

مجلة

# بحوث العلاقات العامة

Journal  
of  
PR  
research  
Middle East

الشرق الأوسط



معامل الاقتباس الدولي ICR لعام ٢٠٢٢/٢٠٢١ = ١,٥٦٩ معامل تأثير المجلس الأعلى للجامعات = ٧

معامل التأثير "أرسيف" لعام ٢٠٢٣ = ٢,٧٥٥٨

دورية علمية محكمة بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة - السنة الثانية عشرة - العدد الحادي والخمسون - أبريل / يونيو ٢٠٢٤م

ملخصات بحوث باللغة الإنجليزية:

التواصل بشأن تغير المناخ، تحدي الاستدامة: دراسة ميدانية تحليلية

د. عبير عبد الحميد سالم (جامعة أكتوبر للعلوم الحديثة والآداب MSA) ... ص ٩

بحوث باللغة العربية:

- مبادئ التصميم المقنع لمواقع الجامعات العربية المصنفة عالمياً باستخدام نموذج (PSD): دراسة تحليلية  
أ.م.د. معين صالح يحيى الميتمي (كلية ليوا - أبوظبي)  
أ.م.د. فؤاد علي حسين سعدان (جامعة صنعاء) ... ص ١٣
- اعتماد طلاب الإعلام التربوي على تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المواد الإذاعية والتليفزيونية:  
دراسة ميدانية  
أ.م.د. محمد أحمد محمد عبود (جامعة بنها) ... ص ٤٣
- التماس الشُّباب للمعلومات السياسيّة حول أزمة سدّ التّهضة الاثيوبي في وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقته  
بالرضا عن أداء الحكومة المصريّة أثناء الأزمة: دراسة ميدانيّة  
أ.م.د. ممدوح السيد عبد الهادي شتلة (جامعة كفر الشيخ) ... ص ١٤٧
- الصورة الذهنية لقسم الإعلام لدى الطلبة بجامعة الملك سعود في الرياض  
د. حامد بن عتيق علي الغامدي (جامعة الملك سعود) ... ص ٢٤١
- محددات كراهية العلامات التجارية المحلية والعالمية وعلاقتها بسلوك المستهلك المصري: دراسة ميدانية  
د. زينب صالح عبد الفضيل جاد (جامعة الأزهر) ... ص ٢٧٥
- المشاركة الترابطية في تواصل مصرف الراجحي مع عملائه من مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي  
بندر بن أبوظالب صفحي (جامعة الملك سعود) ... ص ٣٢٩
- الرضا الوظيفي لدى ممارسي العلاقات العامة بالمؤسسات الصحية بالمملكة العربية السعودية مستشفيات مدينة  
جدة نموذجاً: دراسة ميدانية  
إيثار بنت عبد المحسن مبارك النويبي (جامعة الملك عبد العزيز) ... ص ٣٨١
- أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على إعادة تشكيل القيم: دراسة تطبيقية على المجتمع السعودي  
ماجد بن سالم أحمد العبدلي (كليات الشرق العربي) ... ص ٤٣٩
- الاتصال الحوارية الإلكتروني في المنصات الرقمية لقطاع وزارة الصحة السعودية  
مروة بنت طلعت محمد أمين ينكصار (جامعة الملك سعود) ... ص ٤٨٣

(ISSN 2314-8721)

الشبكة القومية للمعلومات العلمية والتكنولوجية  
(ENSTINET)

الجمعية المصرية للعلاقات العامة  
بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر  
رقم الإبداع بدار الكتب: ٢٠١٩/٢٤٢٨٠  
جميع الحقوق محفوظة ٢٠٢٤ @ APRA



الوكالة العربية للعلاقات العامة

www.jprr.epra.org.eg



مؤسسها

ورئيس مجلس الإدارة

د. حاتم محمد عاطف

رئيس EPRA

رئيس التحرير

أ.د. علي السيد عجوة

أستاذ العلاقات العامة والعميد

الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

رئيس اللجنة العلمية بـ EPRA

مدير التحرير

أ.د. محمد معوض إبراهيم

أستاذ الإعلام بجامعة عين شمس

والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة سيناء

رئيس اللجنة الاستشارية بـ EPRA

مساعدو التحرير

أ.د. رزق سعد عبد المعطي

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام والألسن

جامعة مصر الدولية

أ.د. محمد حسن العامري

أستاذ ورئيس قسم العلاقات العامة

كلية الإعلام - جامعة بغداد

أ.م.د. ثريا محمد السنوسي

أستاذ مشارك بكلية الاتصال

جامعة الشارقة

أ.م.د. فؤاد علي سعدان

أستاذ العلاقات العامة المشارك

كلية الإعلام - جامعة صنعاء

أ.م.د. السيد عبد الرحمن علي

أستاذ العلاقات العامة المشارك ووكيل كلية الإعلام

جامعة السويس

أ.م.د. نصر الدين عبد القادر عثمان

أستاذ العلاقات العامة المشارك في كلية الإعلام

جامعة عجمان

مدير العلاقات العامة

المستشار/ السعيد سالم خليل

التدقيق اللغوي

علي حسين الميهي

د. سعيد عثمان غانم

مدققا اللغة العربية

المراسلات

الجمعية المصرية للعلاقات العامة

جمهورية مصر العربية - الجيزة - الدقي

بين السرايات - ١ شارع محمد الزغبى

إصدارات الوكالة العربية للعلاقات العامة

جمهورية مصر العربية - المنوفية - شبين الكوم

رمز بريدي: ٢٢١١١ - صندوق بريدي: ٦٦

Mobile: +201141514157

Fax: +20482310073 Tel : +2237620818

www.jprr.epra.org.eg

Email: jprr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

**الهيئة الاستشارية**

أ.د. علي السيد عجوة (مصر)

أستاذ العلاقات العامة المتفرغ والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

أ.د. ياس خضير البياتي (العراق)

أستاذ الإعلام بجامعة بغداد ووكيل عميد كلية المعلومات والإعلام والعلوم الإنسانية

جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا

أ.د. محمد معوض إبراهيم (مصر)

أستاذ الإعلام المتفرغ بجامعة عين شمس والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة سيناء

أ.د. عبد الرحمن بن حمود العناد (السعودية)

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

أ.د. محمود يوسف مصطفى عبده (مصر)

أستاذ العلاقات العامة والوكيل الأسبق لكلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة - جامعة القاهرة

أ.د. سامي عبد الرؤوف محمد طايح (مصر)

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د. شريف درويش مصطفى اللبان (مصر)

أستاذ الصحافة - وكلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة سابقاً - جامعة القاهرة

أ.د. جمال عبد الحي عمر النجار (مصر)

أستاذ الإعلام بكلية الدراسات الإسلامية للنبات - جامعة الأزهر

أ.د. عابدين الدردير الشريف (ليبيا)

أستاذ الإعلام وعميد كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الزيتونة - ليبيا

أ.د. عثمان بن محمد العربي (السعودية)

أستاذ العلاقات العامة والرئيس الأسبق لقسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د. وليد فتح الله مصطفى بركات (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون ووكيل كلية الإعلام لشئون التعليم والطلاب سابقاً - جامعة القاهرة

أ.د. تحسين منصور رشيد منصور (الأردن)

أستاذ العلاقات العامة والعميد السابق لكلية الإعلام - جامعة اليرموك

أ.د. علي قسايسية (الجزائر)

أستاذ متقاعد تخصص دراسات الجمهور والتشريعات الإعلامية بكلية علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر ٣

أ.د. رضوان بو جمعة (الجزائر)

أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر

أ.د. هشام محمد عباس زكريا (السودان)

أستاذ الإعلام وعميد كلية الاتصال بالجامعة القاسمية بالشارقة - العميد السابق لكلية تنمية المجتمع في جامعة وادي النيل بالسودان

أ.د. عبد الملك ردمان الدناني (اليمن)

أستاذ الإعلام بجامعة الإمارات للتكنولوجيا

جميع حقوق الطبع محفوظة.

## جميع حقوق الطبع والنشر محفوظة للوكالة العربية للعلاقات العامة

لا يجوز، دون الحصول على إذن خطي من الناشر، استخدام أي من المواد التي تتضمنها هذه المجلة، أو استنساخها أو نقلها، كلياً أو جزئياً، في أي شكل وبأية وسيلة، سواء بطريقة إلكترونية أو آلية، بما في ذلك الاستنساخ الفوتوجرافي، أو التسجيل أو استخدام أي نظام من نظم تخزين المعلومات واسترجاعها، وتطبق جميع الشروط والأحكام والقوانين الدولية فيما يتعلق بانتهاك حقوق النشر والطبع للنسخة المطبوعة أو الإلكترونية.

الترقيم الدولي للنسخة المطبوعة  
(ISSN 2314-8721)

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية  
(ISSN 2314-873X)

الشبكة القومية المصرية للمعلومات العلمية والتكنولوجية  
(ENSTINET)

الجمعية المصرية للعلاقات العامة  
بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر  
رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: ٢٠١٩ / ٢٤٢٨٠

ولتقديم طلب الحصول على هذا الإذن والمزيد من الاستفسارات، يرجى الاتصال برئيس مجلس إدارة الجمعية المصرية للعلاقات العامة (الوكيل المفوض للوكالة العربية للعلاقات العامة) على العنوان الآتي:

### APRA Publications

Al Arabia Public Relations Agency, Egypt, Menofia, Shebin El-Kom  
Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.  
Postal code: 32111 Post Box: 66

Or

Egyptian Public Relations Association, Egypt, Giza,  
Dokki, Ben Elsarayat -1 Mohamed Alzoghby st. of Ahmed Elzayat St.

بريد إلكتروني: [jpr@epra.org.eg](mailto:jpr@epra.org.eg) - [ceo@apr.agency](mailto:ceo@apr.agency)

موقع ويب: [www.jpr.epra.org.eg](http://www.jpr.epra.org.eg) - [www.apr.agency](http://www.apr.agency)

الهاتف : 818-02-376-20 (+2) - 151-14-15-0114 (+2) - 157-14-15-0114 (+2)

فاكس : 73-048-231-00 (+2)

المجلة مفهرسة ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية التالية:



## مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط

Journal of Public Relations Research Middle East

### التعريف بالمجلة:

مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط دورية علمية تنشر أبحاثاً متخصصة في العلاقات العامة وعلوم الإعلام والاتصال، بعد أن تقوم بتحكيمها من قِبَل عدد من الأساتذة المتخصصين في نفس المجال، بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة، أول جمعية علمية مصرية متخصصة في العلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة).  
والمجلة ضمن مطبوعات الوكالة العربية للعلاقات العامة المتخصصة في النشر والاستشارات العلمية والتعليم والتدريب.

- المجلة معتمدة بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر، ولها ترقيم دولي ورقم إيداع محلي بدار الكتب المصرية، ومصنفة دولياً لنسختها المطبوعة والإلكترونية من أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة، كذلك مصنفة من لجنة الترقيات العلمية تخصص الإعلام بالمجلس الأعلى للجامعات في مصر.
- المجلة فصلية تصدر كل ثلاثة أشهر خلال العام.
- تقبل المجلة نشر عروض الكتب والمؤتمرات وورش العمل والأحداث العلمية العربية والدولية.
- تقبل المجلة نشر إعلانات عن محركات بحث علمية أو دور نشر عربية أو أجنبية وفقاً لشروط خاصة يلتزم بها المعلن.
- تقبل المجلة نشر البحوث الخاصة بالترقيات العلمية، كما تُقبل نشر أبحاث المتقدمين لمناقشة رسائل الماجستير والدكتوراه.
- تقبل المجلة نشر ملخصات الرسائل العلمية التي نوقشت، كما تقبل نشر عروض الكتب العلمية المتخصصة في العلاقات العامة والإعلام، كذلك المقالات العلمية المتخصصة من أسانذة التخصص من أعضاء هيئة التدريس.

### قواعد النشر:

- أن يكون البحث أصيلاً ولم يسبق نشره.
- تقبل البحوث باللغات: (العربية – الإنجليزية – الفرنسية) على أن يُكتب ملخص باللغة الإنجليزية للبحث في حدود صفحة واحدة إذا كان مكتوباً باللغة العربية.
- أن يكون البحث في إطار الموضوعات التي تهتم بها المجلة في العلاقات العامة والإعلام والاتصالات التسويقية المتكاملة.
- تخضع البحوث العلمية المقدمة للمجلة للتحكيم ما لم تكن البحوث قد تم تقييمها من قِبَل اللجان والمجالس العلمية بالجهات الأكاديمية المعترف بها أو كانت جزءاً من رسالة أكاديمية نوقشت وتم منح صاحبها الدرجة العلمية.
- يُراعى اتباع الأسس العلمية الصحيحة في كتابة البحث العلمي ومراجعته، ويُراعى الكتابة بنط (١٤) Simplified Arabic والعناوين الرئيسية والفرعية Bold في البحوث العربية، ونوع الخط Times New

- Roman في البحوث الإنجليزية، وهوامش الصفحة من جميع الجهات (٢،٥٤)، ومسافة (١) بين السطور، أما عناوين الجداول فببنت (١١) بنوع خط Arial.
- يتم رصد المراجع في نهاية البحث وفقاً للمنهجية العلمية بأسلوب متسلسل وفقاً للإشارة إلى المرجع في متن البحث وفقاً لطريقة APA الأمريكية.
- يرسل الباحث نسخة إلكترونية من البحث بالبريد الإلكتروني بصيغة Word مصحوبة بسيرة ذاتية مختصرة عنه، وإرفاق ملخصين باللغتين العربية والإنجليزية للبحث.
- في حالة قبول البحث للنشر بالمجلة يتم إخطار الباحث بخطاب رسمي بقبول البحث للنشر، أما في حالة عدم قبول البحث للنشر فيتم إخطاره بخطاب رسمي وإرسال جزء من رسوم نشر البحث له في أسرع وقت.
- إذا تطلب البحث إجراء تعديل بسيط فيلتزم الباحث بإعادة إرسال البحث معدلاً خلال ١٥ يوماً من استلام ملاحظات التعديل، وإذا حدث تأخير منه فسيتم تأجيل نشر البحث للعدد التالي، أما إذا كان التعديل جذرياً فيرسله الباحث بعد ٣٠ يوماً من إرسال الملاحظات له.
- يرسل الباحث مع البحث ما قيمته ٣٨٠٠ جنيه مصري للمصريين من داخل مصر، ومبلغ ٥٥٠ \$ للمصريين المقيمين بالخارج والأجانب، مع تخفيض (٢٠٪) لمن يحمل عضوية الزمالة العلمية للجمعية المصرية للعلاقات العامة من المصريين والجنسيات الأخرى. وتخفيض (٢٥٪) من الرسوم لطلبة الماجستير والدكتوراه. ولأي عدد من المرات خلال العام. يتم بعدها إخضاع البحث للتحكيم من قِبل اللجنة العلمية.
- يتم رد نصف المبلغ للباحثين من داخل وخارج مصر في حالة رفض هيئة التحكيم البحث وإقرارهم بعدم صلاحيته للنشر بالمجلة.
- لا ترد الرسوم في حالة تراجع الباحث وسحبه للبحث من المجلة لتحكيمه ونشره في مجلة أخرى.
- لا يزيد عدد صفحات البحث على (٤٠) صفحة A4، وفي حالة الزيادة تحتسب الصفحة بـ ٧٠ جنيهاً مصرياً للمصريين داخل مصر وللمقيمين بالخارج والأجانب ١٠ \$.
- يُرسل للباحث عدد (٢) نسخة من المجلة بعد نشر بحثه، وعدد (٥) مستلة من البحث الخاص به.
- ملخص رسالة علمية (ماجستير) ٥٠٠ جنيه للمصريين ولغير المصريين ١٥٠ \$.
- ملخص رسالة علمية (الدكتوراه) ٦٠٠ جنيه للمصريين ولغير المصريين ١٨٠ \$.
- على ٨ صفحات.
- يتم تقديم خصم (١٠٪) لمن يشترك في عضوية الجمعية المصرية للعلاقات العامة، ويتم إرسال عدد (١) نسخة من المجلة بعد النشر للباحث على عنوانه بالبريد الدولي.
- نشر عرض كتاب للمصريين ٧٠٠ جنيه ولغير المصريين ٣٠٠ \$، ويتم إرسال عدد (١) نسخ من المجلة بعد النشر لصاحب الكتاب على عنوانه بالبريد الدولي السريع، ويتم تقديم خصم (١٠٪) لمن يشترك في عضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة.
- بالنسبة لنشر عروض تنظيم ورش العمل والندوات من داخل مصر ٦٠٠ جنيه، ومن خارج مصر ٣٥٠ \$.
- بالنسبة لنشر عروض المؤتمرات الدولية من داخل مصر ١٢٠٠ جنيه ومن خارج مصر ٤٥٠ \$ بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- جميع الآراء والنتائج البحثية تعبر عن أصحاب البحوث المقدمة، وليس للجمعية المصرية للعلاقات العامة أو الوكالة العربية للعلاقات العامة أي دخل بها.
- تُرسل المشاركات من خلال موقع المجلة [www.jprr.epra.org](http://www.jprr.epra.org) (رابط: أرسل بحث للتحكيم) أو بإرسال المشاركات باسم رئيس مجلس إدارة المجلة على عنوان الوكالة العربية للعلاقات العامة - جمهورية مصر العربية - المنوفية - شبين الكوم - تقاطع شارع صبري أبو علم مع شارع الأمين، رمز بريدي: ٣٢١١١ - صندوق بريدي: ٦٦، والبريد الإلكتروني المعتمد من المجلة [jprr@epra.org](mailto:jprr@epra.org)، أو البريد الإلكتروني لرئيس مجلس إدارة المجلة [ceo@apr.agency](mailto:ceo@apr.agency)، بعد تسديد قيمة رسوم البحث وإرسال صورة الإيصال التي تفيد ذلك.

## الافتتاحية

منذ بداية إصدارها في أكتوبر - ديسمبر من عام ٢٠١٣م، يتواصل صدور أعداد المجلة بانتظام، ليصدر منها خمسون عددًا بانتظام، تضم بحوثًا ورؤى علمية متعددة لأساتذة ومتخصصين وباحثين من مختلف دول العالم.

وبما أن المجلة أول دورية علمية محكمة في بحوث العلاقات العامة بالوطن العربي والشرق الأوسط - وهي تصدر بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة) ضمن مطبوعات الوكالة العربية للعلاقات العامة - وجد فيها الأساتذة الراغبون في تقديم إنتاجهم للمجتمع العلمي بكافة مستوياته ضالته المنشودة للنشر على النطاق العربي، وبعض الدول الأجنبية التي تصل إليها المجلة من خلال مندوبيها في هذه الدول، وكذلك من خلال موقعها الإلكتروني، فقد نجحت المجلة في الحصول على معايير اعتماد معامل "Arcif" المتوافقة مع المعايير العالمية والتي يبلغ عددها ٣١ معيارًا، وصنفت المجلة في عام ٢٠٢٣م ضمن الفئة "الأولى Q1" وهي الفئة الأعلى في تخصص الإعلام، والمجلة الأعلى على المستوى العربي للعام الثالث على التوالي، بمعامل تأثير = ٢.٧٥٥٨، كما تحصلت المجلة على معامل الاقتباس الدولي ICR لعام ٢٠٢١/٢٠٢٢م بقيمة = ١.٥٦٩.

وكانت المجلة قد تصدرت المجلة الدوريات العلمية المحكمة المتخصصة في التصنيف الأخير للمجلس الأعلى للجامعات في مصر، والذي اعتمدها في الدورة الحالية للجنة الترقيات العلمية تخصص "الإعلام" وقام بتقييمها بـ (٧) درجات من (٧). وأصبحت المجلة متاحة على قاعدة البيانات العربية الرقمية "معرفة"، وكذلك أصبحت ضمن قائمة المجلات العلمية المحكمة التي تصدر باللغة العربية المستوفية لمعايير الانضمام لقواعد البيانات العالمية، والتي تم مراجعتها من وحدة النشر بعمادة البحث العلمي بجامعة أم القرى.

والمجلة مفهرسة حاليًا ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية: (EBSCO HOST - دار المنظومة - العبيكان - معرفة - بوابة الكتاب العلمي).

وفي هذا العدد - الحادي والخمسين - من المجلة نقدم للباحثين في الدراسات الإعلامية والمهتمين بهذا المجال عددًا يضم بحوثًا ورؤى علمية للأساتذة والمشاركين والمساعدين.

ففي البداية وعلى صعيد البحوث الواردة بهذا العدد من المجلة، نجد بحثًا باللغة الإنجليزية من جامعة أكتوبر للعلوم الحديثة والآداب MSA تحت عنوان: "التواصل بشأن تغير المناخ، تحدي الاستدامة: دراسة ميدانية تحليلية"، وهو مقدم من: د. عبير عبد الحميد سالم، من مصر.

أما أ.م.د. معين صالح يحيى الميتمي، من اليمن، من كلية ليوا - أبوظبي، وأ.م.د. فؤاد علي حسين سعدان، من اليمن، من جامعة صنعاء فقدما دراسة تحليلية مشتركة بعنوان: "مبادئ التصميم المقنع لمواقع الجامعات العربية المصنفة عالميًا باستخدام نموذج (PSD)".

ومن جامعة بنها قدم: أ.م.د. محمد أحمد محمد عبود، من مصر، دراسة ميدانية بعنوان: "اعتماد

طلاب الإعلام التربوي على تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المواد الإذاعية والتلفزيونية".

ومن جامعة كفر الشيخ قَدَمَ: أ.م.د. ممدوح السيد عبد الهادي شتلة، من مصر، بحثاً بعنوان: "التماس الشَّباب للمعلومات السياسيَّة حول أزمة سدِّ النَّهضة الإثيوبي في وسائل التَّواصل الاجتماعي وعلاقته بالرضا عن أداء الحكومة المصريَّة أثناء الأزمة: دراسة ميدانيَّة".

ومن جامعة الملك سعود قَدَمَ د. حامد بن عتيق علي الغامدي، من السعوديَّة، دراسة بعنوان: "الصورة الذهنية لقسم الإعلام لدى الطلبة بجامعة الملك سعود في الرياض".

أما د. زينب صالح عبد الفضيل جاد، من جامعة الأزهر، من مصر، قَدَّمت دراسة ميدانية بعنوان: "محددات كراهية العلامات التجارية المحلية والعالمية وعلاقتها بسلوك المستهلك المصري".

وقَدَّمَ بندر بن أبوطالب صفحي من جامعة الملك سعود، من السعوديَّة، دراسة بعنوان: "المشاركة الترابطية في تواصل مصرف الراجحي مع عملائه من مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي".

أما إيثار بنت عبد المحسن مبارك اليوبي من جامعة الملك عبد العزيز، من السعوديَّة، قَدَّمت دراسة بعنوان: "الرضا الوظيفي لدى ممارسي العلاقات العامة بالمؤسسات الصحية بالمملكة العربية السعوديَّة مستشفيات مدينة جدة نموذجاً: دراسة ميدانية".

ومن كليات الشرق العربي، قَدَّمَ ماجد بن سالم أحمد العبدلي، من السعوديَّة، بحثاً بعنوان: "أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على إعادة تشكيل القيم: دراسة تطبيقية على المجتمع السعودي".

وأخيراً من جامعة الملك سعود، قَدَّمت مروة طلعت محمد أمين ينكصار، من السعوديَّة، بحثاً بعنوان: "الاتصال الحواري الإلكتروني في المنصات الرقمية لقطاع وزارة الصحة السعوديَّة".

وهكذا فإنَّ المجلة ترحب بالنشر فيها لمختلف الأجيال العلميَّة من جميع الدول، ومن المعلوم بالضرورة أنَّ جيل الأساتذة وبحوثهم لا تخضع للتحكيم طبقياً لقواعد النشر العلمي المتبعة في المجالات العلميَّة.

أما البحوث المنشورة لأعضاء هيئة التدريس الراغبين في التقدُّم للترقي للدرجة الأعلى والطلاب المسجلين لدرجتي الدكتوراه والماجستير فتخضع جميعها للتحكيم من قِبَل الأساتذة المتخصصين.

وجميع هذه البحوث والأوراق العلميَّة تعبر عن أصحابها دون تدخل من هيئة تحرير المجلة التي تحدد المحكمين وتقدم ملاحظاتهم إلى أصحاب البحوث الخاضعة للتحكيم لمراجعة التعديلات العلميَّة قبل النشر. وأخيراً وليس آخراً ندعو الله أن يوفقنا لإثراء النشر العلمي في تخصص العلاقات العامة بشكل خاص والدراسات الإعلامية بشكل عام.

والله الموفق،

**رئيس تحرير المجلة**

أ.د. علي عجوة

# الصورة الذهنية لقسم الإعلام لدى الطلبة بجامعة الملك سعود في الرياض (\*)

إعداد

د. حامد بن عتيق الغامدي (\*\*)

---

(\*) تم استلام البحث بتاريخ ٣١ مارس ٢٠٢٤م، وقيل للنشر في ٢١ مايو ٢٠٢٤م.  
(\*\*) أستاذ الإعلام المساعد بقسم الإعلام في كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية - جامعة الملك سعود.



## الصورة الذهنية لقسم الإعلام لدى الطلبة بجامعة الملك سعود في الرياض

د. حامد بن عتيق علي الغامدي

halgrsan@ksu.edu.sa

جامعة الملك سعود

### ملخص:

إن الهدف الرئيسي لهذا البحث هو رصد وتحليل ملامح، وسمات الصورة الذهنية لقسم الإعلام لدى طلابه، وعلاقة هذه الصورة باتجاهاتهم نحو تخصصات الإعلام، ويأتي هذا البحث ضمن البحوث الوصفية، واستخدم الباحث الاستبانة أداة رئيسة في جمع البيانات من خلال عينة عمدية قوامها ١٢٣ طالبًا وطالبة من الملتحقين بتخصص الإعلام، وقد توصلت الدراسة إلى نتائج عدة أهمها أن أغلب العينة كانوا يهتمون بمتابعة أنشطة قسم الإعلام، وأن الذكور كانوا يهتمون بالمتابعة أكثر من الإناث، وأن الطلاب كانوا يأخذون مصادر معلوماتهم عن قسم الإعلام من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، وأنهم غير راضين عن الحزم الدراسية المقدّمة لهم، ويؤكدون ملاءمة المواد التي تدرس مع سوق العمل، والصورة الذهنية الجيدة لأعضاء هيئة التدريس بالقسم، وأهمية التطبيق العملي للتخصصات، كما يوجد استغلال الموارد المتاحة للتطبيق، والطلاب راضين عن الأجهزة الموجودة في القسم وكفاءتها وجاهزيتها، وعن المقررات الدراسية. واتضح أيضًا وجود فروق دالة إحصائية بين متوسط الذكور والإناث؛ لصالح الذكور برضاهم عن المقررات الدراسية، واتضح أيضًا أنه كلما زادت جودة المقررات الدراسية كلما أثر في الطلاب على اختيارهم لقسم الإعلام.

**الكلمات المفتاحية:** الصورة الذهنية، الطلبة، قسم الإعلام، جامعة الملك سعود.

### المقدمة:

يعتبر تخصص الإعلام من التخصصات العريقة في الجامعات السعودية، ويتزايد حجم الإقبال على هذا التخصص من قبل خريجي الثانوية العامة عامًا بعد عام لأهميته؛ ويعود ذلك إلى عوامل عدة، منها التطورات المتسارعة في مجال استثمار وصناعة الإعلام، وانتشار شبكات التواصل الاجتماعي، والاهتمام الكبير بالعمل الإعلامي، لمعرفةهم بأهمية هذا المجال، وخاصة في تأثيره على الرأي العام على المستويين المحلي والدولي من خلال تبنّي اتجاهات وقضايا ذات طابع سياسي، واقتصادي، واجتماعي وغيره، في محاولة لاستقطاب العدد الأكبر من المؤيدين والمناصرين لهذه الاتجاهات والقضايا، فالإعلام لم يعد مجرد ناقل للمجريات والأحداث اليومية بل أصبح ممن يصنع الحدث ويشارك في مجرياته.

وتلعب الصورة الذهنية أهمية كبيرة في إبراز آرائنا، واتجاهاتنا، وقيمنا، وردود أفعالنا تجاه كل الفئات والأحداث، كما أن للصورة الذهنية دوراً بارزاً في حياة الأفراد، فهي تقوم أيضاً بدور في غاية الأهمية في حياة الدول والشركات والمؤسسات، الأمر الذي يبزر حرص هذه الأطراف على أن تكون صورتها الذهنية إيجابية، وتخدم أهدافها أو مصالحها، وتسعى لإزالة أي جوانب سلبية موجودة في هذه الصورة. (القضاة، ٢٠٠٨م).

فإذا كان مصطلح الصورة الذهنية هو تصور الشيء في هيئته وحقيقته وصفته من خلال الفطنة والحفظ في العقل، وكذلك إدراك الأشياء والتفكير بها لإصدار الأحكام والاستدلالات، وإذا كان استخدام هذا المصطلح يحظى بحضور متزايد في مختلف العلوم الاجتماعية، ما أضفى عليه اتساعاً معرفياً أدى إلى غياب حدود التعريف الدقيق، والاستخدام الواضح والمحدد له. (الدقوقي، ٢٠٠١م).

في ظل المنافسة لقطاع التعليم التي سعت لها الجامعات الحكومية والخاصة إلى إبراز أهم المميزات التي تمتلكها دون غيرها، من حيث الكادر الأكاديمي والتخصصات والأقسام العلمية، ومدى ملاءمة برامجها العلمية لمتطلبات سوق العمل، وما توفره من معامل ومعدات وتجهيزات ووسائط تعليمية، وما تحتويه المكتبات لديها من كتب ومراجع دراسية ومناسبة وحديثة من حيث الكم والكيف، وبناءً عليه فقد اهتم قسم الإعلام بجامعة الملك سعود بإبراز الصورة الذهنية الإيجابية لدى طلاب قسم الإعلام، لتكون هذه الصورة هي المدخل الأساسي؛ لتكوين صورة إيجابية لها في أذهان جماهيرها، من خلال ما تمتلكه من مؤهلات تتوافق مع معايير الجودة والاعتماد الأكاديمي.

### المشكلة البحثية:

مع انتشار الجامعات الحكومية والخاصة في المملكة، والتي من المفترض أن تقدم خدمة تعليمية تنافسية مميزة وفقاً للمعايير والضوابط العالمية في المجتمعات المتقدمة، اهتمت شريحة كبيرة من الطلاب خريجي الثانوية العامة، وما يعادلها بالالتحاق بكليات وأقسام الإعلام، ويمكن تحديد المشكلة البحثية في رصد وتحليل ملامح وسمات الصورة الذهنية لقسم الإعلام لدى طلابه، وعلاقة هذه الصورة باتجاهاتهم نحو تخصصات القسم الأكاديمية.

### أهمية الدراسة:

١. تسليط الضوء على سمات ولامح الصورة الذهنية لدى طلاب قسم الإعلام بالجامعة.
٢. تعد دراسة وتحليل ملامح الصورة الذهنية لقسم الإعلام من الموضوعات التي لم يتطرق لها الباحثون.
٣. تعطي هذه الدراسة أفقاً واسعة لقسم الإعلام؛ للتعرف على ملامح وسمات الصورة الذهنية للقسم لدى طلابه، وإيجاد المعالجات اللازمة لنقاط الضعف الموجودة في صورته الذهنية.

## أهداف الدراسة:

- يتمثل الهدف العام للدراسة في معرفة العوامل المؤثرة في تشكيل الصورة الذهنية لقسم الإعلام في جامعة الملك سعود لدى طلاب قسم الإعلام، وهي كما يأتي:
1. التعرف على ملامح وسمات الصورة الذهنية لطلبة قسم الإعلام في جامعة الملك سعود، وعلاقة ذلك باتجاهاتهم نحو هذه التخصصات.
  2. التعرف على ملامح الصورة الذهنية عن الكادر الأكاديمي في قسم الإعلام بجامعة الملك سعود لدى طلابه.
  3. تحليل مكونات الصورة الذهنية سواء كانت إيجابية أو سلبية لقسم الإعلام في جامعة الملك سعود.
  4. معرفة العوامل المؤثرة في تشكيل الصورة الذهنية لقسم الإعلام لدى طلابه.

## تساؤلات الدراسة:

يكمن التساؤل الرئيس للدراسة في: ما هي ملامح الصورة الذهنية لقسم الإعلام لدى طلابه؟ ويتفرع من هذا التساؤل الرئيس التساؤلات التالية:

1. ما مدى الاهتمام بمتابعة أنشطة قسم الإعلام؟
2. ما أهم مصادر المعلومات المأخوذة عن أنشطة قسم الإعلام؟
3. ما مدى رضا الطلاب عن الحزم الدراسية المقدمة لهم في قسم الإعلام؟
4. ما أسباب اختيار الطلاب لقسم الإعلام جامعة الملك سعود؟
5. ما أهم ملامح الصورة الذهنية حول جودة التعليم؟
6. ما مدى ملاءمة المواد التي تدرس مع سوق العمل؟
7. ما أهم ملامح الصورة الذهنية حول أعضاء هيئة التدريس بالقسم؟
8. ما مدى استغلال الموارد المتاحة في القسم للتطبيق؟
9. ما مدى ملاءمة الأجهزة الموجودة في القسم وكفاءتها أو جاهزيتها؟
10. ما أهمية البيئة التعليمية لدى طلاب قسم الإعلام؟

## فروض الدراسة:

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين ملامح الصورة الذهنية لقسم الإعلام في جامعة الملك سعود والخاصة باختلاف متغيراتهم الديموغرافية (النوع، مدى الرضا عن الحزم الدراسية).
- توجد علاقة بين أسباب اختيار الطلاب قسم الإعلام جامعة الملك سعود ومحاور الدراسة.

### النظرية المستخدمة في الدراسة:

#### نظرية المعرفة الإدراكية:

"يتأثر الفرد في سلوكياته بالنظام الإدراكي والمعرفي الذي كونه عن العالم المحيط به، والأفراد ينظمون إدراكهم ومعتقداتهم وأفكارهم، في أشكال ذات معنى أو مغزى معين، ويدركون ويفسرون العالم الخارجي في إطار المعنى أو المغزى، ويأتي بالتالي سلوكهم متأثرًا بهذه المعاني التي يكونها الفرد عن الأشياء المحيطة به". (عبد الحميد، ١٩٩٧م، ص ٢٤٥).

وتركز نظرية المعرفة الإدراكية على أهمية المعنى الذي يعطيه المتلقي للرسالة، ومن ثم فإننا إذا أردنا التنبؤ بتأثير رسالة ما على اتجاه فرد معين، فلا بد من أن نعرف كيف يدرك هذا الفرد الرسالة.

تتشكل الصورة الذهنية في إطار النظرية الإدراكية من خلال الخصائص التي يفهمها الطلاب، ويدركونها، والمعارف والعواطف، والاستجابة العملية التي من خلالها يجدون أنها مناسبة للأشياء التي يدركونها مسبقاً.

#### مفهوم الصورة الذهنية:

يرى (علي عجوة، ٢٠٠٥م، ص ٢٢-٣٢)، أن الصورة الذهنية هي الناتج النهائي للانطباعات الذاتية التي تتكون عند الأفراد أو الجماعات إزاء شخص معين أو نظام ما أو شعب أو جنس بعينه أو منشأة أو مؤسسة أو منظمة أو مهنة معينة، أو أي شيء آخر يمكن أن يكون له تأثير على حياة الإنسان، وتتكون هذه الانطباعات عن طريق التجارب المباشرة وغير المباشرة التي ترتبط بعواطف الأفراد واتجاهاتهم، وبصرف النظر عن صحة المعلومات أو عدم صحتها تلك التي تتضمنها خلاصة هذه التجارب فهي تمثل بالنسبة لأصحابها واقعاً صادقاً.

#### التعريف الإجرائي:

هي مجموعة التصورات والانطباعات المتكونة لدى طلبة جامعة الملك سعود نحو قسم الإعلام تجعلهم يسلكون نحوه بطريقة تتفق مع هذه التصورات والانطباعات.

#### صورة مقدمي الخدمة في الجامعة:

تعد الموارد البشرية داخل القسم من أعضاء هيئة التدريس والفنيين والإداريين الركيزة الأهم لنجاح القسم، ولهم النصيب الأكبر من الصورة الذهنية التي تتكون عن القسم لدى الطلاب، ولذلك يسعى قسم الإعلام إلى استقطاب الكوادر المؤهلة، والتي تمتلك خبرات عالية وتوظيفها التوظيف الأمثل، لكونها الأداة التي تعمل على تحسين عمل وإنجازات القسم.

## أهمية الصورة الذهنية:

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 رئيسي في تكوين الرأي العام وتوجيهه باعتبارها مصدر آراء الناس واتجاهاتهم وسلوكهم. (الحوري، والزيادات وعبابنه، ٢٠٠٩م، ص ٨).

## الدراسات السابقة:

### أولاً: الدراسات العربية:

١. هدفت دراسة (الحديد، ٢٠٢٢م) التعرف إلى الصورة الذهنية للجامعات الأردنية لدى الطلبة العرب الدارسين في الأردن، وتعدّ هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدمت المنهج المسحي للحصول على نتائجها من خلال تطبيق أداة الاستبانة على عينة عمدية قوامها (٣٦٦) طالباً وطالبة. وتوصلت الدراسة إلى نتائج عدة أهمها: أن مستوى العوامل التي تسهم في تشكيل الصورة الذهنية للجامعات الأردنية جاءت مرتفعة، وأن 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 أن مصادر الصور الذهنية عن الجامعات الأردنية جاءت متوسطة من وجهة نظر الطلبة العرب، وتبين أن موقع الجامعة الإلكتروني وصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي تعدّ من أبرز مصادر تكوين الصورة الذهنية عن الجامعات الأردنية، بالإضافة إلى وجود تأثير متوسط للأصدقاء والأقارب الذين تلقوا تعليمهم في الجامعات الأردنية، والأبحاث المنشورة لأعضاء هيئة التدريس على مواقع البحث ومحركاته.

٢. إن الهدف الرئيس من دراسة (مظهر، ٢٠٢١م)، هو 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 التخصص. ويأتي هذا البحث ضمن البحوث الوصفية، إذ استخدم الباحث الاستبانة كأداة رئيسة في جمع البيانات والمعلومات من خلال عينة عمدية غير احتمالية قوامها (٢٠٠) طالب وطالبة من الملتحقين بتخصص الإعلام. وقد توصل الباحث إلى 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 تكوّنت لدى أفراد العينة عن تخصص الإعلام قبل الالتحاق 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 كلٍ من الجامعات الحكومية والجامعات الخاصة الملتحقين بهذا التخصص.

٣. هدفت دراسة (العمار، حسين، ٢٠١٨م) إلى معرفة اتجاهات طلاب قسم الصحافة بكلية الإعلام جامعة صنعاء نحو التدريب العملي في ضوء متطلبات سوق العمل، من خلال عينة شاملة لجميع طلاب قسم الإعلام شعبة الصحافة في المستويين الثالث والرابع، وقد استخدم الباحثان استمارة الاستبيان لجمع البيانات، وقد خلصت الدراسة إلى أن غالبية عينة الدراسة لم يكونوا راضين على موضوعات التدريب العملي في المقررات الدراسية، وأن غالبية عينة الدراسة يشعرون بوجود فروقات عن المقررات الدراسية ومتطلبات سوق العمل.

٤. حاولت دراسة (الصبيحي، ٢٠١٨م) التعرف على اتجاهات طلاب وطالبات كليات الإعلام وأقسامه في الجامعات السعودية، نحو جودة الخدمات التعليمية لبرامج تعليم الإعلام، ودرجة رضاهم عنها. وقد وظف الباحث المنهج الكمي في دراسته، واستخدم أداة الاستبانة في جمع معلوماته، على عينة من الطلاب والطالبات، وقد أشارت النتائج إلى أن المبحوثين راضون بدرجة متوسطة عن مستوى الخدمات التعليمية، كما كشفت الدراسة عن وجود تباين بين عينة الدراسة فيما يتعلق بجودة الخدمات التعليمية، حيث رأى الطلاب والطالبات أن مسار الصحافة والنشر الإلكتروني أكثر جودة في الخدمات التعليمية المقدمة لهم فيه مقارنة بالتخصصات الأخرى.

#### ثانياً: الدراسات الأجنبية:

١. هدفت دراسة (Ed Madison and Other, 2018) إلى التعرف على العوامل التي دفعت طلاب الاتصال الجماهيري لاختيار هذا التخصص مجالاً لدراستهم الجامعية، ومستوى رضاهم عن برنامج التخصص في الجامعات الأمريكية، وقد خلصت الدراسة إلى وجود ارتباط إيجابي بين الرضا الكلي للطلاب على تخصصهم، وقدرة هذا التخصص على تلبية الاحتياجات الذاتية لهم، كما أظهرت الدراسة أن الرضا هو العامل الرئيسي الذي ساعد على تسهيل العلاقات بشكل إيجابي بين الدافع الداخلي وأداء الطلاب.

٢. هدفت دراسة (Winata & loisa, 2021) التعرف إلى كيفية تشكيل العلاقات الإعلامية لصورة 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: أن 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.

٣. هدفت دراسة (Hassan, shamsudin, 2019) قياس تأثير جودة الخدمة وصورة الشركة على رضا الطلاب والولاء في معاهد التعليم العالي للتقنية والتعليم والتدريب المهني، كما 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 الطبقية؛ لتحديد عينة لكل من الحرم الجامعي المختار، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: أن صورة الشركة (التحفيز) لها تأثير مباشر ومهم على رضا الطلاب (الكائن الحي)، كما أن صورة الشركة (التحفيز) لها أيضًا تأثير مباشر ومهم على ولاء الطلاب (الاستجابة).

٤. هدفت دراسة (Chandra, et al, 2019) إلى تحديد تأثير جودة الخدمة والصورة الجامعية على رضا الطلاب وولائهم، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح، واستخدمت الاستبانة كأداة لجمع المعلومات، وشمل مجتمع هذه الدراسة جميع الطلاب المسجلين في الكليات، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: أكدت نتيجة تحليل البيانات وجود تأثير إيجابي ومهم لجودة الخدمة على رضا الطلاب، وأظهرت التأثير الكبير لرضا الطلاب على ولاء الطلاب، ولصورة الجامعة تأثير إيجابي ومهم على كليهما (رضا الطلاب وولائهم).

٥. دراسة (Stefko 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 ٤٠٠ إجابة، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: أن سمعة مؤسسة التعليم العالي يمكن أن تتأثر بشكل إيجابي من خلال محتوى موقع الويب من المفاهيم والأدوات العلمية التي تفيد في كل مراحل الدراسة، الجذاب والممتع (للمشاهد).

٦. دراسة Alhadid، 2016، بعنوان "The Role of Public Relations On Company Image: Social Media As A Moderating Variable: A Case Study At the

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 (١٠٠) موظف في جامعة العلوم التطبيقية، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: هناك تأثير للعلاقات العامة على صورة الشركة، وتأثير لوسائل التواصل الاجتماعي كمتغير معتدل بين العلاقات العامة وصورة الشركة.

٧. دراسة (Ali, et al, 2016) بعنوان "Does Higher Education Service Quality

A Study of International ? Image And Loyalty, Effect Student Satisfaction 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، وتم توزيع (٤٠٠) استبانة على الطلاب الدوليين، الذين تم اختيارهم باستخدام تقنية أخذ العينات الملائمة، في ثلاث مدارس عامة في ماليزيا وتم استرجاع (٢٤١) 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.

### الإطار المنهجي للدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة الحالي من جميع طلاب قسم الإعلام جامعة الملك سعود، وتم اختيار عينة الدراسة باستخدام طريقة العينة المتاحة مكونة من (١٢٣) مفردة من طلبة قسم الإعلام جامعة الملك سعود، وتم استخدام المنهج المسحي بواسطة صحيفة الاستقصاء من خلال الأسلوب الوصفي والاستدلالي، وتم ترميز البيانات باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS.

### إجراءات الدراسة:

### صدق أداة البحث وثباتها:

قام الباحث بعرض أداة الدراسة (الاستبيان) في صورتها الأولية على مجموعة من المحكمين من ذوي العلم والخبرة والمعرفة في مجالات البحث العلمي، وتدوين ملاحظاتهم ومقترحاتهم إزاء الأداة (الاستبيان)،

وفي ضوء التوجيهات التي أبدتها المحكمون، قام الباحث بإجراء التعديلات التي اتفق عليها أكثر من (٧٥٪) من المحكمين على أداة الدراسة.

### الاتساق الداخلي للأداة:

بعد التصميم النهائي لأداة الدراسة (الاستبيان)، وبعد التأكد من صدق المحكمين لها، قام الباحث بتوزيع الاستبيانات على مجتمع الدراسة وللتأكد من الصدق الداخلي لأداة الدراسة، وتحديد مدى التجانس الداخلي لها قام الباحث باستخدام حساب معاملات الارتباط (بيرسون) بين درجة كل عبارة من عبارات محاور الاستبانة، ودرجة جميع العبارات التي يحتويها المحور الذي تنتمي إليه، علماً بأنه قد تم حساب معاملات الارتباط للمحاور، حيث كانت الاستجابات عليها وفق تدرج ليكرت الخماسي، ونتج من ذلك أن جميع عبارات كل محور من محاور الاستبانة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠.٠١ مع الدرجة الكلية لعبارات المحور نفسه، كما أن جميع عبارات الاستبانة ترتبط ارتباطاً ذا دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ٠.٠١ مع الدرجة الكلية لعبارات جميع محاور الاستبانة، مما يدل على أن الاتساق الداخلي لعبارات الاستبانة جيد، وهذا يثبت أن الصدق الداخلي لأداة الدراسة ممتاز.

كما قام الباحث باستخدام معامل الثبات باستخدام ألفا كرونباخ ليتأكد من مدى ثبات الاستبانة وأن الإجابة ستكون واحدة تقريباً لو تكرر تطبيقها، واتضح أن مقياس الدراسة يتمتع بثبات مقبول إحصائياً، حيث بلغت قيمة معامل الثبات الكلية (ألفا) (٠.٩٩) وهي درجة ثبات عالية، وهو معامل ثبات مرتفع يمكن الوثوق بها في تطبيق الدراسة الحالية، وهذا ما يتضح من خلال الجدول أدناه.

#### جدول (١)

معامل ارتباط بيرسون ومعامل الثبات لمحاور الدراسة والدرجة الكلية للمحاور

معامل الثبات ألفا كرونباخ	معامل ارتباط بيرسون	العدد	العبارة
٠.٨٧	**٠.٨٢	١١	أسباب اختيار قسم الإعلام جامعة الملك سعود
٠.٩١	**٠.٩١	٨	ملامح الصورة الذهنية حول جودة التعليم
٠.٩٣	**٠.٨٢	٧	مدى ملاءمة المواد التي تدرس مع سوق العمل
٠.٩٦	**٠.٩٠	١٣	ملامح الصورة الذهنية حول أعضاء هيئة التدريس بالقسم
٠.٩٤	**٠.٧٨	٥	التطبيق العملي للتخصصات
٠.٩٣	**٠.٨٨	١١	استغلال الموارد المتاحة في القسم للتطبيق
٠.٨٩	**٠.٨٢	٤	الأجهزة الموجودة في القسم وكفاءتها أو جاهزيتها
٠.٩٥	**٠.٩١	١٠	المقررات الدراسية
٠.٩٩	**٠.٩٥	١١	البيئة التعليمية
٠.٩٩		٨٠	الإجمالي

\* \* تعني دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠١ فأقل

## إجراءات التطبيق لجمع البيانات:

بعد التأكد من صدق أداة الدراسة وثباتها، تم إعدادها في صورتها النهائية، وتطبيقها ميدانياً على أفراد عينة الدراسة، وقد كانت فترة التطبيق خلال الفصل الدراسي الأول للعام الجامعي ١٤٤٢هـ، وقام الباحث برفع الاستبانة إلكترونياً على موقع Google Drive بعد تحكيمها، والتأكد من صلاحيتها باستخدام معامل ارتباط بيرسون للتأكد من الصدق الداخلي، ومعامل الثبات ألفا كرونباخ، وتم إيقاف استقبال البيانات بعد الحصول على العينة المطلوبة، وتم الحصول على تلك الاستجابات على ملف إكسل وتم تحويله إلى البرنامج الإحصائي SPSS.

## أساليب المعالجة الإحصائية:

استخدم الباحث برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية، الذي يعرف اختصاراً بـ (SPSS)، ويوضح الجدول التالي درجة مدى الاستجابة وفقاً لمقياس ليكرت (الرباعي) الذي استخدمه الباحث عند تصميم أداة الدراسة، وتم حساب المدى (٥-١ = ٤) وتم تقسيم الناتج على خلايا المقياس، وذلك من أجل الحصول على طول الخلية الصحيح، أي (٤/٥ = ٠.٨)، بعد ذلك تم إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس، والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول (٢)  
ميزان تقديري لمقياس ليكرت الرباعي

المتوسط المرجح	درجة الاستجابة	الاستجابة	الاستجابة
٥.٠-٤.٢	٥	راض جداً	موافق بشدة
٤.٢-٣.٤	٤	راض	موافق
٣.٤-٢.٦	٣	راض إلى حد ما	محايد
٢.٦-١.٨	٢	غير راض	غير موافق
١.٨-١	١	غير راض جداً	غير موافق بشدة

وعليه سوف نستخدم المتوسط المرجح لإجابات العينة على عبارات المحاور باستخدام مقياس ليكرت.

## وقد قام الباحث بحساب المقاييس الإحصائية التالية:

- معامل ارتباط بيرسون للتأكد من الصدق الداخلي للاستبانة، ولحساب العلاقة بين متغيرين.
- معامل ألفا كرونباخ لاحتساب ثبات كل محور من محاور أداة الدراسة 0.629.
- التكرارات والنسب المئوية: لوصف خصائص مجتمع الدراسة.
- المتوسط الحسابي لقياس مدى تحقق كل عبارة من عبارات أداة الدراسة.
- الانحراف المعياري: لقياس مدى التشتت في إجابات المبحوثين لكل عبارة.
- الاختبار التائي لعينات المستقلة لحساب الفروقات بين متغيرين أحدهما من النوع العددي المتصل والثاني من النوع الاسمي المتكون من مستويين فقط (ذكر، أنثى).
- اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA لحساب الفروقات بين متغيرين أحدهما من النوع العددي المتصل والثاني من النوع الاسمي وله أكثر من مستويين.

## عرض نتائج الدراسة المسحية:

جدول (٣)  
التوزيع التكراري لمتغير (النوع)

النسبة	التكرار	البيانات الديموغرافية	
٧٨.٠	٩٦	نكر	النوع
٢٢.٠	٢٧	أنثى	
٠.٨	١	صحافة	التخصص
٣.٣	٤	إذاعة وتلفزيون	
٩٥.٩	١١٨	علاقات عامة	
٢.٤	٣	المستوى الأول	المرحلة الجامعية
٥.٧	٧	المستوى الثاني	
٥.٧	٧	المستوى الثالث	
٤.٩	٦	المستوى الرابع	
٨.٩	١١	المستوى الخامس	
٦.٥	٨	المستوى السادس	
٨.٩	١١	المستوى السابع	
١١.٤	١٤	المستوى الثامن	
١٨.٧	٢٣	المستوى التاسع	
٢٦.٨	٣٣	المستوى العاشر	

يتضح من بيانات الجدول (٣) أن أغلب عينة الدراسة كانوا من الذكور بنسبة (٧٨٪)، والباقي (٢٢٪) من الإناث، وكان التخصص الغالب لطلبة قسم الإعلام هو العلاقات العامة بنسبة (٩٥.٩٪)، وأغلب عينة الدراسة كانوا يدرسون في المستوى العاشر بنسبة (٢٦.٨٪).

## التساؤل الأول: ما مدى الاهتمام بمتابعة أنشطة قسم الإعلام؟

جدول (٤)  
التوزيع التكراري تبعاً لمتغير مدى الاهتمام بالمتابعة

النسبة	التكرار	مدى الاهتمام
٦.٥	٨	لا أتابعها
١٧.١	٢١	نادرًا
٤٣.١	٥٣	غالبًا
٣٣.٣	٤١	دائمًا
١٠٠	١٢٣	الإجمالي

تشير بيانات الجدول أعلاه أن أغلب عينة الدراسة كانوا يهتمون بمتابعة أنشطة قسم الإعلام بنسبة (٧٦٪) تقريبًا، أما نسبة الذين كانوا نادرًا ما يهتمون بمتابعتها (١٧٪)، وأخيرًا (٧٪) للذين لا يتابعونها.

## التساؤل الثاني: ما أهم مصادر المعلومات المأخوذة عن أنشطة قسم الإعلام؟

جدول (٥)

التوزيع التكراري تبعًا لمتغير أهم مصادر المعلومات

النسبة	التكرار	المصادر
٪٨٥	١٠٥	شبكات التواصل الاجتماعي
٪٧	٩	التلفزيون
٪٤	٥	الإذاعة
٪٤٨	٥٩	الأصدقاء والأقارب
٪٣٧	٤٥	الموقع الإلكتروني للقسم
٪٤٣	٥٣	الموقع الإلكتروني لجامعة الملك سعود

يتضح من بيانات الجدول أن الأغلبية كانوا يأخذون مصادر معلوماتهم من شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة (٪٨٥)، تلاها بنسبة (٪٤٨) عن طريق الأصدقاء والأقارب، تلاها بنسبة (٪٤٣) من خلال الموقع الإلكتروني لجامعة الملك سعود، وأخيرًا بنسبة (٪٤) لصالح الذين يأخذون مصادرهم من خلال الإذاعة.

## التساؤل الثالث: ما مدى رضا الطلاب عن الحزم الدراسية المقدمة لهم في قسم الإعلام؟

جدول (٦)

التوزيع التكراري تبعًا لمدى رضا الطلاب عن الحزم الدراسية

النسبة	التكرار	درجة الرضا
٦٢.٦	٧٧	غير راض
١٣.٠١	١٦.٠٠	راض إلى حد ما
٢٤.٣٩	٣٠	راض جدًا
١٠٠	١٢٣	الإجمالي

ويتبين لنا من بيانات الجدول أعلاه أن طلاب قسم الإعلام كانوا غير راضين عن الحزم الدراسية المقدمة لهم بنسبة (٦٢ ٪) تقريبًا والباقي كانوا راضين بنسبة (٣٨ ٪).

## التساؤل الرابع: ما أسباب اختيار الطلاب لقسم الإعلام جامعة الملك سعود؟

جدول (١٠)

التوزيع التكراري تبعًا لأسباب اختيار الطلاب لقسم الإعلام جامعة الملك سعود

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
لأهمية تخصص الإعلام	٤.٣٧	٠.٨٥	موافق بشدة
للسمعة الجيدة لقسم الإعلام بجامعة الملك سعود.	٤.٢٤	١.٠٣	موافق بشدة
للمسؤولية المجتمعية تجاه المجتمع	٤.١٥	٠.٩٨	موافق
لأن قسم الإعلام هو التخصص الذي أرغب فيه	٤.١٣	١.٠٧	موافق
للمستوى العالي للهيئة التدريسية بالقسم	٣.٨٣	١.١٦	موافق
لامتلاكها للكوادر المؤهلة والبنية التحتية المتكاملة	٣.٨٢	١.١٩	موافق
شجعتني أصدقاء لي داخل القسم على الالتحاق بالقسم	٣.٨٠	١.٢٩	موافق
لمستوى المرافق والتجهيزات بالقسم عالية	٣.٦٥	١.٢٣	موافق
لاهتمام القسم بالبرامج الأكاديمية والمناهج الدراسية	٣.٦١	١.٢٤	موافق
بناء على نسبة الثانوي	٣.١٨	١.٤٨	محايد
لقربها من المنزل	٢.٩٨	١.٥٢	محايد
المتوسط العام	٤.١١	٠.٨٦	موافق

تشير بيانات الجدول أعلاه أن عينة الدراسة كانت توافق على أسباب اختيارهم للدراسة بقسم الإعلام جامعة الملك سعود بمتوسط (٤.١١) من (٥) درجات، أي أن الطلبة كانت تؤكد وبشدة على اختيارهم لقسم الإعلام للدراسة بها، وذلك لأهمية تخصص الإعلام، وللسمعة الجيدة لقسم الإعلام بمتوسطات (٤.٣٧، ٤.٢٩) بالترتيب، وتؤكد لأسباب أخرى من ضمنها للمسؤولية المجتمعية تجاه المجتمع، لأن قسم الإعلام هو التخصص الذي أرغب فيه، للمستوى العالي للهيئة التدريسية بالقسم، لامتلاكها للكوادر المؤهلة والبنية التحتية المتكاملة، شجعتني أصدقاء لي داخل القسم على الالتحاق بالقسم، لمستوى المرافق والتجهيزات بالقسم عالية، وأخيرًا لاهتمام القسم بالبرامج الأكاديمية، والمناهج الدراسية بمتوسطات تراوحت بين (٣.٦١ حتى ٤.١٥).

جدول (١١)

الاختبار التائي لقياس الفروق بين متوسطات أسباب اختيار قسم الإعلام تبعًا للنوع

المحاور	النوع	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	مستوى الدلالة
أسباب اختيار قسم الإعلام جامعة الملك سعود	ذكر	٣.٩٠	٠.٧٢	*٢.٧٩٢	٠.٠١
	أنثى	٣.٤٣	٠.٩٦		

\* تعني دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠٥ فأقل \*\* تعني دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠١ فأقل

تشير بيانات الجدول أعلاه أنه يوجد فروق دالة إحصائية بين متوسط الذكور (٣.٩٠)، ومتوسط الإناث (٣.٤٣) لصالح المتوسط الأعلى وهو الذكور، وذلك في أسباب اختيارهم قسم الإعلام جامعة الملك سعود، حيث كانت قيمة (ت = ٢.٧٩٢) بمستوى دلالة (٠.٠١) وهي أقل من (٠.٠٥) أي يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بينهم عند مستوى أقل من (٠.٠٥)

## جدول (١٢)

الاختبار التباين الأحادي One Way ANOVA لقياس الفروق بين متوسطات أسباب اختيار قسم الإعلام جامعة الملك سعود تبعاً لمدى الرضا عن الحزم الدراسية

المحاور	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ف	مستوى الدلالة
أسباب اختيار قسم الإعلام جامعة الملك سعود	٣.٦٥	٠.٨٢	٣.٨٣**	٠.٠٢
	٣.٩٧	٠.٨٥		
	٤.٠٨	٠.٦٣		

\* تعني دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠٥ فأقل \*\* تعني دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠١ فأقل

تشير بيانات الجدول أعلاه أنه يوجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات أسباب اختيار الطلاب لقسم الإعلام جامعة الملك سعود ومدى رضاهم عن الحزم الدراسية المقدمة لهم، حيث كانت قيم ف (٣.٨٣) بمستوى دلالة (٠.٠٢) وهي أقل من (٠.٠٥) لصالح الطلبة الراضين عن الحزم الدراسية صاحبة المتوسط الأعلى (٤.٠٨)، أي أن من أسباب اختيارهم لقسم الإعلام جامعة الملك سعود رضاهم عن الحزم الدراسية المقدمة له، وللتأكد من هذا استخدم الباحث الاختبار البعدي LSD، وهو أقل فرق معنوي وهذا يتضح من بيانات الجدول أدناه:

## جدول (١٣)

الاختبار البعدي لقياس الفروق بين متوسطات أسباب اختيار قسم الإعلام تبعاً لمدى الرضا

المتغير التابع مدى الرضا عن الحزم				المتغير المستقل
الأول	الثاني	الفروق بينهم	مستوى الدلالة	
راض	غير راض	٠.٤٤*	٠.٠١	أسباب اختيار قسم الإعلام جامعة الملك سعود

\* تعني دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠٥ فأقل \*\* تعني دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠١ فأقل.

اتضح من بيانات الجدول أن هناك فرقاً بين درجة رضا الطلبة عن الحزم وعدم رضاهم عنها لصالح رضا الطلاب، حيث كان متوسط الفرق بينهم (٠.٤٤) وهي دالة عند مستوى (٠.٠١) وهي أقل من (٠.٠٥).

## التساؤل الخامس: ما أهم ملامح الصورة الذهنية حول جودة التعليم؟

جدول (١٤)

التوزيع التكراري تبعاً لملامح الصورة الذهنية حول جودة التعليم

العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
العدالة بين الطلاب في تطبيق اللوائح والأنظمة	٤.١١	١.٠٤	موافق
تهيئة القاعات الدراسية	٣.٩٣	١.١٣	موافق
استخدام الأساليب الحديثة في طرق التعليم	٣.٨٩	١.٢١	موافق
جودة البرامج والمقررات الدراسية	٣.٦٥	١.٢٧	موافق
مواكبة القسم في تطورات صناعة الإعلام	٣.٥٤	١.٣٦	محايد
يتوفر لدى القسم الاستوديوهات الإعلامية المتخصصة	٣.٥٣	١.٢٨	محايد
تناسب المناهج الدراسية مع سوق العمل	٣.٥١	١.٣٠	محايد
يتوفر لدى القسم المعامل الصحفية المتخصصة	٣.٣٨	١.٣٠	محايد
المتوسط العام	٣.٩٨	٠.٩٣	موافق

كما تشير بيانات الجدول أعلاه أن ملامح الصورة الذهنية لدى طلاب قسم الإعلام حول جودة التعليم كانت جيدة بمتوسط عام (٣.٩٨)، وكانت تتمثل الصورة الذهنية الجيدة في العدالة بين الطلاب في تطبيق اللوائح والأنظمة، تهيئة القاعات الدراسية، استخدام الأساليب الحديثة في طرق التعليم، جودة البرامج والمقررات الدراسية، بمتوسطات تراوحت بين (٣.٦٥ حتى ٤.١١).

جدول (١٥)

الاختبار التائي لقياس الفروق بين متوسطات جودة التعليم تبعاً للنوع

المحاور	الجنس	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	مستوى الدلالة
ملامح الصورة الذهنية حول جودة التعليم	ذكر	٣.٨٦	٠.٨٧	٣.٨٠٨**	٠.٠٠٠
	أنثى	٣.١٠	١.٠٧		

\* تعني دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠٥ فأقل \*\* تعني دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠١ فأقل.

كما يتضح من بيانات الجدول أعلاه بوجود فروق دالة إحصائية بين متوسط الذكور (٣.٨٦) ومتوسط الإناث (٣.١٠) لصالح المتوسط الأعلى وهو الذكور، وذلك في ملامح الصورة الذهنية لديهم حول جودة التعليم، حيث كانت قيمة (ت = ٣.٨٠٨) بمستوى دلالة (٠.٠٠٠) وهي أقل من (٠.٠٥) أي يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بينهم.

جدول (١٦)

معامل ارتباط بين بيرسون بين المتغيرين العديدين

ملامح الصورة الذهنية حول جودة التعليم والأنشطة بالقسم		
أسباب اختيار الطلاب قسم الإعلام	معامل الارتباط	٠.٧١١**
جامعة الملك سعود	مستوى الدلالة	٠.٠٠٠

\* تعني دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠٥ فأقل \*\* تعني دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠١ فأقل.

تشير بيانات الجدول أعلاه بوجود علاقة بين (أسباب اختيار الطلاب قسم الإعلام)، (جودة التعليم والأنشطة بالقسم) حيث كان معامل ارتباط بيرسون هو (٠.٧١١) بقيمة دلالة (٠.٠٠٠) وهي أصغر من (٠.٠٠٥) أي أنه توجد علاقة طردية قوية بينهم، أي كلما زادت (جودة التعليم زاد اختيار الطلاب للقسم).

جدول (١٧)

الاختبار التباين الأحادي لقياس الفروق بين متوسطات جودة التعليم تبعًا لرضاهم

المحاور	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ف	مستوى الدلالة
ملاحظ الصورة الذهنية حول جودة التعليم	غير راض	٠.٩٤	* ١٨.٤٤	٠.٠٠٠
	راض إلى حد ما	٤.٠٩		
	راض	٤.٣٩		

\* تعني دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠٥ فأقل \*\* تعني دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠١ فأقل.

تشير بيانات الجدول أعلاه أنه يوجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات جودة التعليم ومدى رضاهم عن الحزم الدراسية المقدمة لهم، حيث كانت قيم ف (١٨.٤٤) بمستوى دلالة (٠.٠٠٠) وهي أقل من (٠.٠٠٥) أي يوجد فروقات بينهم لصالح الطلبة الراضين عن الحزم الدراسية صاحبة المتوسط الأعلى (٤.٣٩) وهو يقابل الموافقة بشدة.

جدول (١٨)

الاختبار البعد لقياس الفروق بين متوسطات جودة التعليم تبعًا لرضاهم عن الحزم

المتغير التابع مدى الرضا عن الحزم الدراسية				المتغير المستقل
مستوى الدلالة	الفرق بينهم	الثاني	الأول	
٠.٠٠٠٢	* ٠.٧٤٥٣	غير راض	راض إلى حد ما	ملاحظ الصورة الذهنية حول جودة التعليم
٠.٠٠٠٠	* ١.٠٥٠٧٦	غير راض	راض	

\* تعني دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠٥ فأقل \*\* تعني دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠١ فأقل.

تشير بيانات الجدول أعلاه أن هناك فرقاً بين درجة رضا الطلبة إلى حد ما عن الحزم وعدم رضاهم لصالح درجة الرضا إلى حد ما، حيث كان متوسط الفرق بينهم (٠.٧٥٤٣) وهي دالة عند مستوى (٠.٠٠٠٢) وهي أقل من (٠.٠٠٥). كما يوجد فرق بين درجة رضا الطلبة عن الحزم وعدم رضاهم لصالح رضا الطلاب، وكان متوسط الفرق بينهم (٠.١٠٠٥) وهي دالة عند مستوى (٠.٠٠٠) وهي أقل من (٠.٠٠٥).

## التساؤل السادس: ما مدى ملاءمة المواد التي تدرس مع سوق العمل؟

جدول (١٩)

التوزيع التكراري تبعًا لمدى ملاءمة المواد التي تدرس مع سوق العمل

درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارة
موافق	١.٠٤	٤.١١	زاد البرنامج من معرفتي بأخلاقيات المهنة
موافق	١.٠٨	٤.٠٦	ما تعلمته مهم وسيفيدني مستقبلاً
موافق	١.١٦	٤.٠٦	استخدام الأساليب الحديثة في التعليم يساعد الطالب على التكيف مع بيئة العمل
موافق	١.١٢	٣.٩١	أصبحت أشعر أنني مختص في مجال الإعلام
موافق	١.١٩	٣.٧٧	ساعدني البرنامج في تنمية المعارف والمهارات اللازمة لمهنتي
موافق	١.٣٢	٣.٦٣	المناهج الدراسية التي تدرس بالقسم يحتاجها سوق العمل
موافق	١.٣٥	٣.٦٢	محتوى مقررات البرنامج حديث يساعد الطالب على معرفة متطلبات سوق العمل
موافق	٠.٨٤	٣.٩٧	المتوسط العام

يتضح من بيانات الجدول أعلاه أن طلبة قسم الإعلام يؤكدون على ملاءمة المواد التي تدرس مع سوق العمل بمتوسط عام (٣.٩٧) وانحراف معياري (٠.٨٤)، وكانت أهم أسباب الملاءمة أن البرنامج زاد من معرفة طلبة قسم الإعلام بأخلاقيات المهنة بمتوسط (٤.١١)، تلاها ما تعلمه مهم وسيفيده مستقبلاً بمتوسط (٤.٠٦)، وأخيراً محتوى مقررات البرنامج حديث يساعد الطالب على معرفة متطلبات سوق العمل بمتوسط (٣.٦٢).

جدول (٢٠)

الاختبار الثاني لقياس الفروق بين متوسطات مدى ملاءمة المواد مع سوق العمل تبعًا للنوع

المحاور	الجنس	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	مستوى الدلالة
مدى ملاءمة المواد التي تدرس مع سوق العمل	ذكر	٤.٠١	٠.٨٩	*٢.٨٢٥	٠.٠١
	أنثى	٣.٤٢	١.١٧		

\* تعني دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠٥ فأقل \*\* تعني دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠١ فأقل.

أما بالنسبة لمدى ملاءمة المواد التي تدرس مع سوق العمل؛ فأتضح من الجدول أعلاه بوجود فروق دالة إحصائية بين متوسط الذكور (٤.٠١) ومتوسط الإناث (٣.٤٢) لصالح المتوسط الأعلى وهو الذكور حيث كانت قيمة (ت=٢.٨٢٥) بمستوى دلالة (٠.٠١) وهي أقل من (٠.٠٥) أي يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بينهم عند مستوى أقل من (٠.٠٥)

جدول (٢١)

معامل ارتباط بين بيرسون بين المتغيرين العددين

أسباب اختيار الطلاب قسم الإعلام جامعة الملك سعود	معامل الارتباط	مدى ملاءمة المواد التي تدرس مع سوق العمل
	٠.٧٠٦**	
		مستوى الدلالة
		٠.٠٠٠

\* تعني دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠٥ فأقل \*\* تعني دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠١ فأقل.

تشير بيانات الجدول أعلاه بوجود علاقة بين (أسباب اختيار الطلاب قسم الإعلام جامعة الملك سعود)، (مدى ملاءمة المواد التي تدرس مع سوق العمل)، حيث كان معامل ارتباط بيرسون هو (٠.٧٠٦) بقيمة دلالة (٠.٠٠٠) وهي أصغر من (٠.٠٥) أي أنه توجد علاقة طردية قوية بينهما؛ أي كلما زادت (أسباب اختيار الطلاب قسم الإعلام جامعة الملك سعود) زادت وبقوة (ملاءمة المواد التي تدرس مع سوق العمل).

جدول (٢٢)

الاختبار التباين الأحادي لقياس الفروق بين متوسطات مدى ملاءمة المواد تبعاً لمدى رضا الطلاب عن الحزم الدراسي

المحاور	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ف	مستوى الدلالة
مدى ملاءمة المواد	٣.٥٥	١.٠٣	*١٤.٤٣	٠.٠٠٠
التي تدرس مع	٤.٣١	٠.٧٠		
سوق العمل	٤.٥٠	٠.٥٤		

\* تعني دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠٥ فأقل \*\* تعني دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠١ فأقل.

وتشير بيانات الجدول أعلاه أنه يوجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات مدى ملاءمة المواد التي تدرس مع سوق العمل، ومدى رضاهم عن الحزم الدراسية المقدمة لهم، حيث كانت قيم ف (١٤.٤٣) بمستوى دلالة (٠.٠٠٠) وهي أقل من (٠.٠٥)؛ أي يوجد فروقات بينهم لصالح الطلبة الراضين عن الحزم الدراسية صاحبة المتوسط الأعلى (٤.٥).

جدول (٢٣)

الاختبار البعد لقياس الفروق بين متوسطات مدى ملاءمة المواد تبعاً لمدى الرضا عن الحزم

المتغير التابع مدى الرضا عن الحزم الدراسية				المتغير المستقل
مستوى الدلالة	الفروق بينهم	الثاني	الأول	
٠,٠٠٢	*٠,٧٦٥١٩	غير راض	راض إلى حد ما	مدى ملاءمة المواد التي تدرس مع سوق العمل
٠,٠٠٠	*٠,٩٥٢٦	غير راض	راض	

\* تعني دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠٥ فأقل \*\* تعني دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠١ فأقل.

اتضح من بيانات الجدول أعلاه أن هناك فرقاً بين درجة رضا الطلبة إلى حد ما عن الحزم وعدم رضاهم لصالح رضاهم إلى حد ما، حيث كان متوسط الفرق بينهم (٠.٧٦٥١٩) وهي دالة عند مستوى (٠.٠٠٢) وهي أقل من (٠.٠٥). كما توجد فرق بين درجة رضا الطلبة عن الحزم وعدم رضاهم لصالح رضا الطلاب، حيث كان متوسط الفرق بينهم (٠.٩٥٢٦) وهي دالة عند مستوى (٠.٠٠٠) وهي أقل من (٠.٠٥).

## التساؤل السابع: ما أهم ملامح الصورة الذهنية حول أعضاء هيئة التدريس بالقسم؟

جدول (٢٤)

التوزيع التكراري تبعًا للصورة الذهنية حول أعضاء هيئة التدريس بالقسم

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
تنمية الثقة والاحترام المتبادل بين الطالب والأستاذ	٤.٤٣	٠.٨٤	موافق بشدة
الإعلان عن قواعد المحاضرات بشفافية ووضوح	٤.٣١	٠.٩٤	موافق بشدة
النزاهة والموضوعية	٤.٢٩	٠.٩٤	موافق بشدة
العدالة في معاملة الطالب	٤.٢٧	٠.٩١	موافق بشدة
احترام وجهة نظر الطالب وطريقة تفكيره	٤.١٩	٠.٩٨	موافق
الدقة والالتزام بمواعيد المحاضرات	٤.١٩	١.٠١	موافق
استخدام الأساليب الحديثة في المحاضرة لتوصيل المعلومة	٤.١١	١.٠٨	موافق
تشجيع المواهب الطلابية	٤.١٠	١.٠٣	موافق
متابعة تقييم الطالب وتوجيهه إلى الأفضل	٤.٠٢	١.٠٨	موافق
المساهمة في حل مشاكل الطلاب	٤.٠١	١.١٣	موافق
الحرص على التواصل المستمر مع الطالب	٣.٨٩	١.١٨	موافق
الحرص على نشر رؤية وأهداف القسم	٣.٨٨	١.٢٤	موافق
التنوع في أسلوب عرض المحاضرات	٣.٧٩	١.٢٩	موافق
المتوسط العام	٣.٩٠	٠.٩٢	موافق

كما أشارت محتويات الجدول أعلاه إلى أن ملامح الصورة الذهنية لدى طلاب قسم الإعلام حول أعضاء هيئة التدريس بالقسم كانت جيدة، حيث كان المتوسط العام (٣.٩) وانحراف معياري أقل من الوجد الصحيح قيمته (٠.٩٢)، وكانت من أهم هذه الملامح تنمية الثقة والاحترام المتبادل بين الطالب والأستاذ، والإعلان عن قواعد المحاضرات بشفافية ووضوح، ثم النزاهة والموضوعية، ثم العدالة في معاملة الطالب بمتوسطات تراوحت بين (٤.٢٧ حتى ٤.٤٣)، ثم جاءت الملامح الأخرى بمتوسطات تراوحت بين (٣.٧٩ حتى ٤.١٩).

جدول (٢٥)

الاختبار التائي لقياس الفروق بين متوسطات ملامح صورة أعضاء هيئة التدريس تبعًا للنوع

المحاور	الجنس	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	مستوى الدلالة
ملامح الصورة الذهنية حول أعضاء هيئة التدريس بالقسم	ذكر	٤.٣٠	٠.٧٠	* * ٥.١٢٩	٠.٠٠
	أنثى	٣.٤٣	١.٠٢		

\* تعني دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠٥ فأقل \*\* تعني دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠١ فأقل.

تشير بيانات الجدول أعلاه بوجود فروق دالة إحصائية بين متوسط الذكور (٤.٣٠) ومتوسط الإناث (٣.٤٣) لصالح المتوسط الأعلى وهو الذكور، وذلك في ملامح الصورة الذهنية حول أعضاء هيئة

التدريس بالقسم، حيث كانت قيمة (ت=٥.١٢٩) بمستوى دلالة (٠.٠٠٠) وهي أقل من (٠.٠٠٥) أي يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بينهم عند مستوى أقل من (٠.٠٠٥).

## جدول (٢٦)

معامل ارتباط بين بيرسون بين المتغيرين العددين

أسباب اختيار الطلاب قسم الإعلام جامعة الملك سعود	معامل الارتباط	٠.٦٢٥**
	مستوى الدلالة	٠.٠٠٠

\* تعني دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠٥ فأقل \*\* تعني دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠١ فأقل.

تشير بيانات الجدول أعلاه بوجود علاقة بين (أسباب اختيار الطلاب قسم الإعلام جامعة الملك سعود)، (ملاح الصورة الذهنية حول أعضاء هيئة التدريس بالقسم)، حيث كان معامل ارتباط بيرسون هو (٠.٦٢٥) بقيمة دلالة (٠.٠٠٠) وهي أصغر من (٠.٠٠٥)، أي أنه توجد علاقة طردية قوية بينهما كلما زادت (زادت ملاح الصورة الذهنية لأعضاء هيئة التدريس زاد أسباب اختيار الطلاب لقسم الإعلام).

## جدول (٢٧)

الاختبار التباين الأحادي لقياس الفروق بين متوسطات صورة أعضاء هيئة التدريس بالقسم تبعًا لمدى رضا الطلاب عن الحزم الدراسي

المحور	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ف	مستوى الدلالة
ملاح الصورة الذهنية	٣.٨٦	٠.٩٢	١٠.٥٠**	٠.٠٠٠
حول أعضاء هيئة التدريس بالقسم	٤.٤٩	٠.٦٤		
	٤.٥٦	٠.٤٧		

\* تعني دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠٥ فأقل \*\* تعني دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠١ فأقل.

وتشير بيانات الجدول أعلاه أنه يوجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات ملاح الصورة الذهنية حول أعضاء هيئة التدريس بالقسم ومدى رضاهم عن الحزم الدراسية المقدمة لهم، حيث كانت قيم ف (١٠.٥٠) بمستوى دلالة (٠.٠٠٠) وهي أقل من (٠.٠٠٥) أي يوجد فروقات بينهم لصالح الطلبة الراضين عن الحزم الدراسية صاحبة المتوسط الأعلى (٤.٥٦) وهو يقابل الموافقة بشدة.

## جدول (٢٨)

الاختبار البعدي لقياس الفروق بين متوسطات ملاح الصورة الذهنية حول أعضاء هيئة التدريس بالقسم تبعًا لمدى الرضا عن الحزم الدراسية

المتغير المستقل	الأول	الثاني	متوسط الفروق	مستوى الدلالة
ملاح الصورة الذهنية حول أعضاء هيئة التدريس بالقسم	راض إلى حد ما	غير راض	٠.٦٣١٢٤*	٠.٠٠٠٥
	راض	غير راض	٠.٧٠٤٩٦**	٠.٠٠٠٠

\* تعني دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠٥ فأقل \*\* تعني دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠١ فأقل.

اتضح من بيانات الجدول أعلاه أن هناك فرقاً بين الطلبة الراضين إلى حد ما عن الحزم وغير الراضين لصالح الطلبة الراضين إلى حد ما، حيث كان متوسط الفرق بينهم (٠.٦٣١٢٤) وهي دالة عند مستوى (٠.٠٠٥) وهي أقل من (٠.٠٥). كما توجد فروق بين الطلبة الراضين عن الحزم وغير الراضين لصالح الطلبة الراضين، حيث كان متوسط الفرق بينهم (٠.٧٠٤٩٦) وهي دالة عند مستوى (٠.٠٠٥) وهي أقل من (٠.٠٥).

### التساؤل الثامن: ما مدى استغلال الموارد المتاحة في القسم للتطبيق؟

جدول (٣٣)

التوزيع التكراري تبعاً لمدى استغلال الموارد المتاحة في القسم للتطبيق

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارة	درجة الموافقة
٠.٨٦	٤.٣٠	وضع تسهيلات للمعاقين لتيسير أمورهم	موافق بشدة
٠.٨٩	٤.٢٧	يتوفر مرافق وتجهيزات مناسبة خاصة لذوي الاحتياجات الخاصة	موافق بشدة
٠.٨٥	٤.٢٢	تسهيل الخدمات للمتعلم وتوفير بيئة تعليمية مناسبة	موافق بشدة
١.٠٠	٤.١٤	الاهتمام بالقاعات والفصول الدراسية	موافق
١.٠٢	٤.٠٧	توافر الدعم الفني لمساندة الطلاب في تقنيات المعلومات والاتصالات	موافق
١.٠٨	٤.٠٧	مناسبة عدد الطلاب في القاعة الواحدة	موافق
١.٠٦	٣.٩٧	مصادر المكتبة متاحة كلما احتاج لها	موافق
١.١٥	٣.٨٣	هناك تمثيل جيد للطلاب في لجان القسم	موافق
١.١٥	٣.٨٠	تتوفر للطلاب استشارات قانونية مناسبة (وحدة الحقوق الطلابية)	موافق
١.٣٠	٣.٧١	المذكرات والمطبوعات الخاصة بالمقررات حديثة	موافق
١.٥٢	٣.٣٦	تتوفر للطلاب خدمات تصوير وطباعة في القسم بشكل مناسب	موافق
٠.٨٠	٣.٨٠	المتوسط العام	موافق

كما تشير بيانات الجدول أعلاه أن الصورة الذهنية لطلبة قسم الإعلام عن استغلال الموارد المتاحة في القسم للتطبيق كانت عالية، حيث كان المتوسط العام (٣.٨) بانحراف معياري (٠.٨)، وجاء استغلال الموارد المتاحة بشكل عالي جداً تمثلت في وضع تسهيلات للمعاقين لتيسير أمورهم، تلاها توفر مرافق وتجهيزات مناسبة خاصة لذوي الاحتياجات الخاصة، ثم تسهيل الخدمات للمتعلم وتوفير بيئة تعليمية مناسبة بمتوسطات تراوحت بين (٤.١٤ حتى ٤.٣) وانحراف معياري (٠.٨٥ حتى ٠.٨٦)، وكان توافر الدعم الفني لمساندة الطلاب في تقنيات المعلومات والاتصالات، مناسبة عدد الطلاب في القاعة الواحدة، مصادر المكتبة متاحة كلما احتاج لها، هناك تمثيل جيد للطلاب في لجان القسم، تتوفر للطلاب استشارات قانونية مناسبة (وحدة الحقوق الطلابية)، المذكرات والمطبوعات الخاصة بالمقررات حديثة،

وأخيراً تتوفر للطلاب خدمات تصوير وطباعة في القسم بشكل مناسب بمتوسطات تراوحت بين (٣.٣٦) حتى (٤.١٤).

جدول (٣٤)

الاختبار التائي لقياس الفروق بين متوسطات استغلال الموارد المتاحة تبعاً للنوع

المحاور	الجنس	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	مستوى الدلالة
استغلال الموارد المتاحة في القسم للتطبيق	ذكر	٤.٠٨	٠.٧٩	*٢.٦١٧	٠.٠١
	أنثى	٣.٦١	٠.٩١		

\* تعني دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠٥ فأقل \*\* تعني دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠١ فأقل.

يتضح من بيانات الجدول أعلاه بوجود فروق دالة إحصائية بين متوسط الذكور (٤.٠٨) ومتوسط الإناث (٣.٦١) لصالح المتوسط الأعلى وهو الذكور وذلك في استغلال الموارد المتاحة في القسم للتطبيق، حيث كانت قيمة (ت=٢.٦١٧) بمستوى دلالة (٠.٠١) وهي أقل من (٠.٠٥)؛ أي يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بينهم عند مستوى أقل من (٠.٠٥).

جدول (٣٥)

الاختبار التباين الأحادي لقياس الفروق بين متوسطات الموارد المتاحة تبعاً للتخصص

المحاور	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ف	مستوى الدلالة
استغلال الموارد المتاحة في القسم للتطبيق	صحافة	٤.٨٨	٠.٢٢	٢.٢١
	إذاعة وتلفزيون	٣.٢٧	٠.٨٩	
	علاقات عامة	٣.٩٩	٠.٨٣	

\* تعني دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠٥ فأقل \*\* تعني دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠١ فأقل.

تشير بيانات الجدول أعلاه أنه لا يوجد فروق دالة إحصائية بين متوسط التخصصات الثلاثة الصحافة (٤.٨٨) ومتوسط الإذاعة والتلفزيون (٣.٢٧) ومتوسط تخصص العلاقات العامة (٣.٩٩) ومدى استغلال الموارد المتاحة في القسم للتطبيق، حيث كانت قيمة (ف=٢.٢١) بمستوى دلالة (٠.١١) وهي أكبر من (٠.٠٥)؛ أي لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بينهم، أي أن هناك اتفاقاً بين التخصصات الثلاثة لمدى استغلال الموارد المتاحة في القسم للتطبيق.

جدول (٣٦)

معامل ارتباط بين بيرسون بين المتغيرين العددين

استغلال الموارد المتاحة في القسم للتطبيق		
أسباب اختيار الطلاب قسم الإعلام	معامل الارتباط	*٠.٧١١
جامعة الملك سعود	مستوى الدلالة	٠.٠٠

\* تعني دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠٥ فأقل \*\* تعني دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠١ فأقل.

تشير بيانات الجدول أعلاه بوجود علاقة بين (أسباب اختيار الطلاب قسم الإعلام جامعة الملك سعود)، (استغلال الموارد المتاحة في القسم للتطبيق)، حيث كان معامل ارتباط بيرسون هو (٠.٧١١)

بقائمة دلالة (٠.٠٠٠) وهي أصغر من (٠.٠٠٥)؛ أي أنه توجد علاقة طردية قوية بينهما كلما زادت (استغلال الموارد المتاحة في القسم للتطبيق زاد الإصرار لاختيارهم قسم الإعلام).

جدول (٣٧)

اختبار التباين لقياس الفروق بين متوسطات استغلال الموارد المتاحة تبعاً لمدى الرضا

مستوى الدلالة	قيمة ف	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المحاور	
٠.٠٠٠	**١٢.٠٧	٠.٨٥	٣.٧٢	غير راض	استغلال الموارد
		٠.٨١	٤.٢٣	راض إلى حد ما	المتاحة في القسم
		٠.٥٠	٤.٥٠	راض	للتطبيق

\* تعني دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠٥ فأقل \*\* تعني دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠١ فأقل.

وتشير بيانات الجدول أعلاه أنه يوجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات استغلال الموارد المتاحة في القسم للتطبيق ومدى رضاهم عن الحزم الدراسية المقدمة لهم، حيث كانت قيم ف (١٢.٠٧) بمستوى دلالة (٠.٠٠٠) وهي أقل من (٠.٠٠٥)؛ أي يوجد فروقات بينهم لصالح الطلبة الراضين عن الحزم الدراسية صاحبة المتوسط الأعلى (٤.٥) وهو يقابل الموافقة بشدة على استغلال الموارد المتاحة في القسم للتطبيق، وللتأكد من هذا استخدم الباحث الاختبار البعدي LSD وهو أقل فرق معنوي وهذا يتضح من بيانات الجدول أدناه:

جدول (٣٨)

الاختبار البعدي لقياس الفروق بين متوسطات استغلال الموارد المتاحة تبعاً لمدى الرضا

المتغير التابع مدى الرضا عن الحزم الدراسية				المتغير المستقل
مستوى الدلالة	متوسط الفروق	الثاني	الأول	
٠.٠١١	*٠.٤٣٣٦٨	غير راض	راض	استغلال الموارد المتاحة في القسم
٠.٠١٦	*٠.٥١٦٣١	غير راض	راض إلى حد ما	للتطبيق

\* تعني دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠٥ فأقل \*\* تعني دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠١ فأقل.

اتضح من بيانات الجدول أعلاه أن هناك فرقاً بين درجة رضا الطلبة إلى حد ما عن الحزم وعدم رضاهم عنها لصالح درجة رضا الطلاب إلى حد ما، حيث كان متوسط الفرق بينهم (٠.٤٣٣٦٨) وهي دالة عند مستوى (٠.٠١١) وهي أقل من (٠.٠٠٥). كما توجد فرق بين درجة رضا الطلاب إلى حد ما عن الحزم وعدم رضاهم عنها لصالح الطلبة الراضين، حيث كان متوسط الفرق بينهم (٠.٥١٦٣١) وهي دالة عند مستوى (٠.٠٠٠) وهي أقل من (٠.٠٠٥).

## التساؤل التاسع: ما مدى ملاءمة الأجهزة الموجودة في القسم وكفاءتها أو جاهزيتها؟

جدول (٣٩)

التوزيع التكراري تبعاً لمدى ملاءمة الأجهزة الموجودة في القسم وكفاءتها أو جاهزيتها

درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبرة
موافق	١.١٠	٣.٩١	اتسمت تجهيزات القاعات بالجودة
موافق	١.١٢	٣.٨٧	توفرت شروط السلامة اللازمة في المعامل والمختبرات للبرنامج الدراسي
موافق	١.١٦	٣.٨٥	تجهيزات الحاسب كافية لاحتياجاتي
موافق	١.٤٦	٣.٤٠	تم تدريبي على استخدام المعدات والأجهزة والأدوات في المقررات العملية
موافق	١.٠٥	٣.٧٦	المتوسط العام

وتشير بيانات الجدول أعلاه أن الصورة الذهنية لدى طلاب قسم الإعلام أن الأجهزة الموجودة في القسم لها كفاءة عالية وجاهزة للعمل بشكل عالي، حيث بلغ المتوسط العام (٣.٧٦)، وكان من أهم ما يؤكد هذه الكفاءة أن تجهيزات القاعات اتسمت بالجودة، تلاها توفر شروط السلامة اللازمة في المعامل والمختبرات، ثم تجهيزات الحاسب كافية لاحتياجاتي، وتم تدريب الطلاب على استخدام المعدات والأجهزة والأدوات والمواد في المقررات العملية الخاصة بالبرنامج الدراسي، بمتوسطات تراوحت بين (٣.٤) حتى (٣.٩).

جدول (٤٠)

الاختبار التائي لقياس الفروق بين متوسطات كفاءة الأجهزة الموجودة في القسم تبعاً للنوع

المحاور	الجنس	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	مستوى الدلالة
الأجهزة الموجودة في القسم وكفاءتها أو جاهزيتها	ذكر	٣.٨٦	٠.٩٨	*٢.٠٢٩	٠.٠٤
	أنثى	٣.٣٩	١.٢١		

\* تعني دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠٥ فأقل \*\* تعني دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠١ فأقل.

اتضح من بيانات الجدول أعلاه بوجود فروق دالة إحصائية بين متوسط الذكور (٣.٨٦) ومتوسط الإناث (٣.٣٩) لصالح المتوسط الأعلى وهو الذكور، حيث كانت قيمة (ت=٢.٠٢٩) بمستوى دلالة (٠.٠٤) وهي أقل من (٠.٠٥).

جدول (٤١)

الاختبار التباين الأحادي لقياس الفروق بين متوسطات الأجهزة بالقسم تبعاً للتخصص

المحاور	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ف	مستوى الدلالة
الأجهزة الموجودة في القسم وكفاءتها أو جاهزيتها	٤.٨٩	٠.١٢	١.٠٦	٠.٣٥
	٣.٣١	٠.٨٥		
	٣.٧٦	١.٠٦		

\* تعني دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠٥ فأقل \*\* تعني دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠١ فأقل.

وتشير بيانات الجدول أعلاه أنه لا يوجد فروق دالة إحصائية بين متوسط التخصصات الثلاثة الصحافة (٤.٩٨)، ومتوسط الإذاعة والتلفزيون (٣.٣١)، ومتوسط تخصص العلاقات العامة (٣.٧٦)، ومدى ملاءمة الأجهزة الموجودة في القسم وكفاءتها أو جاهزيتها، حيث كانت قيمة (ف = ١.٠٠٦) بمستوى دلالة (٠.٣٥) وهي أكبر من (٠.٠٥) أي لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بينهم، أي أن هناك اتفاقاً بين التخصصات الثلاثة لمدى ملاءمة الأجهزة الموجودة في القسم وكفاءتها أو جاهزيتها.

## جدول (٤٢)

معامل ارتباط بين بيرسون بين المتغيرين العددين

الأجهزة الموجودة في القسم وكفاءتها أو جاهزيتها	
أسباب اختيار الطلاب قسم الإعلام جامعة الملك سعود	معامل الارتباط
	مستوى الدلالة
	٠.٠٥٨٠**
	٠.٠٠٠

\* تعني دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠٥ فأقل \*\* تعني دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠١ فأقل.

تشير بيانات الجدول أعلاه بوجود علاقة بين (أسباب اختيار الطلاب قسم الإعلام جامعة الملك سعود)، (الأجهزة الموجودة في القسم وكفاءتها أو جاهزيتها)، حيث كان معامل ارتباط بيرسون هو (٠.٥٨٠) بقيمة دلالة (٠.٠٠٠) وهي أصغر من (٠.٠٥)؛ أي أنه توجد علاقة طردية قوية بينهما كلما زادت (الثقة بالأجهزة الموجودة في القسم وكفاءتها أو جاهزيتها زاد أسباب اختيار الطلاب قسم الإعلام جامعة الملك سعود).

## جدول (٤٣)

الاختبار التباين الأحادي لقياس الفروق بين متوسطات الأجهزة الموجودة تبعاً لمدى الرضا

المحاور	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ف	مستوى الدلالة
الأجهزة الموجودة في القسم وكفاءتها أو جاهزيتها	٣.٤٤	١.٠٨	١١.٣٩**	٠.٠٠٠
غير راض	٤.٠٩	٠.٨٩		
راض إلى حد ما	٤.٣٩	٠.٦٧		
راض				

\* تعني دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠٥ فأقل \*\* تعني دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠١ فأقل.

تشير بيانات الجدول أعلاه أنه يوجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات الأجهزة الموجودة في القسم وكفاءتها أو جاهزيتها ومدى رضاهم عن الحزم الدراسية المقدمة لهم، حيث كانت قيم ف (١١.٣٩) بمستوى دلالة (٠.٠٠٠) وهي أقل من (٠.٠٥)؛ أي يوجد فروقات بينهم لصالح الطلبة الراضين عن الحزم الدراسية صاحبة المتوسط الأعلى (٤.٩٣).

## جدول (٤٤)

الاختبار البعدي لقياس الفروق بين متوسطات أسباب اختيار قسم الإعلام تبعاً لمدى الرضا

المتغير المستقل	الأول	الثاني	متوسط الفروق	مستوى الدلالة
الأجهزة الموجودة في القسم وكفاءتها أو جاهزيتها	راض إلى حد ما	غير راض	٠.٦٥٢١٩*	٠.٠١٦
	راض	غير راض	٠.٩٥٠١١*	٠.٠٠٠

\* تعني دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠٥ فأقل \*\* تعني دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠١ فأقل.

اتضح من بيانات الجدول أعلاه أن هناك فرقاً بين درجة رضا الطلاب إلى حد ما عن الحزم وعدم رضاهم لصالح الطلبة الراضين إلى حد ما، حيث كان متوسط الفرق بين الطلبة الراضين إلى حد ما وغير الراضين (٠.٦٥٢١٩) وهي دالة عند مستوى (٠.٠٠١٦) وهي أقل من (٠.٠٥)، كما توجد فروق بين درجة رضا الطلاب عن الحزم وعدم رضاهم لصالح رضا الطلاب، حيث كان متوسط الفرق بين الطلبة الراضين وغير الراضين (٠.٩٥٠١١) وهي دالة عند مستوى (٠.٠٠٠).

### التساؤل العاشر: ما مدى ملاءمة البيئة التعليمية لدى طلاب قسم الإعلام؟

جدول (٤٥)

التوزيع التكراري تبعاً لمدى ملاءمة البيئة التعليمية

درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارة
موافق	١.٠٣	٤.١٤	يتم معاملة الطالب بطريقة لائقة
موافق	١.٢١	٣.٩٨	إجراءات التسجيل (الحذف والإضافة) للمقررات سهلة
موافق	١.١٢	٣.٩٨	الإرشاد وتأسيس الطلبة بشكل الصحيح
موافق	١.٠٣	٣.٩٧	تتخذ رسالة القسم كأساس للتخطيط الاستراتيجي
موافق	١.٠٠	٣.٩٥	هناك علاقة بين الأهداف الاستراتيجية للجامعة والأعمال اليومية بالقسم
موافق	١.١١	٣.٨٩	يتم تشجيع الابتكار والإبداع
موافق	١.٠٣	٣.٨٥	تدمج عمليات التقويم والتخطيط للتحسين في عمليات التخطيط المعتادة
موافق	١.١١	٣.٨٥	يوجد دليل موضح فيه كل الأنظمة والإجراءات الداخلية اللازمة للقيام بالعمل
موافق	١.٤٣	٣.٨٠	تقدم الجداول في الوقت المناسب ويتم إشعاري بأي تغييرات وقت حدوثها
موافق	١.٢٦	٣.٧٨	وفر القسم لي الفرصة للتعامل مع أفراد من ثقافات مختلفة
موافق	١.٢٧	٣.٧٤	يتم تزويدي بتغذية راجعة منتظمة تضمن تحسن الأداء الإداري في العمل
موافق	٠.٩٦	٣.٦٩	المتوسط العام

يتضح من بيانات الجدول أعلاه أن الصورة الذهنية لطلبة قسم الإعلام عن البيئة التعليمية كانت جيدة بمتوسط عام (٣.٦٩) وانحراف معياري (٠.٩٦)، وكانت من أهم ما يميز البيئة التعليمية معاملة الطلاب بطريقة لائقة بمتوسط (٤.١٤)، تلاها سهولة إجراءات التسجيل من الحذف والإضافة بمتوسط (٣.٨٩)، أما توفير القسم الفرصة للتعامل مع أفراد من ثقافات مختلفة فجاءت في المرتبة قبل الأخيرة بمتوسط (٣.٧٨)، وأخيراً يتم تزويد طلبة قسم الإعلام بالتغذية الراجعة المنتظمة التي تتضمن تحسن الأداء الإداري في العمل بمتوسط (٣.٧٤).

## جدول (٤٦)

لاختبار التائي لقياس الفروق بين متوسطات البيئة التعليمية تبعًا للنوع

المحاور	الجنس	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	مستوى الدلالة
البيئة التعليمية	ذكر	٤.٠٦	٠.٨٠	**٣.٨٥٤	**٠.٠٠٠
	أنثى	٣.٣٣	١.١٠		

\* تعني دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠٥ فأقل \*\* تعني دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠١ فأقل.

وأخيرًا توجد فروق دالة إحصائية بين متوسط الذكور (٤.٠٦) ومتوسط الإناث (٣.٣٣) لصالح المتوسط الأعلى وهو الذكور، وذلك في محور المقررات الدراسية، حيث كانت قيمة (ت=٣.٨٥٤) بمستوى دلالة (٠.٠٠٠) وهي أقل من (٠.٠٠٥)؛ أي يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بينهم عند مستوى أقل من (٠.٠٠٥)

## جدول (٤٧)

معامل ارتباط بين بيرسون بين المتغيرين العديدين

البيئة التعليمية	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
أسباب اختيار الطلاب قسم الإعلام	معامل الارتباط	**٠.٧٣٨
جامعة الملك سعود	مستوى الدلالة	٠.٠٠٠

\* تعني دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠٥ فأقل \*\* تعني دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠١ فأقل.

تشير بيانات الجدول أعلاه بوجود علاقة بين (أسباب اختيار الطلاب قسم الإعلام جامعة الملك سعود، والبيئة التعليمية)، حيث كان معامل ارتباط بيرسون هو (٠.٧٣٨) بقيمة دلالة (٠.٠٠٠) وهي أصغر من (٠.٠٠٥)؛ أي أنه توجد علاقة طردية قوية بينهما كلما زادت (كفاءة البيئة التعليمية زاد وبقوة أسباب اختيار الطلاب قسم الإعلام جامعة الملك سعود).

## جدول (٤٨)

الاختبار التباين الأحادي لقياس الفروق بين متوسطات البيئة التعليمية تبعًا لمدى الرضا

المحاور	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ف	مستوى الدلالة
البيئة التعليمية	غير راض	٣.٥٩	٠.٩٢	٠.٠٠٠
	راض إلى حد ما	٤.٢٤	٠.٧٣	
	راض	٤.٥٣	٠.٥٧	

\* تعني دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠٥ فأقل \*\* تعني دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠١ فأقل.

تشير بيانات الجدول أعلاه أنه يوجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات البيئة التعليمية ومدى رضاهم عن الحزم الدراسية المقدمة لهم، حيث كانت قيم ف (١٥.٦٢) بمستوى دلالة (٠.٠٠٠) وهي أقل من (٠.٠٠٥)؛ أي يوجد فروقات بينهم لصالح الطلبة الراضين عن الحزم الدراسية صاحبة المتوسط الأعلى (٤.٥٣) وهو يقابل الموافقة بشدة.

جدول (٤٩)  
الاختبار البعدي لقياس الفروق بين متوسطات البيئة التعليمية تبعًا لمدى الرضا

المتغير التابع متوسط الرضا عن الحزم الدراسية				المتغير المستقل
مستوى الدلالة	متوسط الفروق	الثاني	الأول	
٠.٠٠٥	**٠.٦٥١٨٦	غير راض	راض إلى حد ما	البيئة التعليمية
٠.٠٠٠	**٠.٩٤٦٥٦	غير راض	راض	

\* تعني دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠٥ فأقل \*\* تعني دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠١ فأقل.

اتضح من بيانات الجدول أعلاه أن هناك فرقاً بين درجة رضا الطلاب إلى حد ما عن الحزم وعدم رضاهم عنها لصالح رضا الطلاب، حيث كان متوسط الفرق بينهم (٠.٦٥١٨٦) وهي دالة عند مستوى (٠.٠٠٥) وهي أقل من (٠.٠٠٥)، كما توجد فروق بين درجة رضا الطلاب عن الحزم وعدم رضاهم عنها لصالح رضا الطلاب، حيث كان متوسط الفرق بينهم (٠.٩٤٦٥٦) وهي دالة عند مستوى (٠.٠٠٠).

### التوصيات:

١. أهمية تعزيز صورة القسم ذهنياً لدى جماهيره، من خلال ما يقدمه من خدمات تعليمية وبحثية ومجتمعية تتماشى مع معايير الجودة العالمية للتعليم ومتطلبات سوق العمل؛ ليتمكن من المنافسة واستقطاب الحصة الأكبر من الراغبين في الالتحاق به وببرامجه العلمية المختلفة.
٢. الاهتمام بالمنتج الذي يقدمه لطلابه، والأمر الذي سينعكس على صورته الذهنية لدى طلابه، وكذلك الراغبين في الالتحاق به، ويعزز من ثقتهم واعتزازهم به.
٣. يجب أن يتيح قسم الإعلام في جامعة الملك سعود الفرصة لطلابه للتطبيق العملي من خلال معامل صحفية واستوديوهات إعلامية مجهزة بتقنيات وأجهزة تواكب التطور الحاصل في صناعة الإعلام.

### أهم النتائج:

١. أغلبية بيانات الدراسة الحالية عبارة عن ٧٨٪ من الذكور، ٩٥.٩ يدرسون بالعلاقات العامة، ٢٦.٨٪ كانوا بالمستوى العاشر.
٢. أغلب طلاب قسم الإعلام كانوا يهتمون بمتابعة أنشطة قسم الإعلام بنسبة (٧٦٪) تقريباً، وأن الذكور كانوا يهتمون بالمتابعة أكثر من الإناث.
٣. أهم مصادر المعلومات المأخوذة عن أنشطة قسم الإعلام من خلال شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة (٨٥٪)، وأن هناك تقارباً بين الذكور والإناث لاستخدامهم شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للبيانات، وكانوا غالباً من قسم العلاقات العامة، ومن المستوى العاشر.
٤. كما تشير بيانات الدراسة الحالية أن الطلاب كانوا غير راضين عن الحزم الدراسية المقدمة لهم بنسبة (٦٢٪) تقريباً.

٥. ويتضح من بيانات الدراسة الحالية أن الطلاب موافقون على اختيارهم للدراسة بقسم الإعلام جامعة الملك سعود بمتوسط (٤.١١)، وأن من أهم أسباب اختيارهم للدراسة بهذا القسم هو أهمية تخصص الإعلام، وللمسعة الجيدة لقسم الإعلام بجامعة الملك سعود، كما يوجد فروق دالة إحصائية بين متوسط الذكور والإناث لصالح الذكور، ولا يوجد فروق دالة إحصائية بين التخصصات الثلاثة ومستوياتهم الدراسية لاختيار طلابهم لقسم الإعلام، بينما توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات أسباب اختيار الطلاب لقسم الإعلام جامعة الملك سعود ومدى رضاهم عن الحزم الدراسية المقدمة لصالح رضاهم عنها.

٦. تشير بيانات الدراسة الحالية أن الطلاب كانوا يؤكدون على ملامح للصورة الذهنية الجيدة حول جودة التعليم لدى الطلاب بمتوسط (٣.٩٨)، وأن من أهم هذه الملامح: العدالة بين الطلاب في تطبيق اللوائح والأنظمة، تهيئة القاعات الدراسية، استخدام الأساليب الحديثة في طرق التعليم، واتضح أيضًا بوجود فروق دالة إحصائية بين متوسط الذكور والإناث لصالح الذكور، وأنه لا يوجد فروق دالة إحصائية بين متوسط التخصصات الثلاثة والمستويات الدراسية، بينما توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات ملامح للصورة الذهنية حول جودة التعليم لدى الطلاب ومدى رضاهم عن الحزم الدراسية المقدمة لصالح رضاهم عنها، واتضح أيضًا بوجود علاقة طردية قوية بين أسباب اختيار الطلاب قسم الإعلام جامعة الملك سعود، ملامح الصورة الذهنية حول جودة التعليم والأنشطة بالقسم.

٧. وبينت الدراسة الحالية أن الطلاب كانوا يؤكدون على ملاءمة المواد التي تدرس مع سوق العمل بمتوسط (٣.٩٧)، حيث إن البرنامج زاد من معرفة الطالب بأخلاقيات المهنة، وأن ما تعلمه مهم وسيفيده مستقبلاً، واتضح أيضًا بوجود فروق دالة إحصائية بين متوسط الذكور والإناث لصالح الذكور، وأنه لا يوجد فروق دالة إحصائية بين متوسط التخصصات الثلاثة ومستوياتهم الدراسية، بينما توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات ملاءمة المواد التي تدرس مع سوق العمل ومدى رضاهم عن الحزم الدراسية المقدمة لصالح رضاهم عنها، واتضح أيضًا وجود علاقة طردية قوية بين أسباب اختيار الطلاب قسم الإعلام جامعة الملك سعود، ومدى ملاءمة المواد التي تدرس مع سوق العمل.

٨. كما أشارت الدراسة الحالية أن الطلاب كانوا يؤكدون على الصورة الذهنية الجيدة لأعضاء هيئة التدريس بالقسم متوسط (٣.٨٨) واختلفت هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (الصبيحي، ٢٠١٨م) التي توصلت إلى أن المبحوثين راضون بدرجة متوسطة عن مستوى الخدمات التعليمية، حيث كانت هناك ثقة متنامية واحترام متبادل بين الطالب والأستاذ، كما توجد شفافية بالإعلان عن قواعد المحاضرات ووضوح، واتضح أيضًا بوجود فروق دالة إحصائية بين متوسط الذكور والإناث لصالح الذكور، وأنه لا يوجد فروق دالة إحصائية بين متوسط التخصصات الثلاثة ومستوياتهم

الدراسية، بينما توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات ملاءمة المواد التي تدرس مع سوق العمل ومدى رضاهم عن الحزم لصالح رضاهم عنها، واتضح وجود علاقة طردية قوية بين أسباب اختيار الطلاب قسم الإعلام جامعة الملك سعود، الصورة الذهنية الجيدة لأعضاء هيئة التدريس بالقسم.

٩. وبينت الدراسة الحالية أن الطلاب كانوا يؤكدون على أهمية التطبيق العملي للتخصصات بمتوسط (٣.٨٨)، حيث كان لبرامج التدريب الميداني فعالية في تطوير مهارة الطلاب، واختلفت النتائج مع دراسة (صحاح، ٢٠١٨م) التي توصلت إلى أن هناك اهتمامًا بالجانب النظري، في المقابل كان الاهتمام بالجانب العملي ضعيفًا لنقص الموارد المادية والاستوديوهات وغرف المونتاج والتركييب والتصوير، كما خلص البحث إلى أن نجاح مهمة الصحافة يرجع بالدرجة الأولى للتدريب المستمر، لذلك ترى غالبية عينة الدراسة أنه يجب فتح المجال للتواصل مع أصحاب الخبرات في مجال الإعلام، واختلفت أيضًا مع دراسة (العمار، حسين، ٢٠١٨) التي توصلت إلى أن غالبية عينة الدراسة لم يكونوا راضين على موضوعات التدريب العملي في المقررات الدراسية، واتضح أيضًا بوجود فروق دالة إحصائية بين متوسط الذكور والإناث لصالح الذكور، وأنه لا يوجد فروق دالة إحصائية بين متوسط التخصصات الثلاثة، كما لا يوجد فروق دالة إحصائية بين متوسط المستويات الدراسية، بينما توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات ملاءمة المواد التي تدرس مع سوق العمل ومدى رضاهم عن الحزم الدراسية المقدمة لصالح رضاهم عنها، واتضح أيضًا وجود علاقة طردية قوية بين أسباب اختيار الطلاب قسم الإعلام جامعة الملك سعود، التطبيق العملي للتخصصات.

١٠. كما أشارت الدراسة الحالية أن هناك استغلال الموارد المتاحة في القسم للتطبيق بمتوسط (٣.٧١)، حيث يتم وضع تسهيلات للمعاقين لتيسير أمورهم، كما يتوفر مرافق وتجهيزات مناسبة خاصة لذوي الاحتياجات الخاصة، واتضح أيضًا بوجود فروق دالة إحصائية بين متوسط الذكور والإناث لصالح الذكور، وأنه لا يوجد فروق دالة إحصائية بين متوسط التخصصات الثلاثة، كما لا يوجد فروق دالة إحصائية بين متوسط المستويات الدراسية، بينما توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات ملاءمة المواد التي تدرس مع سوق العمل، ومدى رضاهم عن الحزم الدراسية المقدمة لصالح رضاهم عنها، واتضح أيضًا وجود علاقة طردية قوية بين أسباب اختيار الطلاب قسم الإعلام جامعة الملك سعود، استغلال الموارد المتاحة في القسم للتطبيق.

١١. كما أشارت الدراسة الحالية إلى أن الطلاب راضون عن الأجهزة الموجودة في القسم وكفاءتها وجاهزيتها بمتوسط (٣.٧٦)، حيث اتسمت تجهيزات القاعات بالجودة، توفرت شروط السلامة اللازمة في المعامل والمختبرات للبرنامج الدراسي، واتضح أيضًا بوجود فروق دالة إحصائية بين متوسط الذكور والإناث لصالح الذكور، وأنه لا يوجد فروق دالة إحصائية بين متوسط التخصصات

الثلاثة، كما لا يوجد فروق دالة إحصائيًا بين متوسط المستويات الدراسية، بينما توجد فروق دالة إحصائيًا بين متوسطات ملاءمة المواد التي تدرس مع سوق العمل ومدى رضاهم عن الحزم الدراسية المقدمة لصالح رضاهم عنها، واتضح أيضًا وجود علاقة طردية قوية بين أسباب اختيار الطلاب قسم الإعلام جامعة الملك سعود، الأجهزة الموجودة في القسم وكفاءتها وجاهزيتها.

١٢. كما أشارت الدراسة الحالية أن الطلاب راضون عن المقررات الدراسية بمتوسط (٣.٧٤)، حيث كانت طريقة الشرح ممتازة، استخدام أمثلة معاصرة في الحياة، واتضح أيضًا وجود فروق دالة إحصائيًا بين متوسط الذكور والإناث لصالح الذكور، وأنه لا يوجد فروق دالة إحصائيًا بين متوسط التخصصات الثلاثة، كما لا يوجد فروق دالة إحصائيًا بين متوسط المستويات الدراسية، بينما توجد فروق دالة إحصائيًا بين متوسطات ملاءمة المواد التي تدرس مع سوق العمل ومدى رضاهم عن الحزم الدراسية المقدمة لصالح رضاهم عنها، واتضح أيضًا وجود علاقة طردية قوية بين أسباب اختيار الطلاب قسم الإعلام جامعة الملك سعود، المقررات الدراسية.

١٣. كما أشارت الدراسة الحالية إلى أن درجة رضا الطلاب عن البيئة التعليمية كانت عالية بمتوسط (٣.٧٨)، حيث يتم معاملة الطالب بطريقة لائقة، وسهولة إجراءات التسجيل (الحذف والإضافة) للمقررات، واتضح أيضًا بوجود فروق دالة إحصائيًا بين متوسط الذكور والإناث لصالح الذكور، وأنه لا يوجد فروق دالة إحصائيًا بين متوسط التخصصات الثلاثة، كما لا يوجد فروق دالة إحصائيًا بين متوسط المستويات الدراسية، بينما توجد فروق دالة إحصائيًا بين متوسطات ملاءمة المواد التي تدرس مع سوق العمل ومدى رضاهم عن الحزم الدراسية المقدمة لصالح رضاهم عنها، واتضح أيضًا وجود علاقة طردية قوية بين أسباب اختيار الطلاب قسم الإعلام جامعة الملك سعود، البيئة التعليمية.

## المصادر والمراجع:

- ١) القضاة، محمد فلاح وآخرون، (٢٠٠٨م)، "الصورة الذهنية لقناة الجزيرة والجزيرة الدولية لدى الشباب الجامعي -دراسة ميدانية على طلبة جامعتي قطر والبريموك"، الأردن: المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية م ١٤، ص ٣٦-٣٧.
- ٢) الداوققي، إبراهيم، (٢٠٠١م)، "صورة الأتراك لدى العرب"، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، ص ١.
- ٣) عبد الحميد، محمد (١٩٩٧م)، "نظريات الإعلام واتجاهات التأثير" القاهرة: عالم الكتب.
- ٤) عجوة، علي، (٢٠٠٥م)، "العلاقات العامة والصورة الذهنية"، ط٣، (القاهرة، عالم الكتب للطباعة والنشر).
- ٥) الحوري، فالح عبد القادر، والزيادات، ممدوح، وعبابنه، هائل (٢٠٠٩)، إدارة الصورة الذهنية للمنظمات الأردنية في إطار واقع المسؤولية الاجتماعية، دراسة ميدانية غير منشورة في شركات الاتصالات الخلوية الأردنية، المؤتمر العلمي الثالث تحت عنوان "إدارة منظمات الأعمال: التحديات العالمية المعاصرة" المنعقدة في الفترة ٢٧-٢٩ نيسان ٢٠٠٩ في كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة العلوم التطبيقية، عمان.
- ٦) الحديد، علي يحيى بدر، (٢٠٢٢م)، "الصورة الذهنية للجامعات الأردنية لدى الطلبة العرب"، مجلة اتحاد الجامعات العربية للبحوث في التعليم العالي، اتحاد الجامعات العربية - الأمانة العامة، مج ٤٢، ص ٣٤-٣٥، ١٠٣-١٢٨.
- ٧) عقيدة، مطهر علي، (٢٠٢١م)، "الصورة الذهنية لكليات وأقسام الإعلام في الجامعات اليمنية لدى الطلاب الملتحقين بها: دراسة مقارنة على عينة من الجامعات اليمنية الحكومية والخاصة"، مجلة كلية الفنون والإعلام، جامعة مصراته، كلية الفنون والإعلام.

- ٨) العمار، علي، حسين، عبده، (٢٠١٨م)، "اتجاهات طلاب قسم الصحافة بكلية الإعلام، جامعة صنعاء نحو التدريب العملي في ضوء متطلبات سوق العمل، المؤتمر العلمي الأول للتطوير الأكاديمي وضمان الجودة، الطريق نحو مجتمع المعرفة، مركز التطوير الأكاديمي وضمان الجودة، جامعة صنعاء، مج (١)، ع (١١)، ص ١٨٨-٢١٠.
- ٩) الصبيحي، محمد بن سعد، (٢٠١٨م)، "اتجاهات الطلاب نحو البرامج التعليمية في كليات الإعلام وأقسامه وعلاقتها بمتطلبات الجودة الشاملة"، مجلة العلاقات العامة الشرق الأوسط، ع (١٨)، ص ١٠-٥٦.
- 10) Ed Madison, Toby Hopp, Arthur D. Santana, and Kathleen Stenberry,: A Motivational Perspective on Mass Commination Students' Satisfaction With Their Major: Investigating Antecedents and Consequence, *journalism & Mass Communication Educator*, Vol. 73, (1), 2018, p. 50-66.
- 11) 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.
- 12) 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.
- 13) Chandra . T,etc al (2019).The influence of service quality, university image on student satisfaction andstudent loyaly ,*Benchmarking: An International Journal*,Vol.26, No.5
- 14) 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.
- 15) 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.
- 16) 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.*



## The Image of the Media Department among Students at King Saud University in Riyadh

*Dr. Hamed Ateeq Ali Alghamdi*

[halgrsan@ksu.edu.sa](mailto:halgrsan@ksu.edu.sa)

*Associate Professor of Media,  
Mass Communication Department,  
College of Humanities & Social Sciences,  
King Saud University*

### Abstract

The main objective of this research is to monitor and analyze the features and characteristics of the image of the media department among its students, and the relationship of this image to their attitudes towards media specializations.

This research comes within descriptive research, and the researcher used the questionnaire as a main tool in collecting data through a deliberate sample of 123 male and female students enrolled.

In the media specialization, the study reached several results, the most important of which is that the majority of the sample was interested in following up the activities of the media department, and that males were more interested in following up it than females, And that the students were taking their sources of information about the Department of Media through social networking sites, and that they were not satisfied with the study packages provided to them, and they stressed the suitability of the subjects taught with the labor market, the good image of the faculty members in the department, and the importance of the practical application of the specializations, and there is also the exploitation of resources.

Available for the application, students are satisfied with the devices in the department, their efficiency and readiness, and with the courses. It also became clear that there were statistically significant differences between the average of males and females in favor of males in their satisfaction with the academic courses. It also became clear that the higher the quality of the academic courses, the more it affected the students in their choice of the media department.

**Keywords:** Image, Students, Department of Media, King Saud University.

---

(\*) The Paper was received on March 31, 2024, and was accepted for publication on May 21, 2024.

All rights reserved.

None of the materials provided on this Journal or the web site may be used, reproduced or transmitted, in whole or in part, in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or the use of any information storage and retrieval system, except as provided for in the Terms and Conditions of use of Al Arabia Public Relations Agency, without permission in writing from the publisher.

And all applicable terms and conditions and international laws with regard to the violation of the copyrights of the electronic or printed copy.

ISSN for the printed copy

(ISSN 2314-8721)

ISSN of the electronic version

(ISSN 2314-873X)

Egyptian National Scientific & Technical Information Network  
(ENSTINET)

Egyptian Public Relations Association

With the permission of the Supreme Council for Media Regulation in Egypt

Deposit Number: 24380 /2019

To request such permission or for further enquires, please contact:

#### APRA Publications

Al Arabia Public Relations Agency

Arab Republic of Egypt,

Menofia - Shibben El-Kom - Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.

Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

Or

Egyptian Public Relations Association

Arab Republic of Egypt,

Giza, Dokki, Ben Elsarayat -1 Mohamed Alzoghpy St.

Email: [jpr@epra.org.eg](mailto:jpr@epra.org.eg) - [ceo@apr.agency](mailto:ceo@apr.agency)

Web: [www.apr.agency](http://www.apr.agency), [www.jpr.epra.org.eg](http://www.jpr.epra.org.eg)

Phone: (+2) 0114 -15 -14 -157 - (+2) 0114 -15 -14 -151 - (+2) 02-376-20 -818

Fax: (+2) 048-231-00 -73

The Journal is indexed within the following international digital databases:



- The author should send an electronic copy of his manuscript by Email written in Word format with his/her CV.
- In case of accepting the publication of the manuscript in the journal, the author will be informed officially by a letter. But in case of refusing, the author will be informed officially by a letter and part of the research publication fees will be sent back to him soon.
- If the manuscript required simple modifications, the author should resent the manuscript with the new modifications during 15 days after the receipt the modification notes, and if the author is late, the manuscript will be delayed to the upcoming issue, but if there are thorough modifications in the manuscript, the author should send them after 30 days or more.
- The publication fees of the manuscript for the Egyptians are: 3800 L.E. and for the Expatriate Egyptians and the Foreigners are: 550 \$. with 25% discount for Masters and PhD Students.
- If the referring committee refused and approved the disqualification of publishing the manuscript, an amount of 1900 L.E. will be reimbursed for the Egyptian authors and 275 \$ for the Expatriate Egyptians and the Foreigners.
- Fees are not returned if the researcher retracts and withdraws the research from the journal for arbitration and publishing it in another journal.
- The manuscript does not exceed 40 pages of A4 size. 70 L.E. will be paid for an extra page for the Egyptians and 10 \$ for Expatriate Egyptians and the Foreigners authors.
- A special 20 % discount of the publication fees will be offered to the Egyptians and the Foreign members of the Fellowship of the Egyptian Public Relations Association for any number of times during the year.
- Two copies of the journal and Five Extracted pieces from the author's manuscript after the publication.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Master's Degree) are: 500 L.E. for the Egyptians and 150 \$ for the Foreigners.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Doctorate Degree) are: 600 L.E. for the Egyptians and 180 \$ for the Foreigners. As the abstract do not exceed 8 pages and a 10 % discount is offered to the members of the Egyptian Public Relations Association. One copy of the journal will be sent to the author's address.
- Publishing a book offer costs LE 700 for the Egyptians and 300 \$US for foreigners.
- One copy of the journal is sent to the author of the book after the publication to his/her address. And a 10% discount is offered to the members of the Egyptian Public Relations Association.
- For publishing offers of workshops organization and seminars, inside Egypt LE 600 and outside Egypt U.S. \$ 350 without a limit to the number of pages.
- The fees of the presentation of the International Conferences inside Egypt: 850 L.E. and outside Egypt: 450 \$ without a limitation of the number of pages.
- All the research results and opinions express the opinions of the authors of the presented research papers not the opinions of the Al-Arabia Public Relations Agency or the Egyptian Public Relations Association.
- Submissions will be sent to the chairman of the Journal.

### **Address:**

Al Arabia Public Relations Agency,

Arab Republic of Egypt, Menofia, Shibben El-Kom, Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.

Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

And also, to the Journal email: [jpr@epra.org.eg](mailto:jpr@epra.org.eg), or [ceo@apr.agency](mailto:ceo@apr.agency), after paying the publishing fees and sending a copy of the receipt.

# Journal of Public Relations Research Middle East

**I**t is a scientific journal that publishes specialized research papers in Public Relations, Mass Media and Communication ,after peer refereeing these papers by a number of Professors specialized in the same field under a scientific supervision of the Egyptian Public Relations Association, which considered the first Egyptian scientific association specialized in public relations, (Member of the network of scientific Associations in the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo).

The Journal is part of Al-Arabia Public Relations Agency's publications, specialized in education, scientific consultancy and training.

- The Journal is approved by the Supreme Council for Media Regulation in Egypt. It has an international numbering and a deposit number. It is classified internationally for its both printed and electronic versions by the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo. In addition, it is classified by the Scientific Promotions Committee in the field of Media of the Supreme Council of Universities in Egypt.
- The Journal has Impact Factor Value of 1.569 based on International Citation Report (ICR) for the year 2021-2022.
- The Journal has an Arcif Impact Factor for the year 2023 = 2.7558 category (Q1).
- The Journal has an impact factor of the Supreme Council of Universities in Egypt for the year 2023 = 7.
- This journal is published quarterly.
- The journal accepts publishing books, conferences, workshops and scientific Arab and international events.
- The journal publishes advertisements on scientific search engines, Arabic and foreign publishing houses according to the special conditions adhered to by the advertiser.
- It also publishes special research papers of the scientific promotion and for researchers who are about to defend master and Doctoral theses.
- The publication of academic theses that have been discussed, scientific books specialized in public relations and media and teaching staff members specialized scientific essays.

## **Publishing rules:**

- It should be an original Manuscripts that has never been published.
- Arabic, English, French Manuscripts are accepted however a one-page abstract in English should be submitted if the Manuscripts is written in Arabic.
- The submitted Manuscripts should be in the fields of public relations and integrated marketing communications.
- The submitted scientific Manuscripts are subject to refereeing unless they have been evaluated by scientific committees and boards at recognized authorities or they were part of an accepted academic thesis.
- The correct scientific bases of writing scientific research should be considered. It should be typed, in Simplified Arabic in Arabic Papers, 14 points font for the main text. The main and sub titles, in Bold letters. English Manuscripts should be written in Times New Roman.
- References are mentioned at the end of the Manuscripts in a sequential manner.
- References are monitored at the end of research, according to the methodology of scientific sequential manner and in accordance with the reference signal to the board in a way that APA Search of America.

## Advisory Board \*\*

### JPRRME

**Prof. Dr. Aly Agwa, (Egypt)**

Professor of Public Relations and former Dean of the Faculty of Mass Communication, Cairo University

**Prof. Dr. Thomas A. Bauer, (Austria)**

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

**Prof. Dr. Yas Elbaiaty, (Iraq)**

Professor of Journalism at the University of Baghdad, Vice Dean of the Faculty of Media and Information  
and Humanities, Ajman University of Science

**Prof. Dr. Mohamed Moawad, (Egypt)**

Media professor at Ain Shams University & former Dean of Faculty of Mass Communication –  
Sinai University

**Prof. Dr. Abd Elrahman El Aned, (KSA)**

Professor of Media and Public Relations, Mass Communication Faculty - Imam Muhammad Bin Saud  
Islamic University

**Prof. Dr. Mahmoud Yousef, (Egypt)**

Professor of Public Relations - Faculty of Mass Communication, Cairo University

**Prof. Dr. Samy Taya, (Egypt)**

Professor and Head of Public Relations Faculty of Mass Communication - Cairo University

**Prof. Dr. Gamal Abdel-Hai Al-Najjar, (Egypt)**

Professor of Media, Faculty of Islamic Studies for Girls, Al-Azhar University

**Prof. Dr. Sherif Darwesh Allaban, (Egypt)**

Professor of printing press & Vice-Dean for Community Service at the Faculty of Mass  
Communication, Cairo University

**Prof. Dr. Othman Al Arabi, (KSA)**

Professor of Public Relations and the former head of the media department at the Faculty of Arts –  
King Saud University

**Prof. Dr. Abden Alsharef, (Libya)**

Media professor and dean of the College of Arts and Humanities at the University of Zaytuna – Libya

**Prof. Dr. Waled Fathalha Barakat, (Egypt)**

Professor of Radio & Television and Vice-Dean for Student Affairs at the Faculty of Mass  
Communication, Cairo University

**Prof. Dr. Tahseen Mansour, (Jordan)**

Professor of Public Relations & Former Dean the Faculty of Mass Communication,  
Yarmouk University

**Prof. Dr. Ali Kessaissia, (Algeria)**

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

**Prof. Dr. Redouane BoudJema, (Algeria)**

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

**Prof. Dr. Hisham Mohammed Zakariya, (Sudan)**

Professor and Dean of the College of Communication at Al Qasimia University in Sharjah,  
Former Dean of the Faculty of Community Development at the University of the Nile Valley, Sudan.

**Prof. Dr. Abdul Malek Radman Al-Danani, (Yemen)**

Professor, Faculty of Media & Public Relations, Emirates Collage of Technology, UAE.



**English Researches:**

- **Dr. Abeer Abdel Hamid Salem** - *MSA University*  
Communicating Climate Change, A Sustainability Challenge:  
An Analytical Field Study 7

**Abstracts of Arabic Researches:**

- **Associate Prof. Dr. Maeen Saleh Yahya Al-Maitamy** - *Liwa College - Abu Dhabi*  
**Associate Prof. Dr. Fouad Ali Hussein Sa'adan** - *Sana'a University*  
Principles of Persuasive Design for Internationally Ranked Arab Universities  
Websites Using the (PSD) Model: Analytical Study 36
- **Associate Prof. Dr. Mohamed Ahmed Mohamed Aboud** - *Banha University*  
Educational Media Students' Reliance on Artificial Intelligence Applications  
in Producing Radio and Television Materials: A Field Study 37
- **Associate Prof. Dr. Mamdouh Elsayed Abd Elhady Shatla** - *Kafrelsheikh University*  
Youth Seeking for Political Information about the Ethiopian Renaissance Dam Crisis  
on Social Media and its Relationship to Satisfaction with the Egyptian Government's  
Performance during the Crisis: A Field study 38
- **Dr. Hamed Ateeq Ali Alghamdi** - *King Saud University*  
The Image of the Media Department among Students at King Saud University  
in Riyadh 39
- **Dr. Zainab Saleh Abd Elfadeel Gad** - *Al-Azhar University*  
Determinants of Hatred of Local and International Brands and their Relationship  
to Egyptian Consumer Behavior: A Field Study 40
- **Bander Abutaleb Safhi** - *King Saud University*  
Connective Participation in Al Rajhi Bank's Communication with its Customers  
Who Use Social Media Platforms 41
- **Ethar Abdulmohsen Alyoubi** - *King Abdulaziz University*  
Job Satisfaction among Public Relations Practitioners in Healthcare Institutions  
in the Kingdom of Saudi Arabia, Hospitals in the City of Jeddah as a Model:  
A Field Study 43
- **Majed Salem Ahmad Alabdali** - *Arab East Colleges*  
The Impact of Using Social Media on Reshaping the Values: An Applied Study  
on Saudi Society 44
- **Mrwah Talat Mohammed Amin Yankar** - *King Saud University*  
Electronic Dialogic Communication in Digital Platforms of the Saudi Ministry  
of Health Sector 45

(ISSN 2314-8721)

Egyptian National Scientific & Technical Information Network  
Egyptian Public Relations Association  
(ENSTINET)

With the permission of the Supreme Council for Media Regulation in Egypt

Deposit Number: 24380 /2019

Copyright 2024@APRA 

www.jprr.epra.org.eg