتم الاعتماد على تفسير متوسطات اجابات عينة الدراسة على المدى وهو:

$$\frac{\text{الحد الأعلى} - \text{الحد الأدنى}}{\text{عدد المستويات}} = \frac{5 - 1}{3} = 1.33$$

(1.33 + 1 = 2.33) وعليه يكون تفسير إجابات عينة الدراسة على

النحو التالي:

(1) أقل من 2.34 متوسط إجابات متدنية.

(2) 2.34 - أقل من 3.67 متوسط إجابات متوسطة.

(3) أعلى من 3.67 متوسط إجابات مرتفعة.

جدول رقم (15): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية  
لإجابات أفراد العينة على فقرات العوامل التي تسهم في تشكيل  
الصورة الذهنية

الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
1	تقدم الجامعات الأردنية تعليمًا ذا نوعية جيدة	3.95	0.769	مرتفعة
2	الإنجازات العلمية والأكاديمية التي حققتها الجامعات الأردنية	4.03	0.825	مرتفعة
3	تعامل موظفي الجامعة الجيد مع الطلبة العرب	3.96	0.902	مرتفعة
4	تعامل طلبة الجامعة الأردنيين بشكل جيد مع الطلبة العرب	4.03	0.938	مرتفعة
5	حدثة التقنيات والبرامج التي تستخدمها الجامعة في العملية التعليمية	3.84	0.957	مرتفعة
6	توفر النشرات الدورية والأدلة الإرشادية والكتيبات والإعلانات عن نشاطاتها	3.76	1.055	مرتفعة
7	وفرة جميع الخدمات من خلال موقع الجامعة الإلكتروني	3.86	0.953	مرتفعة
8	كفاءة الهيئة الأكاديمية في التدريس	4.01	0.949	مرتفعة
9	تنوع التخصصات الموجودة في الجامعة	4.04	0.918	مرتفعة
10	الأمن والأمان الذي تتمتع به الجامعة	4.07	0.933	مرتفعة
11	توفر المكتبات ومراكز المعلومات المجهزة تقنياً	3.92	0.880	مرتفعة
12	توفر المراكز الصحية المتكاملة	3.83	0.950	مرتفعة
13	المباني والمرافق والتسهيلات المتكاملة	3.77	0.963	مرتفعة
14	إمكانات الجامعة بالبحث العلمي	3.79	0.949	مرتفعة
15	إمكانات الجامعة بالنشر الإلكتروني	3.80	0.978	مرتفعة

الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
16	ارتفاع عدد الطلبة العرب المسجلين في الجامعة	3.77	1.003	مرتفعة
17	وجود شركات دولية مع الجامعات الأخرى	3.74	1.001	مرتفعة
18	القدرة العالية على التعامل مع الأزمات التي تحدث في الجامعة	3.77	0.994	مرتفعة
19	توفر سكنات طلابية مناسبة وقريبة من الحرم الجامعي للطلبة العرب	3.80	0.985	مرتفعة
20	الرسم الدراسية المعتدلة	3.63	1.147	متوسطة
21	سهولة المواصلات للجامعة وتوفرها	3.82	0.972	مرتفعة
22	مستوى مراعاة الجامعة لرغبات الطلبة العرب	3.86	1.012	مرتفعة
	العوامل التي تسهم في تشكيل الصورة الذهنية	3.87	0.668	مرتفعة

يبين الجدول (15) أن الفقرة رقم (10) والتي نصت على "الأمن والأمان الذي تتمتع به الجامعة" قد احتلت المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (4.07) وانحراف معياري (0.933)، بينما احتلت الفقرة رقم (3) والتي نصت على "الأمن والأمان الذي تتمتع به الجامعة" المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (3.63) وانحراف معياري (1.147)، وقد بلغ المتوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة على فقرات هذا البعد ككل (3.87) وهو يقابل العوامل التي تسهم في تشكيل الصورة الذهنية للجامعات الأردنية لدى الطلبة العرب بدرجة مرتفعة.

يرى الباحثان أنّ الأمن والأمان الذي تتمتع به الجامعة هو أحد أبرز العوامل التي تساهم في تشكيل الصورة الذهنية للجامعات الأردنية لدى الطلبة العرب، بالإضافة إلى الإنجازات العلمية والأكاديمية التي حققتها الجامعات الأردنية وتنوع التخصصات الموجودة في الجامعات.

#### البعد الثاني: مصادر تكوين الصورة الذهنية

- ما مصادر تكوين الصورة الذهنية عن الجامعات

الأردنية لدى الطلبة العرب؟

تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد العينة على فقرات هذا البعد، حيث كانت كما هي موضحة في الجدول (16).

ككل (3.26) وهو يقابل مصادر تكوين الصورة الذهنية عن الجامعات الأردنية لدى الطلبة العرب بدرجة متوسطة.

يرى الباحثان أنّ موقع الجامعة الإلكتروني وصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي تعد من أبرز مصادر تكوين الصورة الذهنية عن الجامعات الأردنية لدى الطلبة العرب، بالإضافة إلى وجود تأثير متوسط للأصدقاء والأقارب الذين تلقوا تعليمهم في الجامعات والأبحاث المنشورة لأعضاء هيئة التدريس على مواقع البحث العلمي ومحركاته على تكوين الصورة الذهنية عن الجامعات الأردنية لدى الطلبة العرب.

ثانياً. المتغير التابع (الصورة الذهنية):

تناول السؤال الثاني من أسئلة الدراسة الاستفسار عن أبعاد الصورة الذهنية (المعرفية، الوجدانية، والسلوكية) المتكونة عن الجامعات الأردنية لدى الطلبة العرب. وللإجابة على هذا السؤال تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد العينة على أبعاد الصورة الذهنية، حيث كانت على النحو الآتي:

جدول رقم (17): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية

لإجابات أفراد العينة على أبعاد المتغير التابع

الرقم	الأبعاد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجات الموافقة
1	البعد المعرفي	3.74	0.870	بدرجة عالية
2	البعد الوجداني	3.86	0.849	بدرجة عالية
3	البعد السلوكي	3.81	0.816	بدرجة عالية
	المتغير التابع	3.80	0.747	بدرجة عالية

يبين الجدول رقم (17) أنّ البعد الوجداني قد احتل المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.86) وانحراف معياري (0.84)، وجاء البعد المعرفي في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (3.74) وانحراف معياري (0.87)، وقد بلغ المتوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة على أبعاد المتغير التابع (3.80)، وهو يقابل أبعاد الصورة الذهنية المتكونة عن الجامعات الأردنية لدى الطلبة العرب بدرجة مرتفعة بجميع أبعادها.

جدول رقم (16): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد العينة على فقرات مصادر تكوين الصورة الذهنية

الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
1	موقع الجامعة الإلكتروني	3.88	1.027	مرتفعة
2	صفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي	3.91	1.095	مرتفعة
3	ما يكتب عنها في وسائل الإعلام التقليدية	3.15	1.297	متوسطة
4	المؤتمرات الدولية	3.06	1.367	متوسطة
5	الأصدقاء والأقارب الذين تلقوا تعليمهم في هذه الجامعة	3.37	1.300	متوسطة
6	الأبحاث المنشورة لأعضاء هيئة التدريس على مواقع البحث العلمي ومحركاته	3.11	1.339	متوسطة
7	المكاتب المعتمدة للدراسة في الخارج	3.26	1.327	متوسطة
8	السفارات والمحققيات الثقافية	3.36	1.373	متوسطة
9	برامج التبادل الثقافي مع الجامعات	3.23	1.375	متوسطة
10	الحملات الإعلانية عن الجامعة	3.03	1.358	متوسطة
11	زيارات سياحية سابقة للبلد	3.01	1.394	متوسطة
12	ورش عمل ودورات تلقيتها في هذا البلد	2.97	1.400	متوسطة
13	أعضاء هيئة التدريس الأردنيين في بلدكم	2.98	1.423	متوسطة
	مصادر تكوين الصورة الذهنية	3.26	0.973	متوسطة

يبين الجدول (16) أنّ الفقرة رقم (2) والتي نصت على "صفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي" قد احتلت المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.91) وانحراف معياري (1.095)، بينما احتلت الفقرة رقم (12) والتي نصت على "ورش عمل ودورات تلقيتها في هذا البلد" الأخيرة بمتوسط حسابي (2.97) وانحراف معياري (1.400)، وقد بلغ المتوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة على فقرات هذا البعد

على فقرات هذا البعد ككل (3.74) وهو يقابل البعد المعرفي للصورة الذهنية لدى الطلبة العرب بدرجة مرتفعة.

يرى الباحثان أنّ الجامعات الأردنية تساهم في تلبية الاحتياجات التعليمية للطلبة العرب، كم تساهم في جعل الطلبة قادرين على التعامل مع الأدوات التكنولوجية الحديثة في التعليم، وتقوم الجامعات الأردنية بتوعية الطلبة العرب بحقوقهم الاجتماعية والثقافية، بالإضافة الى مساهمة الجامعات الأردنية في زيادة الثقافة العامة للطلبة العرب.

#### البعد الثاني: البعد الوجداني

- ما هو البعد الوجداني المتكون عن الجامعات الأردنية لدى الطلبة العرب؟

تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد العينة على فقرات هذا البعد، حيث كانت كما هي موضحة في الجدول (19).

#### جدول رقم (19): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية

##### لإجابات أفراد العينة على فقرات البعد الوجداني

الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
1	أشعر بالفخر والاعتزاز كوني طالب في هذه الجامعة	3.94	0.949	مرتفعة
2	الأسلوب المتبع من قبل الأساتذة يثير دافعية الطالب نحو التعلم	3.90	1.065	مرتفعة
3	أشعر بالأمان في هذه الجامعة	3.86	0.960	مرتفعة
4	أشعر أن الجامعة تبذل كل ما بوسعها لكسب ثقة الطالب	3.83	1.083	مرتفعة
5	أشعر بالانتماء إلى مجتمع الجامعة واني مندمج مع زملائي بشكل جيد	3.81	1.082	مرتفعة
6	لا أجد صعوبة في تكيفي مع الدراسة في هذه الجامعة	3.86	1.040	مرتفعة
7	أشعر أن دراستي في هذه الجامعة زادت ثقفي بنفسي	3.83	0.977	مرتفعة
	البعد الوجداني	3.86	0.849	مرتفعة

ولكي تتضح الصورة بشكل أفضل فيما يتعلق بأبعاد الصورة الذهنية المتكونة عن الجامعات الأردنية لدى الطلبة العرب، فقد قام الباحثان باستخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل بعد من أبعاد المتغير التابع حيث كانت كما يلي:

#### البعد الأول: البعد المعرفي

- ما هو البعد المعرفي المتكون عن الجامعات الأردنية لدى الطلبة العرب؟

تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد العينة على فقرات هذا البعد، حيث كانت كما هي موضحة في الجدول (18).

#### جدول رقم (18): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية

##### لإجابات أفراد العينة على فقرات البعد المعرفي

الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
1	أعرف جميع الخدمات والأنشطة التي تقدمها الجامعة	3.69	0.999	مرتفعة
2	يوجد لدي معرفة حول الإنجازات المسبقة عن الجامعة	3.83	1.064	مرتفعة
3	ساهمت الجامعة في تلبية احتياجاتي التعليمية	3.68	0.974	مرتفعة
4	جعلتني الجامعة قادر على التعامل مع الأدوات التكنولوجية الحديثة في التعليم	3.76	1.115	مرتفعة
5	قامت الجامعة بتوعيتي بحقوق الاجتماعية والثقافية	3.72	1.124	مرتفعة
6	ساهمت الجامعة في زيادة ثقافتي العامة	3.75	1.068	مرتفعة
	البعد المعرفي	3.74	0.870	مرتفعة

يبين الجدول (18) أنّ الفقرة رقم (2) والتي نصت على "يوجد لدي معرفة حول الإنجازات المسبقة عن الجامعة" قد احتلت المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.83) وانحراف معياري (1.064)، بينما احتلت الفقرة رقم (3) والتي نصت على "ساهمت الجامعة في تلبية احتياجاتي التعليمية" الأخيرة بمتوسط حسابي (3.68) وانحراف معياري (0.974)، وقد بلغ المتوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة

الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
5	أستجيب بمرونة مع الاستراتيجيات المعمول بها في الجامعة والتزم بقواعد الجامعة وآدابها	3.85	1.052	مرتفعة
6	أتواصل مع أساتذتي في حال حاجتي للاستفسار والحصول على المزيد من المعلومات	3.84	1.003	مرتفعة
7	أتعاون مع زملائي ونشارك الأنشطة والأعمال	3.83	0.985	مرتفعة
8	أتابع موقع الجامعة الرسمي باستمرار	3.86	0.995	مرتفعة
9	أدافع عن الجامعة في حال تعرضها لأي انتقاد	3.82	0.998	مرتفعة
10	أشجع معارفي واصدقائي على الدراسة في هذه الجامعة	3.83	1.056	مرتفعة
11	أشارك بالأنشطة اللامنهجية للجامعة والتي تخدم المجتمع مثل الحملات التطوعية	3.73	1.036	مرتفعة
	البعد السلوكي	3.81	0.816	مرتفعة

يبين الجدول (20) أنَّ الفقرة رقم (8) والتي نصت على "أتابع موقع الجامعة الرسمي باستمرار" قد احتلت المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.86) وانحراف معياري (0.995)، بينما احتلت الفقرة رقم (11) والتي نصت على "أشارك بالأنشطة اللامنهجية للجامعة والتي تخدم المجتمع مثل الحملات التطوعية" الأخيرة بمتوسط حسابي (3.73) وانحراف معياري (1.036)، وقد بلغ المتوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة على فقرات هذا البعد ككل (3.81) وهو يقابل البعد السلوكي للصورة الذهنية لدى الطلبة العرب بدرجة مرتفعة.

يرى الباحثان أنَّ الطلبة العرب في الجامعات الأردنية يشاركون بالأنشطة الثقافية والفنية وفي الدورات التي تعقدتها الجامعة،

يبين الجدول (19) أنَّ الفقرة رقم (1) والتي نصت على "أشعر بالفخر والاعتزاز كوني طالباً في هذه الجامعة" قد احتلت المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.83) وانحراف معياري (0.949)، بينما احتلت الفقرة رقم (5) والتي نصت على "أشعر بالانتماء إلى مجتمع الجامعة وانني مندمج مع زملائي بشكل جيد" الأخيرة بمتوسط حسابي (3.81) وانحراف معياري (1.082)، وقد بلغ المتوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة على فقرات هذا البعد ككل (3.86) وهو يقابل البعد الوجداني للصورة الذهنية لدى الطلبة العرب بدرجة مرتفعة.

يرى الباحثان أنَّ الأسلوب المتبع من قبل أعضاء الهيئة التدريسية في الجامعات الأردنية يثير دافعية الطلبة العرب نحو التعلم، كما تزيد من شعور الطلبة بالفخر والاعتزاز والأمان في الجامعات الأردنية، كما تسهم الجامعات الأردنية في شعور الطلبة العرب بالانتماء إلى مجتمع الجامعة، وأنَّ دراستهم في هذه الجامعة زادت من ثقتهم بأنفسهم.

#### البعد الثالث: البعد السلوكي

- ما هو البعد السلوكي المتكون عن الجامعات الأردنية لدى الطلبة العرب؟

تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد العينة على فقرات هذا البعد، حيث كانت كما هي موضحة في الجدول (20).

جدول رقم (20): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية

لإجابات أفراد العينة على فقرات البعد السلوكي

الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
1	أشارك بالأنشطة الثقافية والفنية التي تعقدتها الجامعة	3.74	0.972	مرتفعة
2	أشارك في الدورات التي تعقدتها الجامعة	3.85	1.076	مرتفعة
3	أزور المكتبة بصورة دورية	3.76	0.985	مرتفعة
4	أتواصل مع مكتب شؤون الطلبة الوافدين في حال تقديم الشكاوى والاقتراحات	3.80	1.045	مرتفعة

الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
	والأنظمة والتعليمات في الجامعة			
8	تستجيب الجامعة لشكاوي الطلبة العرب وتحل مشكلهم في الوقت المناسب	3.77	1.065	مرتفعة
9	تقوم الجامعة باستطلاع تقييم لآلية التدريس بشكل دوري ومستمر وتأخذ ملاحظات الطلبة في عين الاعتبار	3.75	1.031	مرتفعة
10	تتعاون وحدة القبول والتسجيل مع الطلبة العرب في تسجيل مقرراتهم الدراسية وفق خطة محكمة	3.70	1.105	مرتفعة
11	تواكب الجامعة الأحداث الاجتماعية على الساحة	3.74	1.036	مرتفعة
12	تملك الجامعة مركزاً متخصصاً بالبحث العلمي	3.78	1.038	مرتفعة
13	تدعم الجامعة مهارات الطلبة ومواهبهم المتعددة	3.71	1.018	مرتفعة
14	تعمل إدارات الجامعة بتناغم وتنسيق عال	3.76	1.037	مرتفعة
15	توفر الجامعة قواعد بحثية عالمية للطلبة	3.68	1.055	مرتفعة
16	تحرص الجامعة باستمرار على تطوير قدراتها الإبداعية وحجز مكانة متقدمة بين الجامعات محلياً وعربياً ودولياً	3.78	1.057	مرتفعة
17	تسعى الجامعة إلى تبني برامج خاصة وتنوع في استخدام أنظمة	3.76	1.042	مرتفعة

كما أنهم يتعاونون مع زملائهم ويتشاركون الأنشطة والأعمال، بالإضافة إلى أنّ الطلبة العرب حريصون على التواصل مع مكتب شؤون الطلبة الوافدين في حال تقديم الشكاوى والاقتراحات، ويستجيبون بمرونة مع الاستراتيجيات المعمول بها في الجامعة والالتزام بقواعد الجامعة وأدائها.

- ما هو تقييم الصورة الذهنية للجامعات الأردنية لدى الطلبة العرب؟

تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد العينة على فقرات هذا السؤال، حيث كانت كما هي موضحة في الجدول (21).

جدول رقم (21): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد العينة على فقرات تقييم الصورة الذهنية

الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
1	تعتبر الجامعة من الجامعات ذات التصنيف الجامعي العالمي	3.81	0.878	مرتفعة
2	الطلبة الخريجين من هذه الجامعات على قدر من الكفاءة	3.88	1.001	مرتفعة
3	البرامج التعليمية واضحة ومتطابقة مع تطلعات الطلبة وسوق العمل	3.71	0.967	مرتفعة
4	تمتلك الجامعة وسائل اتصال فعالة ومتنوعة لنشر أنشطتها في المجتمع	3.79	1.017	مرتفعة
5	يتعاون أعضاء هيئة التدريس مع الطلبة العرب	3.68	1.115	مرتفعة
6	تقدم الجامعة أنشطة ثقافية وفنية للطلبة العرب	3.74	1.085	مرتفعة
7	تزود الجامعة الطلبة العرب "بدليل الطالب" الذي يمكنهم من تحصيل المعرفة المتعلقة بجميع المعلومات واللوائح	3.67	1.096	متوسطة

### مناقشة النتائج

يتضمن مناقشة نتائج الدراسة التي هدفت التعرف إلى الصورة الذهنية للجامعات الأردنية لدى الطلبة العرب وذلك على النحو الآتي:

إجابات المستجيبين بخصوص الأسئلة المتعلقة بمتغيرات الدراسة:

مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الأول: ونصه: ما العوامل التي تسهم في تشكيل الصورة الذهنية للجامعات الأردنية لدى الطلبة العرب؟

أظهرت النتائج المتعلقة بهذا السؤال أنّ مستوى العوامل التي تسهم في تشكيل الصورة الذهنية للجامعات الأردنية جاء مرتفع من وجهة نظر الطلبة العرب، كما أظهرت النتائج أنّ الأمن والأمان الذي تتمتع به الجامعات الأردنية هو أحد أبرز العوامل التي تساهم في تشكيل الصورة الذهنية للجامعات الأردنية لدى الطلبة العرب، بالإضافة إلى الإنجازات العلمية والأكاديمية التي حققتها الجامعات الأردنية وتنوع التخصصات الموجودة في الجامعات، واتفقت هذه النتيجة مع دراسة (المومني، 2020) ودراسة (أبو زعرور، 2018) ودراسة (Chandra, et al, 2019).

ويرى الباحثان بأنه يمكن تفسير هذه النتيجة بأنّ الجامعات الأردنية تحاول باستمرار تقديم تعليم ذا نوعية جيدة للطلبة العرب وتنوع التخصصات الموجودة في الجامعة، بالإضافة إلى توفر المكتبات ومراكز المعلومات المجهزة تقنياً والمراكز الصحية المتكاملة والمباني والمرافق والتسهيلات المتكاملة، وتوفر سكنات طلابية مناسبة وقريبة من الحرم الجامعي للطلبة العرب.

مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني: ونصه: ما مصادر تكوين الصورة الذهنية عن الجامعات الأردنية لدى الطلبة العرب؟

أظهرت النتائج المتعلقة بهذا السؤال أنّ مصادر تكوين الصورة الذهنية عن الجامعات الأردنية جاءت متوسطة من وجهة نظر الطلبة العرب، كما أظهرت النتائج أنّ موقع الجامعة الإلكتروني وصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي تعد من أبرز مصادر تكوين الصورة الذهنية عن الجامعات الأردنية لدى الطلبة العرب، بالإضافة إلى وجود تأثير متوسط للأصدقاء والأقارب الذين تلقوا تعليمهم في الجامعات والأبحاث المنشورة لأعضاء هيئة التدريس على مواقع البحث العلمي ومحركاته على تكوين الصورة

الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
	التعليم وأساليبه لمواكبة حاجات العصر			
18	توجد برامج خاصة تشجع الطلبة على المشاركة في الندوات والمؤتمرات والدورات التدريبية	3.75	1.042	مرتفعة
19	تمتلك الجامعة صورة جيدة في بلادي مما يجعلها متفوقة على منافسيها	3.85	1.071	مرتفعة
20	رؤية وأهداف وقيم الجامعة واضحة ومتسقة مع رسالتها وغايتها وتتم مراجعتها بشكل دوري	3.80	1.070	مرتفعة
	تقييم الصورة الذهنية	3.75	0.821	مرتفعة

يبين الجدول (21) أنّ الفقرة رقم (2) والتي نصت على "الطلبة الخريجين من هذه الجامعات على قدر من الكفاءة" قد احتلت المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.88) وانحراف معياري (1.001)، بينما احتلت الفقرة رقم (7) والتي نصت على "تزود الجامعة الطلبة العرب "بدليل الطالب" الذي يمكنهم من تحصيل المعرفة المتعلقة بجميع المعلومات واللوائح والأنظمة والتعليمات في الجامعة" الأخيرة بمتوسط حسابي (3.67) وانحراف معياري (1.096)، وقد بلغ المتوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة على فقرات هذا السؤال ككل (3.75) وهو يقابل مستوى تقييم الصورة الذهنية للجامعات الأردنية لدى الطلبة العرب بدرجة مرتفعة.

يرى الباحثان أنّ الطلبة العرب في الجامعات الأردنية على قدر عالٍ من الكفاءة، حيث توفر الجامعات الأردنية برامج خاصة تشجع الطلبة العرب على المشاركة في الندوات والمؤتمرات والدورات التدريبية، كما تسعى الجامعات الأردنية إلى تبني برامج خاصة وتنوع في استخدام أنظمة التعليم وأساليبه لمواكبة حاجات العصر، وتمتلك الجامعة وسائل اتصال فعالة ومتنوعة لنشر أنشطتها في المجتمع، بالإضافة إلى تعاون أعضاء هيئة التدريس في الجامعات الأردنية مع الطلبة العرب وتقديم الجامعة أنشطة ثقافية وفنية لهم.

الجامعات الأردنية تحت الطلبة العرب على التعامل بمرونة مع الاستراتيجيات المعمول بها في الجامعة والالتزام بقواعدها وأدائها. مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الرابع: ونصه: ما هو تقييم الصورة الذهنية للجامعات الأردنية لدى الطلبة العرب؟

أظهرت النتائج المتعلقة بهذا السؤال أن مصادر تقييم الصورة الذهنية للجامعات الأردنية جاء مرتفع من وجهة نظر الطلبة العرب، كما أظهرت النتائج أن الطلبة العرب في الجامعات الأردنية على قدر عالٍ من الكفاءة، حيث توفر الجامعات الأردنية برامج خاصة تشجع الطلبة العرب على المشاركة في الندوات والمؤتمرات والدورات التدريبية، كما تسعى الجامعات الأردنية إلى تبني برامج خاصة وتنوع في استخدام أنظمة التعليم وأساليبه لمواكبة حاجات العصر، وتمتلك الجامعة وسائل اتصال فعالة ومتنوعة لنشر أنشطتها في المجتمع، بالإضافة إلى تعاون أعضاء هيئة التدريس في الجامعات الأردنية مع الطلبة العرب وتقديم الجامعات أنشطة ثقافية وفنية لهم، واتفقت هذه النتيجة مع دراسة (سرحان وداد، 2021) ودراسة (عقيد، 2021).

ويرى الباحثان بأنه يمكن تفسير هذه النتيجة بأن الجامعات الأردنية تحرص بشكل كبير على ترسيخ صورة ذهنية إيجابية لدى الطلبة العرب، حيث تقوم الجامعات بدعم مهارات الطلبة ومواهبهم المتعددة، كما تقوم باستطلاع تقييم لآلية التدريس بشكل دوري ومستمر، وتأخذ ملاحظات الطلبة في عين الاعتبار، لذلك تمتلك الجامعات الأردنية صورة جيدة لدى الطلبة العرب مما يجعلها متفوقة على منافسيها.

#### التوصيات:

بناءً على ما سبق من نتائج توصي الدراسة بما يلي:

1. الأمن والأمان الذي تتمتع به الجامعات الأردنية هو أحد أبرز العوامل التي تساهم في تشكيل الصورة الذهنية الإيجابية للجامعات الأردنية لدى الطلبة العرب، لذا نوصي بالتركيز على هذه الميزة في الاستراتيجيات التسويقية للجامعات الأردنية.
2. الاهتمام بمصادر تكوين الصورة الذهنية للجامعات الأردنية مثل المؤتمرات الدولية وبرامج التبادل الثقافي مع الجامعات بالإضافة إلى الحملات الإعلانية عن الجامعة.
3. ضرورة قيام الجامعات الأردنية بتعزيز عملية التواصل مع الطلبة العرب عبر حساباتها ومواقعها الإلكترونية بصورة مستمرة، وتخصيص موظفين أكفاء في التواصل مع الجمهور.

الذهنية عن الجامعات الأردنية لدى الطلبة العرب، واتفقت هذه النتيجة مع دراسة (المومني، 2020) ودراسة (علاونة، 2019). ويرى الباحثان بأنه يمكن تفسير هذه النتيجة بأن صفحات الجامعات الأردنية على مواقع التواصل الاجتماعي هي المصدر الوحيد البارز للطلبة العرب، بينما تعتبر برامج التبادل الثقافي مع الجامعات من المصادر الواعدة لبناء صورة ذهنية عن الجامعات الأردنية، وهناك ضعف في الحملات الإعلانية والمؤتمرات الدولية للجامعات الأردنية.

مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث: ونصه: ما أبعاد الصورة الذهنية (المعرفية، الوجدانية، والسلوكية) المتكونة عن الجامعات الأردنية لدى الطلبة العرب؟

أظهرت النتائج المتعلقة بهذا السؤال أن مستوى الصورة الذهنية المتكونة عن الجامعات الأردنية جاءت مرتفعة من وجهة نظر الطلبة العرب، كما أظهرت النتائج أن ترتيب أبعاد الصورة الذهنية وفقاً للمتوسطات الحسابية جاء على النحو الآتي: البعد الوجداني، البعد السلوكي، البعد المعرفي، حيث حصلت كافة الأبعاد على درجة تقييم مرتفعة، وأظهرت نتائج تحليل أبعاد الصورة الذهنية أن الجامعات الأردنية تساهم في تلبية الاحتياجات التعليمية للطلبة العرب، كما تساهم في جعل الطلبة قادرين على التعامل مع الأدوات التكنولوجية الحديثة في التعليم، كما أن الأسلوب المتبع من قبل أعضاء الهيئة التدريسية في الجامعات الأردنية يثير دافعية الطلبة العرب نحو التعلم، بالإضافة إلى أن الطلبة العرب في الجامعات الأردنية يشاركون بالأنشطة الثقافية والفنية وفي الدورات التي تعقدتها الجامعة، واتفقت هذه النتيجة مع دراسة (رجب، 2019).

ويرى الباحثان بأنه يمكن تفسير هذه النتيجة بأن الصورة الذهنية من أهم العناصر التي تبني قبول الطلبة العرب وتفضيله للجامعات الأردنية وتجذبهم للتعامل معها من خلال الشعور بالمسؤولية الأخلاقية والعاطفية والاجتماعية، كما تجذب الصورة الذهنية أيضاً انتباه الطلبة العرب إلى الخدمات التي تقدمها الجامعة، مما يخلق التعامل الصحيح مع البيئة ويحسن ظروف التعليم، ووضوح الرؤية ويبني علاقة ناجحة، فمن الناحية المعرفية تساهم الجامعات الأردنية في تلبية الاحتياجات التعليمية للطلبة العرب، ومن الناحية الوجدانية تساهم الجامعات الأردنية في شعور الطلبة العرب بالانتماء إلى الجامعة، وأن دراستهم في هذه الجامعة زادت من ثقتهم بأنفسهم، أما من الناحية السلوكية فإن



الحيزان، محمد بن عبد العزيز.(2004). البحوث الإعلامية: أسسها، أساليبها، مجالاتها. ط2. الرياض: فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية.

الدباغ، اسماعيل محمد علي.(2013). أصول البحث العلمي ومناهجه في علم السياحة. ط1. عمان: مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع.

رجب، رباب السيد (2019). دور المسؤولية الاجتماعية في بناء الصورة الذهنية للجامعات: دراسة ميدانية على الجامعات المصرية. المجلة المصرية للدراسات التجارية. المجلد43. العدد3.

رشتي، جيهان احمد.(1987). الأسس العلمية لنظريات الإعلام. ط2. القاهرة: دار الفكر العربي.

سرحان، عبد الكريم، داود، أسيل غسان(2021). دور دائرة العلاقات العامة في إدارة السمعة والصورة الذهنية لدى الطلبة في جامعة النجاح الوطنية-فلسطين. المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية. العدد 5.

طابع، سامي(2019). الصورة الذهنية للجامعات المصرية لدى الطلبة الوافدين. المجلة المصرية للدراسات المتخصصة. العدد22.

العبادي، هاشم فوزي، الطائي، يوسف حجيم.(2011). التعليم العالي من منظور إداري. ط1. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.

عبد السلام، معوض الفلاح.(2009).أساليب الإحصاء في البحث العلمي. ط1. الرياض: دار الزهراء.

عبد الكافي، اسماعيل . (2007). مصطلحات في عصر العولمة. ط1. القاهرة: الدار الثقافية للنشر والتوزيع.

عجوة، علي.(2003). العلاقات العامة والصورة الذهنية. ط1. القاهرة: عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة.

عقيدة، مطهر علي (2021). الصورة الذهنية لكليات وأقسام الإعلام في الجامعات اليمنية لدى الطلاب الملتحقين بها. مجلة كلية الفنون والاعلام. العدد11.

علاونة، فاطمة يوسف (2019). الصورة الذهنية لممارسي العلاقات العامة في الجامعات الأردنية لدى جمهورها الداخلي: دراسة ميدانية مقارنة. رسالة ماجستير غير منشورة. كلية الإعلام. جامعة اليرموك. الأردن.

4. الاهتمام بالصورة الذهنية بكافة أقسامها (الصورة المرآة، الصورة الحالية، الصورة المرغوبة، الصورة المثلى) كونها مصدرًا لبقاء الجامعة ونموها واستمرارها.

5. عقد ورش عمل ودورات تدريبية للطلبة العرب باستمرار.

6. تقديم الدعم للطلبة العرب المتفوقين والعمل على حل شكاوى الطلبة في الوقت المناسب.

7. ونظرًا للأهمية التي يكتسبها تأثير الصورة الذهنية للجامعات الأردنية لدى الطلبة العرب، هذا ما يفتح آفاق لبحوث ودراسات أخرى أكثر تفصيلاً وتعمقاً في المستقبل، يمكنها إثراء مختلف جوانبه الجديدة بالبحث، وذلك من خلال التطرق لأحد هذه النقاط التالية:

- دراسة تأثير البيئة الداخلية للجامعات الأردنية في تشكيل صورتها الذهنية.

-دراسة أثر الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في الجامعات الأردنية الموجهة للطلبة العرب، والتي من شأنها أن تعزز من صورتها لدى الجمهور.

-دراسة أثر جودة التعليم في الجامعات الأردنية في بناء صورة ذهنية لدى الطلبة العرب.

## قائمة المراجع

### المراجع العربية:

أبو زعور، هبة صلاح الدين (2018). العوامل المؤثرة في بناء الصورة الذهنية المدركة للجامعات الفلسطينية لدى طلبة الثانوية العامة في محافظة الخليل. رسالة ماجستير غير منشورة. عمادة الدراسات العليا. جامعة القدس. فلسطين.

أبو عاقلة، الحاج علي آدم علي (2020). فاعلية الهوية البصرية في تحسين الصورة الذهنية لدى الجامعات السودانية: دراسة تطبيقية على جامعات-الخرطوم-كردفان-البطانة. مجلة العلوم الإسلامية واللغة العربية. العدد5.

الجرايدة، بسام عبد الرحمن.(2013). إدارة العلاقات العامة. ط1. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.

حجاب، محمد منير.(2007). الاتصال الفعال للعلاقات العامة. ط1. القاهرة: دارالفجر للنشر والتوزيع.

- Books for Publishing, Distribution and Printing.
- Al-Abadi, Hashem Fawzy, Al-Tai, Youssef Hajim (2011). Higher Education from an Administrative Perspective. (1<sup>st</sup> Ed). Amman: Al-Yazuri Scientific Publishing and Distribution House.
- Alawneh, Fatima Youssef (2019). The mental image of public relations practitioners in Jordanian universities among their internal audience: a comparative field study. Unpublished Master Thesis. Faculty of Mass Communication. Yarmouk University. Jordan.
- Al-Dabbagh, Ismail Muhammad Ali. (2013). The origins and methods of scientific research in tourism science. (1<sup>st</sup> Ed). Amman: Al-Warraq Publishing and Distribution Corporation.
- Al-Hizan, Muhammad bin Abdul-Aziz. (2004). Media research: its foundations, methods, and fields. (2<sup>nd</sup> Ed). Riyadh: Cataloging of King Fahd National Library.
- Al-Jaraydah, Bassam Abdel-Rahman. (2013). Public Relations Department. (1<sup>st</sup> Ed). Amman: Dar Osama for Publishing and Distribution.
- Al-Momani, Gharam Abdullah Radwan (2020). The role of public relations in enhancing the mental image of private Jordanian universities from the perspective of university students: a field study. Unpublished Master Thesis. Faculty of Mass Communication. Yarmouk University. Jordan.
- Creed, Mutahhar Ali (2021). The mental image of colleges and media departments in Yemeni universities among the students enrolled in them. Journal of the College of Arts and Media. Issue 11.
- Gaddafi, Ramadan, and Al-Duwaibi, Abdel Salam (2010). Social Psychology. (1<sup>st</sup> Ed). Alexandria: Modern University Office.
- Hijab, Mohamed Mounir. (2007). Effective public relations communication. (1<sup>st</sup> Ed). Cairo: Dar Al-Fajr for Publishing and Distribution.
- Makawi, Hassan Emad, and El-Sayed, Laila Hussein. (1998). Communication and its contemporary theories. (1<sup>st</sup> Ed). Cairo: The Egyptian Lebanese House for Publishing and Distribution.
- القذافي، رمضان، والدويبي، عبدالسلام (2010). علم النفس الاجتماعي. ط1. الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث.
- محمد، عبد الباسط عطا المنان احمد (2021). فاعلية العلاقات العامة في التخطيط لتحسين الصورة الذهنية لمؤسسات التعليم العالي. رسالة دكتوراه غير منشورة. كلية الدراسات العليا. جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا. جمهورية السودان.
- مzahere، منال. (2014). مناهج البحث الإعلامي. ط1. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
- مzahere، منال. (2015). إدارة العلاقات العامة وتنظيمها. ط1. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
- مكاوي، حسن عماد، والسيد، ليلى حسين. (1998). الاتصال ونظرياته المعاصرة. ط1. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية للنشر والتوزيع.
- المومني، غرام عبد الله رضوان (2020). دور العلاقات العامة في تعزيز الصورة الذهنية للجامعات الأردنية الخاصة من وجهة نظر طلبة الجامعات: دراسة ميدانية. رسالة ماجستير غير منشورة. كلية الإعلام. جامعة اليرموك. الأردن.
- المراجع العربية مترجمة باللغة الانجليزية:
- Abd al-Salam, Moawad al-Falah (2009). Statistics methods in scientific research. (1<sup>st</sup> Ed). Riyadh: Dar Al-Zahra.
- Abdel Kafi, Ismail. (2007). Terminology in the era of globalization. (1<sup>st</sup> Ed). Cairo: Cultural House for Publishing and Distribution.
- Abu Akila, Hajj Ali Adam Ali (2020). The effectiveness of visual identity in improving the mental image of Sudanese universities: an applied study on the universities of Khartoum-Kordofan-Al-Butana. Journal of Islamic Sciences and Arabic Language. Number 5.
- Abu Zaarour, Heba Salah El-Din (2018). Factors affecting building the perceived mental image of Palestinian universities among high school students in Hebron Governorate. Unpublished Master Thesis. Deanship of Postgraduate Studies. Al-Quds University. Palestine.
- Ajwa, Ali (2003). Public relations and mental image. (1<sup>st</sup> Ed). Cairo: The World of

- Chandra . T,etc al (2019).The influence of service quality, university image on student satisfaction and student loyalty , Benchmarking: An International Journal ,Vol.26, No.5.
- Field, Andy, (2013). Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics, (4th Ed). SAGE Publications.
- Gujarati, D.N. and Porter, D.C. (2010). Econometría. McGraw-Hill, México.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., & Anderson, R.E. (2010). Multivariate Data Analysis. Seventh Edition. Prentice Hall, Upper Saddle River, New Jersey.
- Hassan. S& Shamsudin. M ( 2019). Measuring the Effect of Service Quality and Corporate Image on Student Satisfaction and Loyalty in Higher Learning Institutes of Technical and Vocational Education and Training, International Journal of Engineering and Advanced Technology, Vol.8, No.5.
- Štefko, et al(2016) .WEBSITE CONTENT QUALITY IN TERMS OF PERCEIVED IMAGE OF HIGHER EDUCATION INSTITUTION, POLISH JOURNAL OF MANAGEMENT STUDIES, Vol.13, No.2.
- Winata.A.P & Loisa.R (2021). Media Relations as a Method to Build Private Universities Image (A Case Study in Universitas Tarumanagara) ,Advances in Social Science, Education and Humanities Research, vol.570.
- Mazhara, Manal (2015). Public relations management and organization. (1<sup>st</sup> Ed). Amman: Dar Al Masira for publishing, distribution and printing.
- Mazhara, Manal. (2014). Media Research Methods. (1<sup>st</sup> Ed). Amman: Dar Al Masirah for Publishing, Distribution and Printing.
- Muhammad, Abdul Basit Atta Al-Mannan Ahmed (2021). The effectiveness of public relations in planning to improve the mental image of higher education institutions. Unpublished Ph.D. Dissertation. Graduate School. Sudan University of Science and Technology. Republic of Sudan.
- Rajab, Rabab El-Sayed (2019). The role of social responsibility in building the mental image of universities: a field study on Egyptian universities. The Egyptian Journal of Business Studies. Volume 43. Issue 3.
- Rashty, Jihan Ahmed. (1987). Scientific foundations of media theories. (2<sup>nd</sup> Ed). Cairo: Arab Thought House.
- Sarhan, Abdel Karim, Daoud, Aseel Ghassan (2021). The role of the Public Relations Department in managing the reputation and mental image of students at An-Najah National University - Palestine. The Arab Journal of Humanities and Social Sciences. Number 5.
- Taya, Sami (2019). The mental image of Egyptian universities among international students. The Egyptian Journal of Specialized Studies. Issue 22.

#### المراجع الأجنبية:

- Alhadid.A.Y (2016). The Role of Public Relations on Company Image: Social Media as a Moderating Variable: A Case Study at the Applied Science Private University at Jordan, International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, vol.6, No.4.
- Ali.F,et al (2016). Does higher education service quality effect student satisfaction, image and loyalty? A study of international students in Malaysian public universities, VOL. 24. Issue. 1