



الجامعة العربية الأمريكية

كلية الدراسات العليا

دور الأنشطة التواصلية للمجالس الطلابية في الجامعات الفلسطينية في تعزيز صورتها
الذهنية لدى الطلبة- الجامعة العربية الأمريكية وجامعة بيرزيت حالة دراسية

إعداد

علي بلال كميل

إشراف

د. علاء عياش

تم تقديم هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات درجة الماجستير في تخصص العلاقات العامة

المعاصرة

آذار/2025

© الجامعة العربية الأمريكية – 2025. جميع حقوق الطبع محفوظة.

إجازة الرسالة

دور الأنشطة التواصلية للمجالس الطلابية في الجامعات الفلسطينية في تحسين صورتها الذهنية
لدى الطلبة الجامعة العربية الأمريكية وجامعة بيرزيت حالة دراسية

إعداد

علي كميل

نوقشت هذه الرسالة بتاريخ 2025/3/6 وأجيزت.

أعضاء لجنة المناقشة:

1. الدكتور علاء عياش مشرفاً ورئيساً
2. الدكتور إبراهيم حروب ممتحناً داخلياً
3. الدكتور محمد وسام عامر ممتحناً خارجياً

التوقيع



Amer
Misra

الإقرار

أنا الموقع أدناه مقدم رسالة ماجستير بعنوان:

دور الأنشطة التواصلية للمجالس الطلابية في الجامعات الفلسطينية في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة الجامعة العربية الأمريكية وجامعة بيرزيت حالة دراسية

أقر بأن ما اشتملت عليه هذه الرسالة هو نتاج جهدي الشخصي، باستثناء ما تمت الإشارة إليه حيثما ورد.

الاسم: علي كميل

التوقيع: علي كميل

الرقم الجامعي: 201912694

التاريخ: 24.4.2025

الإهداء

"وَأَخِرُ دَعْوَاهُمْ أَنْ الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ"

إلى وطننا الحبيب فلسطين، وإلى غزة التي تنبض بالعزة والصمود، إلى أرواح الشهداء الطاهرة، وإلى شعبها الصامد والمرابط الذي يجسد أسمى معاني التضحية والثبات... لكم جميعًا أهدي ثمرة جهدي وتعب السنين.

إلى روح والدي الحبيب، الذي كان لي السند والداعم الأول، رحل جسده وبقيت كلماته ونصائحه ترشدني في دروب الحياة، وإلى والدتي الحبيبة والحنونة، منبع الحب والعطاء، التي لم تبخل عليّ بدعائها واهتمامها، فلهما أرفع هذا العمل بكل فخر وامتنان.

إلى رفيقة الروح والدرب، زوجتي الغالية، التي كانت لي العون والسند، ورفيقة المشوار في كل خطوة، وإلى أبنائي الأعداء، بلال وماريا، الذين منحوني الدافع للاستمرار والعطاء... أنتم جميعًا نور حياتي ومصدر سعادتي.

إلى إخوتي وأخواتي، سندي وعزوتي، من شاركوني أفراحي وأحلامي، وكانوا دومًا معي في كل محطات الحياة، لكم مني كل الحب والتقدير.

إلى أهلي وأصدقائي، وإلى كل من كان له بصمة في رحلتي العلمية، إلى كل من مدّ لي يد العون، أو قدّم لي كلمة دعم، أو كان سببًا في وصولي إلى هذا الإنجاز... لكم جميعًا أهدي هذا النجاح.

الشكر والتقدير

بداية الشكر لله رب العالمين

كل معاني الامتنان والتقدير، أتقدم بخالص الشكر والعرفان إلى الدكتور علاء عياش، المشرف على هذه الرسالة، الذي لم يبخل عليّ بتوجيهاته السديدة، ودعمه المستمر، ونصائحه القيمة التي كان لها الأثر الكبير في إتمام هذا العمل العلمي. لقد كان نعم الموجّه والقنوة، فله مني أسمى آيات الشكر والتقدير.

كما أتوجه بجزيل الشكر والاحترام إلى أساتذتي الأفاضل في قسم العلاقات العامة في الجامعة العربية الأمريكية، الذين لم يدّخروا جهدًا في تقديم العلم والمعرفة، وحرصوا علينا أسس البحث العلمي والتميز الأكاديمي، فكان لهم فضل كبير في مسيرتي العلمية.

ولا أنسى أن أعبّر عن امتناني العميق إلى أصدقائي الأعزاء، الذين كانوا سندًا لي في هذه الرحلة، فبكلماتهم المشجعة ودعمهم المستمر، كانوا رفقاء الدرب في كل التحديات والصعاب، فشكرًا لهم من القلب.

لكم جميعًا، كل الاحترام والتقدير.

والله ولي التوفيق.

ملخص الدراسة

هدفت الدراسة الكشف عن دور الأنشطة التواصلية للمجالس الطلابية في الجامعات الفلسطينية في تعزيز صورتها الذهنية، والتعرف إلى أهمية وجود الأنشطة الاتصالية، والكشف عن كيفية تأثير الأنشطة التواصلية لمجالس الطلبة تحسين صورتها الذهنية، ومدى تطبيق مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية مبادئ الاتصال الحواري، والكشف عن الفروق في متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة عن دور الأنشطة التواصلية للمجالس الطلابية في الجامعات الفلسطينية في تحسين صورتها الذهنية تعزى للمتغيرات الديمغرافية (النوع الاجتماعي، الجامعة، الكلية، السنة الدراسية، المرحلة الدراسية، الإنتماء لأي إطار طلابي).

ولتحقيق اهداف الدراسة استخدم الباحث المنهج الوصفي المختلط (الكمي، والنوعي)، وتكون مجتمع الدراسة من جميع طلبة جامعة بيرزيت والجامعة العربية الأمريكية، وقد تم اختيار عينة عشوائية طبقية ممثلة للمجتمع تكونت من (765) طالب وطالبة تم اختيارهم بأسلوب العينة العشوائية الطبقية، وقد استخدم الباحث المقابلات الشخصية من خلال مقابلة عينة هادفة من رؤساء مجالس الطلبة، وعددهم (4)، وتم تطوير أدوات الدراسة التي تمثلت بالاستبانة، والمقابلات الشخصية، ومن أهم نتائج الدراسة: تبين من التحليل أن الغالبية العظمى من طلبة عينة الدراسة تتابع أنشطة مجالس الطلبة بشكل دائم، وتبين من التحليل أن أكثر الأنشطة التي يتم متابعتها في الجامعتين هي أخبار الدوام، يليها حل بعض المشكلات الأكاديمية، يليها متابعة أزمات طارئة خاصة بالجامعة، وأهم الفعاليات التي يتابعها الطلبة: فعاليات اجتماعية متنوعة، يليها الندوات، ثم يليها الأنشطة الخيرية والتطوعية، ثم يليها دورات أكاديمية متخصصة، يليها ورش العمل، يليها حملات التبرع، وجاءت أن الأنشطة التواصلية تُروّج لأهمية المجالس الطلابية في خدمتهم بدرجة كبيرة جداً في الجامعة العربية الأمريكية، وبدرجة كبيرة في جامعة بيرزيت وجاءت النسبة الكلية لتأثير الأنشطة التواصلية على تحسين الصورة الذهنية لدى الطلبة بنسبة (83.2%). ويوصي الباحث بناء على نتائج الدراسة، إلى أن يكون هناك ترويج للأنشطة التواصلية من خلال الوسائل التواصلية المختلفة خاصة وسائل التواصل الاجتماعي، وأن يكون هناك تنوع في الأنشطة التواصلية بما يناسب جميع الطلبة، ومستوياتهم، وأن تتميز بالشمولية، وأن تكون مستمرة بما يضمن تأثيرها الإيجابي بين الطلبة أعضاء المجالس، وبناء جسور الثقة فيما بينهم لتحسين الصورة الذهنية لمجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية

كلمات مفتاحية: الأنشطة التواصلية، مجالس الطلبة، الجامعات الفلسطينية، الصورة الذهنية

فهرس المحتويات

أ	إجازة الرسالة
ب	الإقرار
ت	الإهداء
ث	الشكر والتقدير
ج	ملخص الدراسة
ح	فهرس المحتويات
ذ	فهرس الجدول
ز	فهرس الأشكال
س	فهرس الملاحق
1	الفصل الأول
1	الإطار العام للدراسة
1	المقدمة
3	مشكلة الدراسة وأسئلتها
5	فرضيات الدراسة:
5	أهداف الدراسة
6	أهمية الدراسة:
7	حدود الدراسة
7	المفاهيم والمصطلحات
9	الفصل الثاني
9	الإطار النظري والدراسات السابقة
9	المحور الأول: نظرية الاتصال الحواري، ونشأتها
16	المحور الثاني: الأنشطة التواصلية
33	الفصل الثالث
33	منهجية الدراسة وإجراءاتها
33	منهج الدراسة:
33	مجتمع الدراسة:

34	عينة الدراسة:
36	أدوات الدراسة:
47	الفصل الرابع
47	نتائج الدراسة
1.4	النتائج المتعلقة بالسؤال الأول والذي نصه: ما خصائص وسمات متابعة أنشطة مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية؟
2.4	النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني والذي نصه: ما أهمية وجود الأنشطة التواصلية في مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية؟
3.4	النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث والذي نصه: كيف تؤثر الأنشطة التواصلية لمجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية في تحسين صورتها الذهنية؟
4.4	النتائج المتعلقة بالسؤال الرابع والذي نصه: إلى أي مدى تطبق مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية مبادئ الاتصال الحواري في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة؟
5.4	النتائج المتعلقة بالسؤال الخامس والذي نصه: ما المقترحات التي يقدمها الطلبة حول الأنشطة التواصلية التي تقدمها مجالس الطلبة من أجل تحسين صورتها الذهنية؟
6.4	النتائج المتعلقة بالسؤال السادس والذي نصه: ما أشكال القصور التي يلاحظها الطلبة في الأنشطة التواصلية التي تنظمها مجالس الطلبة؟
65	اختبار الفرضيات:
91	نتائج الإجابة عن محاور المقابلة، وأسئلتها:
97	الفصل الخامس
97	عرض نتائج الدراسة ومناقشتها
97	تمهيد
97	مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الأول:
98	مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني:
98	النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث، والذي نصه: "كيف تؤثر الأنشطة التواصلية لمجالس الطلبة في تحسين صورتها الذهنية؟"
99	مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الرابع:
110	التوصيات
111	قائمة المصادر والمراجع
111	قائمة المراجع العربية
115	قائمة المراجع الأجنبية

116	الملاحق
124	Abstract

فهرس الجداول

الصفحة	اسم الجدول	الرقم
47	توزيع أفراد المجتمع على الجامعات المستهدفة	1.3
47	خصائص توزيع عينة الدراسة تبعاً للمتغيرات الديموغرافية	2.3
50	توزيع مجالات وفقرات استبانة دور الأنشطة التواصلية لمجالس الطلبة في الجامعات	3.3
52	العلاقة بين الدرجة الكلية لمجال أهمية وجود الأنشطة التواصلية في مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية وفقرات هذا المجال	4.3
53	العلاقة بين الدرجة الكلية لمجال فاعلية الأنشطة التواصلية لمجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة وفقرات هذا المجال	5.3
54	العلاقة بين الدرجة الكلية لمجال تطبيق مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية لمبادئ الاتصال الحواري في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة وفقرات هذا المجال	6.3
55	العلاقة بين الدرجة الكلية للأنشطة الاتصالية، والدرجة الكلية لكل مجال	7.3
56	قيم معامل الثبات لأداة الدراسة	8.3
60	المعالجات الإحصائية	9.3
61	المحك المعتمد في قياس الدرجة لتحليل السؤال الأول من الدراسة	10.3
62	مدى متابعة أنشطة مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية	11.4
65	أسباب متابعة أنشطة مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية من قبل الطلبة	12.4
66	أنواع الأنشطة التواصلية لمجالس الطلبة التي يتابعها الطلبة في الجامعات الفلسطينية	13.4
66	الوسائل التواصلية التي تتابع من خلالها المعلومات المتعلقة بأنشطة مجالس الطلبة	14.4
67	أهمية وجود الأنشطة التواصلية في مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية	15.4
69	فاعلية الأنشطة التواصلية لمجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة	16.4
71	تطبيق مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية لمبادئ الاتصال الحواري في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة	17.4
73	الأنشطة التي تقترحها لتحسين الصورة الذهنية لمجالس الطلبة	18.4
74	أشكال القصور التي تلاحظها في الأنشطة التواصلية التي تنظمها مجالس الطلبة	19.4
76	نتائج اختبار t لاختبار الفرضية الفرعية الأولى تبعاً لمتغير النوع الاجتماعي	20.4
21	نتائج اختبار t لاختبار الفرضية الفرعية الثانية تبعاً لمتغير الجامعة	21.4
82	نتائج تحليل التباين الأحادي لاختبار الفرضية الفرعية الثالثة تبعاً لمتغير الكلية	22.4

85	نتائج اختبار شففيه للمقارنات البعدية التي أظهرت فروقات ذات دلالة إحصائية لدور الأنشطة التواصلية للمجالس الطلابية ومجالاتها في تعزيز صورتها الذهنية لدى الطلبة جامعة بيرزيت تعزى لمتغير الكلية	23.4
86	نتائج تحليل التباين الأحادي لاختبار الفرضية الفرعية الرابعة تبعاً لمتغير السنة الدراسية	24.4
90	نتائج اختبار شففيه للمقارنات البعدية التي أظهرت فروقات ذات دلالة إحصائية لدور الأنشطة التواصلية للمجالس الطلابية ومجالاتها في تعزيز صورتها الذهنية لدى الطلبة جامعة بيرزيت تعزى لمتغير السنة الدراسية	25.4
91	نتائج تحليل التباين الأحادي لاختبار الفرضية الفرعية الخامسة تبعاً لمتغير السنة الدراسية	26.4
93	نتائج اختبار t لاختبار الفرضية الفرعية السادسة تبعاً لمتغير الانتماء لأي إطار طلابي	27.4
95	نتائج اختبار الفرضية الثانية لدراسة العلاقة بين أهمية وجود الأنشطة التواصلية في مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية وفعاليتها	28.4
96	نتائج اختبار t لاختبار الفرضية الثالثة عند القيمة 3.39	29.4

فهرس الأشكال

الرقم	اسم الشكل	الصفحة
1.3	التوزيع الطبيعي لأهمية وجود أنشطة اتصالية	57
2.3	التوزيع الطبيعي لفعالية الأنشطة التواصلية	57
3.3	التوزيع الطبيعي لتطبيق الطلبة لمبادئ الاتصال الحواري	58
4.4	مدى متابعة أنشطة مجلس الطلبة	63
5.4	مدى متابعة الأنشطة التواصلية في الجامعة العربية الأمريكية	64
6.4	مدى متابعة الأنشطة التواصلية في جامعة بيرزيت	64

فهرس الملاحق

الصفحة	اسم الملحق	الرقم
127	استبانة دور الأنشطة التواصلية للمجالس الطلابية في الجامعات الفلسطينية	ملحق 1
134	قائمة المحكمين لأدوات الدراسة	ملحق 2
140	تسهيل المهمة للباحث	ملحق 3
141	الأشخاص الذين تمت مقابلتهم	ملحق 4

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

المقدمة

تعد المجالس الطلابية في الجامعات الفلسطينية مؤسسات محورية تسعى لتعزيز الدور التمثيلي للطلبة وتلبية احتياجاتهم الأكاديمية والاجتماعية. إن هذه المجالس ليست مجرد هياكل تنظيمية، بل هي منصات مؤسسية فاعلة تؤدي دورًا رئيسًا في تعزيز التواصل بين الطلبة وإدارة الجامعة، وتوفير بيئة جامعية مشجعة ومحفزة على المشاركة والتفاعل من خلال تنظيم مجموعة متنوعة من الأنشطة التواصلية، تهدف المجالس الطلابية إلى بناء صورة ذهنية إيجابية تعزز من مكانتها وثقة الطلبة بها. تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف دور الأنشطة التواصلية التي تنظمها المجالس الطلابية في الجامعات الفلسطينية مع التركيز على جامعة بيرزيت والجامعة الأمريكية في فلسطين في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلاب. ستتضمن الدراسة الحالية تحليل الوسائل والأنشطة التواصلية المستخدمة، واستعراض الأساليب التواصلية الفعالة، وتحديد الأنشطة الأكثر تأثيرًا. بالإضافة إلى ذلك، ستبحث الدراسة في كيفية تأثير الأنشطة التواصلية على عملية اتخاذ القرارات التي تتسجم مع الصورة الذهنية للمجالس لدى الطلاب.

في الوقت الذي تسعى فيه المجالس الطلابية إلى تحقيق أهدافها، تواجه العديد من التحديات في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة. قد تعاني بعض المجالس من نقص في الموارد أو الخبرات

اللازمة لتنظيم أنشطة تواصلية فعالة، أو من عدم اهتمام كافٍ من جانب الطلاب بالمشاركة في هذه الأنشطة. بالإضافة إلى ذلك قد تواجه المجالس صعوبات في استخدام الوسائل التواصلية المناسبة للوصول إلى جميع الطلبة، مثل:- غياب شبكة الانترنت في بعض التجمعات السكنية، أو عدم توفر الأجهزة الإلكترونية المناسبة لدى بعض الطلبة، وأحيانًا جهل بعض الطلبة في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، ما يؤثر سلبيًا على مدى فعالية جهودها في تعزيز الصورة الذهنية.

تؤدي الأنشطة التواصلية دورًا محوريًا في تحسين الصورة الذهنية للمجالس الطلابية من خلال تعزيز الوعي والدعم بين الطلبة. يمكن لهذه الأنشطة أن تتنوع بين ورش العمل، والندوات، والفعاليات الثقافية والاجتماعية، ما يعكس اهتمام المجلس برفاهية الطلاب وتطوير مهاراتهم

الأكاديمية والشخصية. على سبيل المثال، تنظيم ورش عمل تركز على تطوير المهارات القيادية أو تعزيز التفاعل الثقافي والسياسي يمكن أن يترك أثرًا إيجابيًا طويل الأمد على الطلبة، ما يعزز من صورة المجلس كجسم داعم ومهتم بتطوير الطلبة (عساف، 2016).

تعتمد المجالس الطلابية على مجموعة متنوعة من الوسائل التواصلية للوصول إلى الطلبة والتفاعل معهم. تشمل هذه الوسائل وسائل الإعلام الاجتماعي مثل فيسبوك، إكس (تويتر)، وإنستغرام، التي تتيح للمجالس نشر الأخبار والتحديثات بشكل فوري والوصول إلى شريحة واسعة من مجتمع الطلبة. بالإضافة إلى ذلك، يتم استخدام النشرات الإخبارية الإلكترونية والمطبوعة، والاجتماعات المفتوحة، والندوات التفاعلية كوسائل فعالة للتواصل المباشر وغير المباشر مع الطلبة لترويج لأنشطة المجالس. هذه الوسائل تساهم في إنشاء قنوات تواصل مفتوحة وشفافة، تعزز من الثقة بين الطلاب والمجالس (شتوان، 2018).

تشمل الأساليب التواصلية الفعالة استخدام لغة بسيطة وواضحة، وتوظيف تقنيات التواصل التفاعلي مثل الاستبانات والحوارات المفتوحة، التي تتيح للطلاب التعبير عن آرائهم وملاحظاتهم. كما تعتبر الشفافية في نقل المعلومات والقرارات أحد الأساليب الأساسية التي تعزز من مصداقية المجالس. تنظيم لقاءات دورية مع الطلاب لمناقشة قضاياهم واهتماماتهم مما يعزز من الشعور بالانتماء وتنمية المشاركة السياسية، مما ينعكس إيجابًا على الصورة الذهنية للمجالس. (الشوبكي، 2013)

تتنوع الأنشطة التي تنظمها المجالس الطلابية، إلا أن بعض الأنشطة لها تأثير أكبر من غيرها. على سبيل المثال، الفعاليات الثقافية التي تشمل عروض مسرحية، ومعارض فنية، ومهرجانات موسيقية، تساهم بشكل كبير في تعزيز الروابط الاجتماعية وإبراز الجانب الثقافي والترفيهي للحياة الجامعية. بالإضافة إلى ذلك، الورش التدريبية والمحاضرات الأكاديمية التي تهدف إلى تطوير مهارات الطلاب وتعزيز معرفتهم تؤدي دورًا مهمًا في تعزيز الصورة الذهنية للمجالس كجهة تهتم بتطوير الطلاب على مختلف المجالات (غياظة، 2000)

وما يميز الأنشطة الطلابية أنها تساهم في التعرف على احتياجات الطلاب. من خلال تنظيم جلسات استماع واستبيانات، يمكن للمجالس جمع ملاحظات واقتراحات الطلاب، مما يساعد في صياغة سياسات وقرارات تعزز من رضا الطلاب وثقتهم بالمجلس. هذا التفاعل المستمر بين

الطلاب والمجالس يسهم في بناء صورة ذهنية إيجابية وداعمة، حيث يشعر الطلاب بأنهم جزء من عملية اتخاذ القرار وأن آراءهم تؤخذ بعين الاعتبار.

مشكلة الدراسة وأسئلتها

تعد مجالس الطلبة من المكونات المهمة في هيكله الجامعات الفلسطينية، لأنها تؤدي دورا مهما في دعم الطلبة ومواكبة تطورهام الجامعي والاجتماعي والثقافي، وتشكل المجالس الطلبة رافدا داعما للطلبة مؤثرا على نمائهم وتطورهم الاجتماعي والسياسي الجامعي، فضلا عن دورها في تقديم الدعم الاقتصادي للطلبة، ونتيجة الظروف السياسية التي تعيشها فلسطين أصبح التواصل بين المجالس والطلبة غير كاف لعدم انتظام التعليم الوجيه في الجامعات الفلسطينية، والتحول إلى التعلم الإلكتروني، أو الإغلاقات المتكررة على بعض التجمعات والجامعات، ومن هنا استشرع الباحث مشكلة الدراسة كونه طالبا في مرحلة الماجستير، وطالبا سابقا في مرحلة البكالوريوس في الجامعة العربية الأمريكية، إذ تركز هذه الدراسة على دور الأنشطة التواصلية التي تقوم بها مجالس الطلبة في الجامعة العربية الأمريكية وجامعة بيرزيت وتأثيرها على تحسين الصورة الذهنية لدى الطلبة، حيث تساعد الأنشطة التواصلية مجالس الطلبة على اتخاذ قرارات تنسجم مع توقعات الطلبة واحتياجاتهم.

ويؤكد حنيطي (2021) على أهمية الحركات الطلابية ومجالسهم في الجامعات في تقديم الدعم للطلبة من خلال التواصل الفاعل والتنوع بالأنشطة التواصلية المتنوعة التي تراعي الحالة والتجدد الطلابي، فعندما يشعر الطلبة بأن المجلس يستجيب لاحتياجاتهم ويشاركهم في اتخاذ القرارات، تزداد ثقتهم في المجلس، مما يعزز التفاعل الإيجابي والمشاركة الفعالة في الأنشطة الجامعية. ما يجعل الأنشطة التواصلية تساعد على تحسين الصورة الذهنية لمجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية.

وتكمن أهمية المجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية، مثل الجامعة العربية الأمريكية وجامعة بيرزيت، دورًا حيويًا في الحياة الجامعية، حيث تعمل على تمثيل الطلاب وتلبية احتياجاتهم الأكاديمية والاجتماعية. تسعى هذه المجالس من خلال تنظيم الأنشطة والمبادرات التواصلية إلى بناء صورة ذهنية إيجابية تعزز من الثقة والتفاعل بين الطلاب والمجالس. تشمل الوسائل التواصلية المستخدمة منصات التواصل الاجتماعي مثل Facebook و Twitter

و Instagram لنشر الأخبار والتحديثات، والرسائل الإلكترونية والنشرات الإخبارية لتوفير معلومات دورية حول أنشطة المجلس وقراراته، والاجتماعات والندوات المباشرة لتعزيز الشفافية والمصادقية.

يمكن لهذه المجالس تحسين تفاعل الطلبة ومشاركتهم في الأنشطة والمبادرات التي تنظمها وذلك من خلال تعزيز الشفافية وبناء الثقة مع الطلبة، إن التركيز على الأنشطة التواصلية، مثل: الندوات، ورش العمل، واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي يساهم بشكل كبير في تحقيق هذه الأهداف. وسيعمد الباحث في هذه الدراسة على فهم الصورة الذهنية لدى الطلبة حول مجالس الطلبة في الجامعة العربية الأمريكية وجامعة بيرزيت، وكيف يمكن أن تتأثر هذه الصورة بالأنشطة التواصلية التي يقدمها أعضاء هذه المجالس؟ والأنشطة التواصلية ودورها في تحسين صورة المجالس لتحديد العوامل التي تؤثر على الصورة الذهنية لدى الطلبة، وكيفية تحسين هذه الصورة لتحقيق تفاعل إيجابي وتأثير فعال على تجربة الطلبة والتواصل معهم، وتحسين صورة مجالس الطلبة وتعزيز الفهم العميق لدور الأنشطة التواصلية في هذا السياق، ما يساهم في وضع استراتيجيات فعّالة لتحسين التفاعل بين الطلاب ومجالس الطلبة. **وعليه يمكن تحديد مشكلة الدراسة في الإجابة عن السؤال الرئيس الآتي:**

ما دور الأنشطة التواصلية لمجالس الطلبة في جامعتي (العربية الأمريكية وبيروزيت) في تعزيز صورتها الذهنية لدى طلبتهما؟

وانبثق عن السؤال الرئيس الأسئلة الفرعية الآتية:

1. ما خصائص وسمات متابعة أنشطة مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية؟
2. ما أهمية وجود الأنشطة التواصلية في مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية؟
3. كيف تؤثر الأنشطة التواصلية لمجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية في تحسين صورتها الذهنية؟

4. إلى أي مدى تطبق مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية مبادئ الاتصال الحواري في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة؟

5. ما المقترحات التي يقدمها الطلبة حول الأنشطة التواصلية التي تقدمها مجالس الطلبة من أجل تحسين صورتها الذهنية؟

5. التواصلية؟

6- ما أشكال القصور التي يلاحظها الطلبة في الأنشطة التواصلية التي تنظمها مجالس الطلبة؟

7- ما الاستراتيجيات التي يمكن لمجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية اتباعها لتحسين صورتها الذهنية؟ (خاص بالمقابلات)

8- هل هناك فروق في متوسطات استجابات أفراد عيّنة الدراسة عن دور الأنشطة التواصلية للمجالس الطلابية في الجامعات الفلسطينية في تعزيز صورتها الذهنية لدى الطلبة تعزى لمتغيرات (النوع الاجتماعي، الجامعة، الكلية، السنة الدراسية، المرحلة الدراسية، الانتماء لأي إطار طلابي)؟

فرضيات الدراسة:

للإجابة عن هذا السؤال من خلال اختبار الفرضيات الآتية:

1- **الفرضية الأولى والتي نصها:** لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في متوسطات استجابات أفراد عيّنة الدراسة عن دور الأنشطة التواصلية للمجالس الطلابية في الجامعات الفلسطينية في تعزيز صورتها الذهنية لدى الطلبة تعزى للمتغيرات الديمغرافية (النوع الاجتماعي، الجامعة، الكلية، السنة الدراسية، المرحلة الدراسية، الانتماء لأي إطار طلابي).

2- **الفرضية الثانية:** هناك علاقة إيجابية بين أهمية أنشطة مجالس الطلبة وتأثير الأنشطة التواصلية في مجالس الطلبة على اتخاذ قرارات تتسجم مع الصورة الذهنية لمجالس الطلبة لدى طلبة الجامعات.

3- **الفرضية الثالثة:** هناك علاقة إيجابية بين الأنشطة التواصلية التي تستهدف الطلبة وبين فاعلية مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية؛ تؤدي دوراً مرتفعاً (أكبر من 3.39).

أهداف الدراسة

تسعى الدراسة إلى تحقيق الأهداف الآتية:

1- رصد خصائص وسمات متابعة أنشطة مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية؟

2- التعرف إلى أهمية وجود الأنشطة التواصلية في مجالس الطلبة في الجامعات

الفلسطينية؟

3- الكشف عن كيفية تأثير الأنشطة التواصلية لمجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية في

تحسين صورتها الذهنية.

4- التعرف إلى مدى تطبيق مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية مبادئ الاتصال

الحواري في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة.

5- التعرف على المقترحات التي يقدمها الطلبة حول الأنشطة التواصلية التي تقدمها

مجالس الطلبة من أجل تحسين صورتها الذهنية.

6- الكشف عن أشكال القصور التي يلاحظها الطلبة في الأنشطة التواصلية التي تنظمها مجالس الطلبة

5- إلى التواصلية .

6- التعرف عن الاستراتيجيات التي يمكن لمجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية اتباعها لتحسين صورتها الذهنية؟ (خاص بالمقابلات)

8-الكشف إن كان هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة عن دور الأنشطة التواصلية للمجالس الطلابية في الجامعات الفلسطينية في تعزيز صورتها الذهنية لدى الطلبة تعزى للمتغيرات الديمغرافية (النوع الاجتماعي، الجامعة، الكلية، السنة الدراسية، المرحلة الدراسية، الانتماء لأي إطار طلابي).

9-الكشف إن كان هناك علاقة إيجابية بين أهمية أنشطة مجالس الطلبة وتأثير الأنشطة التواصلية في مجالس الطلبة على اتخاذ قرارات تتسجم مع الصورة الذهنية لمجالس الطلبة لدى طلبة الجامعات.

7- 10 -الكشف إن كان هناك علاقة إيجابية بين الأنشطة التواصلية التي تستهدف الطلبة وبين فاعلية مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية؛ تؤدي دوراً مرتفعاً.

أهمية الدراسة:

تقسم أهمية هذه الدراسة إلى قسمين:

الأهمية النظرية العلمية:

تتمثل الفائدة النظرية لهذه الدراسة في توسيع وتعزيز المعرفة والفهم حول دور وأثر الأنشطة التواصلية التي تُقدمها مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية وتشمل النقاط الآتية.

تتمثل الفائدة النظرية لهذه الدراسة في توسيع وتعزيز المعرفة والفهم حول دور وأثر الأنشطة التواصلية التي تُقدمها مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية وتشمل النقاط الآتية:

1- تساهم الدراسة في تعزيز الفهم النقدي للأنشطة التواصلية في مجالس الطلبة، ما يساعد على فهم أفضل لأثر هذه الأنشطة على تحسين صورة مجالس الطلبة لدى الطلبة. ويمكن تعزيز الفكر النقدي بين الطلبة والطالبات، وتعزيز الوعي السياسي والاجتماعي يمكن أن يساعدهم على التفكير بشكل نقدي حول القضايا المختلفة واتخاذ مواقف مستنيرة. وتشجيع الحوار والمناقشة من خلال الأنشطة

التواصلية ويمكن للجامعات أن تساهم في بناء جيل أكثر وعياً وقدرة على المشاركة الفعالة في الحياة السياسية والاجتماعية.

2- يمكن أن تلهم هذه الدراسة الباحثين والطلبة في فلسطين في تحفيز البحث العلمي والتشجيع على استكشاف ودراسة المزيد حول تأثير الأنشطة التواصلية في المجالس الطلابية، وتحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة في الجامعات الفلسطينية.

3- قد تسهم الدراسة في تطوير وإثراء النماذج النظرية ذات الصلة بالتواصل والأنشطة الطلابية، وتطويرها، ما يعزز فهمنا للعمليات الاجتماعية والتفاعلات داخل الجامعات

الأهمية التطبيقية العملية:

تتعلق الأهمية التطبيقية بكيفية تأثير الدراسة على العمليات والممارسات في المجتمع والمؤسسات وتشمل ما يأتي:

- 1- تحسين جودة التواصل الطلابي من خلال فهم دور وأثر الأنشطة التواصلية، يمكن تحسين وتعزيز جودة التواصل بين مجالس الطلبة والطلبة، وبالتالي تحسين صورتها الذهنية.
- 2- دعم صنع القرار: توفير توجيهات وتوصيات بناءً على الأبحاث يمكن أن يساعد في تحسين عمليات صنع القرار لدى مجالس الطلبة، ما يعود بالفائدة على تجربة الطلبة.
- 3- تعزيز التفاعل المجتمعي: تساهم البحوث في تحسين العلاقات بين المجالس الطلابية والمجتمع المحلي، وتعزيز التفاعل والتبادل الإيجابي بينهما.

حدود الدراسة

1- الحدود المكانية: تنحصر الحدود المكانية في جامعتين فلسطينيتين هما: الجامعة العربية الأمريكية، وجامعة بيرزيت.

2- الحدود البشرية: تقتصر الدراسة على طلبة الجامعة العربية الأمريكية وجامعة بيرزيت.

3- الحدود الزمانية: تنحصر الحدود الزمانية في العام الأكاديمي 2023/2024.

المفاهيم والمصطلحات

مجالس الطلبة: يمكن تعريفها اصطلاحاً؛ على أنها هيئات تمثيلية تمثل صوت ومصالح الطلبة في الجامعات، وتعمل على دعم وتنفيذ الأنشطة والمبادرات التي تحسن تجربة الطلبة وتعزيز مشاركتهم في القرارات ذات الصلة، وهي بمثابة نقابة أو جمعية طلابية يتم تشكيلها في الجامعات، ويقتصر نشاطها داخل حرم الجامعات، وتعمل على تنظيم الأنشطة الطلابية والاجتماعية وتوسيع

إلى تقديم الدعم الاقتصادي والأكاديمي للطلبة، وتمثلهم أمام إدارة الجامعة وتدافع عن حقوقهم (النظام الداخلي لجامعة القدس المفتوحة، 2008). ويعرفها الباحث إجرائياً: هي تلك الهيئات التنظيمية التي يتم تشكيلها في الجامعات الفلسطينية الحكومية والخاصة بهدف دعم الطلبة والدفاع عن حقوقهم، وحل مشاكلهم الأكاديمية والاقتصادية، بالشراكة الفاعلة مع إدارة الجامعات وشؤون الطلبة فيها، وتعمل على تنمية الوعي القيادي والسياسي والثقافي لدى الطلبة، ويتم تشكيلها من خلال الانتخابات.

الأنشطة التواصلية: يمكن تعريفها اصطلاحاً هي ما يقوم به قسم العلاقات في المجالس الطلابية في الجامعات الفلسطينية من فعاليات مستخدماً وسائل الاتصال بأشكالها وأنواعها المختلفة بهدف التأثير الإيجابي وخلق صورة ذهنية حسنة لدى الرأي العام (عتوم، 2010)، ويعرفها الباحث إجرائياً: هي الأنشطة التواصلية التي يقوم بها مجلس الطلبة والتي تهتم بالتواصل الفعال مع طلبة الجامعات لتزويدهم باحتياجاتهم وحل مشاكلهم المتعلقة بالجامعة، بهدف تحسين الصورة الذهنية للمجلس الطلابية لدى الطلبة.

تحسين الصورة الذهنية: ما يحمله الفرد من جوانب عقلية تؤثر في سلوكه، وهذا الجوانب تشمل ما يخرزونه من معلومات وأفكار ومعان وانطباعات عن موجودات معينة بالوسط القريب من الأشخاص وتنظيمات وأفكار (بركات، 2020). ويعرفها الباحث إجرائياً بأنها الجهود المبذولة لتعزيز وتحسين الصورة التي يحملها الطلبة تجاه مجالس الطلبة وأنشطتها. من التحسينات في الاتصال والتواصل، لتحقيق تأثير إيجابي. في جامعة بيرزيت، والجامعة الأمريكية من خلال استخدام وسائل التواصل وسرعة الاستجابة لمتطلبات الطلبة، مما يؤدي إلى رضاهم عن أنشطة المجالس، مما يزيد من الشفافية والثقة بين الطلبة ومجلسهم.

طلبة الجامعات: يعرفها الباحث إجرائياً الطلبة المسجلين في جامعة بيرزيت، والجامعة الأمريكية، ويشملون مختلف الفئات العمرية والتخصصات الأكاديمية. ويتكون مجتمع الطلبة من فئات عمرية متنوعة وتخصصات أكاديمية متعددة، من علوم إنسانية وعلمية.

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات السابقة

تمهيد:

يتناول هذا الفصل عرضاً للأدب النظري ذي العلاقة بالدراسة المتمثل في الأنشطة التواصلية للمجالس الطلابية في الجامعات الفلسطينية في تعزيز صورتها الذهنية لدى الطلبة الجامعة العربية الأمريكية وجامعة بيرزيت حالة دراسية، كما يتناول الدراسات السابقة.

الإطار النظري

عمل الباحث على توظيف الإطار النظري في الدراسة الحالية انطلاقاً من تعريف الصورة الذهنية والأنشطة التواصلية في المجالس الطلابية في الجامعات الفلسطينية مستفيداً من الدراسات العربية والأجنبية، حيث يشمل الإطار النظري المحاور الأساسية الآتية: تناول المحور الأول نظرية الاتصال الحوارية النظرية التي اعتمدها الدراسة في ضوء أهدافها، وقد استندت الدراسة إلى هذه النظرية؛ وذلك من خلال تناول مبادئ النظرية الأكثر ملاءمة في ضوء ما توصل إليه الباحث من الأدب النظري المرتبط بالموضوع. أما المحور الثاني فتكون من الأنشطة التواصلية، بينما تناول المحور الثالث مفهوم وآليات تشكيلها وتعزيزها في المؤسسات الجامعية.

المحور الأول: نظرية الاتصال الحوارية، ونشأتها

اعتمدت الدراسة الحالية على نظرية الاتصال الحوارية، نظراً لملاءمتها لأهداف الدراسة وأسئلتها، إذ تفسر النظرية آليات التفاعل التواصلي في البيئات الحديثة، حيث تؤدي التكنولوجيا الرقمية إلى تعزيز فرص التواصل المباشر، والتفاعل المستمر بين الجمهور والمؤسسات.

يعتقد العديد من الباحثين، ومنهم الباحث دينيس (Dennis) أن مدلول كلمة الحوار بمفهومها الحديث في مجال العلاقات ظهرت في عام (1958) من خلال الأعمال الكلاسيكية لمارتن بوبر (Martin Buber) حيث يعود إليه الفضل في تطوير هذه النظرية، ويعد من قبل العديد من الباحثين أنه الأب الروحي لمفهوم الحوار في العلاقات العامة (Dennis,2019).

فمصطلح الحوار يعود إلى الكلمة اللاتينية (Dialogues)، ووفق كينت وتايلور إن مفهوم كلمة (حوار) يقود إلى معنى: "التفاوض وتبادل المعلومات والأفكار والآراء، فالشخصيات الشعبية

تتشكل من خلال التفاعل مع الآخرين، وأن مدلول الحوار في العلاقات العامة يرتكز على عملية التواصل إلى عملية" (Kent & Taylor, 2009, P:21).

وقد بين دينيس (Dennis) أن كل من كينت وتايلور قدما في عام (1998) نظرية الاتصال الحوارية، والتي حظيت بموقع رئيس في العلاقات العامة خاصة في مجال الاتصال الرقمي، ذلك كانت نظرية الاتصال الحوارية محط اهتمام للعديد من الدراسات في مجال العلاقات العامة، خاصة في سياق الاتصال الرقمي، وتعد هذه النظرية الجانب المحسن للأنموذج الرابع من نماذج جرونج (Dennis, 2019).

وقد أسهمت نظرية الاتصال الحوارية في قيام العلاقات العامة وخاصة بالجانب الرقمي بمهامها الأساسية، ومن أبرزها بناء علاقات استراتيجية بين المؤسسة وجمهورها، ومن أبرز ما اقترحه كينت وتايلور تسهيل عملية التواصل إلى منهجية حوارية لبناء العلاقات عبر شبكة الانترنت بين المؤسسة والجمهور، وأوضحا أن البيئة عبر الانترنت توفر لممارسين العلاقات العامة فرصة لإقامة علاقات مستمرة ودائمة مع الجمهور. (Kent & Taylor, 2009)

وتعد نظرية الاتصال الحوارية من النظريات التي تناول اتجاهاتها العديد من الباحثين في العلاقات العامة وخبرائها، مثل: (بيرسون، وكينت، وتايلور)، وهذه النظرية تدعم القائمين في العلاقات العامة على استثمار المواقع الإلكترونية وتفعيلها، وتدعم المستجدات الأخرى والتي تمتاز بالتفاعلية، وتتيح للمؤسسات و جماهيرها أن يتفعلا فيما بينهم. (العيساوي، 2019)

المهارات اللازمة لتحقيق التواصل الحوارية

بيّن بعض الباحثين في عام (1974) منهم جوهانسون (Johannessen) أن الحوار يرتبط كمدلول مع العديد من المفاهيم، مثل: الصدق، والاهتمام بالجمهور، والانفتاح، والنية الحسنة، وحرية التعبير، وقد عمل بيرسون على تطبيق هذا الأفكار والمفاهيم في العلاقات العامة، وقد رجح أن يكون أفلاطون أول شخص أكد على فكرة الحوار في ضوء أنماط اتصالية معينة ومفضلة أخلاقيا، وقد أوضح كينت وتايلور (2002) أن جميع أفراد المؤسسة الذين يتواصلون مع الجمهور يجب أن يكون لديهم الرغبة في مشاركة الحوار. ومن المهارات الواجب امتلاكها لتحقيق التواصل الحوارية: الاستماع الفاعل، والتعاطف، والقدرة على تناول القضايا المحلية والوطنية والدولية، والقدرة على تحديد أرضية مشتركة للحوار الفاعل بين الطرفين، بوضع أهداف طويلة المدى عوضا عن الأهداف القصيرة، والكشف عن الآراء المتنوعة الداخلية والخارجية بشأن

(عيساوي، 2019)، وقد تنازلت العديد من الدراسات المهارات اللازمة لتحقيق التواصل الحواري، كما ورد في دراسة أبشر (2020) والتي أكدت على أهمية استخدام التكنولوجيا الرقمية الحديثة في أنشطة العلاقات العامة ما يسهم في التطور في أدائها وفي التواصل المؤثر والفاعل بين المؤسسة والجمهور ما يساعد على اختصار الوقت والتكلفة وإنجاز المهام بنسبة (91.9%)، لذلك على العلاقات العامة تأهيل الموظفين وتدريبهم على التكنولوجيا الحديثة. وكذلك كما ورد في دراسة باقر (2018) التي أكدت على أهمية توظيف الاتصال الإلكتروني في العلاقات العامة، وأهمية استثماره شبكة الانترنت والعمل على الاهتمام بالخدمات التفاعلية، وتفعيل الوسائط المتعددة في المؤسسات لجذب الجمهور.

وهذه النظرية على عكس النظريات التقليدية في الاتصال، التي ترى أن الاتصال عملية خطية تبدأ من المرسل وتنتهي عند المتلقي، فإن نظرية الاتصال الحواري تعزز التفاعل المتبادل بين الأطراف، مما يجعلها أكثر توافقاً مع بيئات الاتصال الرقمي الحديثة، حيث التحول في العلاقات العامة بشكل كبير من النمط كما هو في النظريات الكلاسيكية إلى النمط الرقمي، وما يميز وفق عيساوي (2019) دعمها لاستثمار العلاقات العامة للموقع الإلكترونية والتي تتميز بالتفاعلية المباشرة للاستماع للمقترحات والآراء المختلفة. وتتميز هذه النظرية بمؤشرات الحوارية التي تساعد ممارسي العلاقات العامة على بناء علاقات دائمة مع الجماهير عبر المواقع الإلكترونية وفي كثير منها تتقاطع مع الخدمات التفاعلية والتواصلية والإعلامية الداعمة (البجباح، 2017). وبينت الباحثة عساف (2020) أنه بالرغم من الانتقادات الموجه لهذا النظرية، تبقى لهذه النظرية أهمية في العلاقات العامة، وبخاصة في مؤسسات التعليم العالي، وذلك نتيجة التطور المستمر لوسائل الاتصال الرقمي، ما يدفع ممارسي العلاقات العامة لاستحداث قنوات تواصل وتفاعل دائمة ومناسبة لبيئتهم.

ومن الأمثلة العملية على كيفية التواصل الحواري في العلاقات العامة والإعلام، ما بينته دراسة الصديق (2017) والتي أظهرت أن الموقع الإلكتروني أداة فاعلة للتواصل مع الجمهور وهذا يعطي مؤشراً قوياً لأهمية الاتصال الحواري عبر المواقع الإلكترونية لممارسي العلاقات العامة، وكما ورد في دراسة البجباح (2017) حول تأثير تكنولوجيا الإيصال في تطوير العلاقات العامة والتي أوضحت أهمية المواقع الإلكترونية والتواصل الاجتماعي وانها ذات قيمة وفائدة في أنشطة العلاقات العامة، وأهمية إدراك ممارسي العلاقات العامة بجميع مبادئ الاتصال الحواري عبر المنصات الإلكترونية، وأهمية إدراك ممارسي العلاقات العامة للمبادئ الحوارية على الفيس بوك، وكذلك

كما بين وانيس(2014) في أهمية المواقع الإلكترونية في عمل العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية ودورها المهم في التواصل الفاعل مع الجمهور، حيث تيسر العمل وتجعله أقل تكلفة وأكثر سرعة، ومن الأمثلة على ذلك ما ورد في دراسة المشهداني(2019) في آليات التعامل مع النصوص الطويلة في البريد الإلكتروني، والذي أوضح أهمية التعامل بالطرق الحديثة من قبل ممارسي العلاقات العامة مع المواقع الإلكترونية.

المبادئ الأساسية لنظرية التواصل الحواري

أوضح (Kent & Taylor) أهمية الحوار في ممارسة العلاقات العامة، وقد اقترحا خمسة مبادئ لنظرية التواصل الحواري، تساعد ممارسي العلاقات العامة في المؤسسات لبناء علاقات ناجحة مع الجمهور من خلالها، وهي كالآتي (وانيس، 2014):

- 1- التبادلية: ويعني هذا المبدأ مدى ارتباط العلاقات بين المؤسسات وجمهورها، ما ينعكس على روح المساواة المتبادلة ويعرف أيضا بالتوجيه التعاوني.
- 2- التواصل: عملية بمعنى استمرارية التواصل التفاعلي بين المؤسسة وجمهورها، واستشارة الجمهور بالقضايا المهمة التي تلبي حاجاتهم ووجهات نظرهم المنبثقة من الرغبات. ويتم تحقيق التواصل في هذا المبدأ من خلال ثلاث طرق، وهي:
أ-التواصل الفوري بين القائمين على العلاقات في المؤسسة والجمهور.
ب-التواصل الزمني: بمعنى أن الحوار يقوم على إدراك وفهم ماضي المشاركين وحاضرهم فيه، ويؤكد على أهمية المستقبل المشترك فيه.
ج-الاشتراك، بمعنى الانغماس التشاركي المتبادل في الحوار، مع الأخذ بأراء الجمهور في عين الاعتبار وعدم التوقف عند ما يقال.
- 3- التقمص: هو التأكيد على أهداف الجمهور من خلال تقمص المؤسسة دور الجمهور وموقفه، وذلك من خلال عمل المؤسسة على توفير الثقة لنجاعة الحوار مع الأخذ بالاعتبار حاجات الجمهور ورغباتهم، حيث تعمل المؤسسة استثمار فرص لمشاركة آراء الجمهور.
- 4- المخاطر: يجب على المؤسسة الحوار مع الجمهور والاستعداد لذلك وفقا لشروطها؛ لأنه قد يؤدي إلى نتائج غير مرغوبة، وبالرغم من ذلك يجب على المؤسسة التفاعل والحوار مع الجمهور لتحقيق الأهداف الاستراتيجية.

5- الالتزام: من المهم أن تبقى المؤسسة ملتزمة مع جماهيرها من خلال ممارسة قواعد العلاقات العامة كالقدرة على الحوار والتفاهم مع الجمهور، ما يساعد على تحسين صورته الذهنية لدى الجمهور.

وقد بين البجباح أن هناك العديد من المؤشرات في الاتصال الحوارى والتي تسهم في بناء علاقات مؤثرة عبر المواقع الإلكترونية، وهي على النحو الآتى. (البجباح، 2017)

1- تقديم معلومات مفيدة: على الموقع أن يقدم معلومات واضحة ومفيدة لها قيمة في تلبية احتياجاتهم.

2- سهولة استخدام الموقع: من المهم أن يكون الموقع سلسل وسهل في استخدامه من قبل جمهور الزوار حتى يكون جاذب لهم بشكل مستمر.

3- تكرار الزيارة: الخصائص المميزة للموقع تضمن بناء علاقات طويلة ومستمرة للزوار؛ لذلك يجب تطوير الموقع بشكل مستمر ليكون جاذبا.

4- الحفاظ على الزوار: التصميم الجذاب يشجع الجمهور على تكرار الزيارة، فالمؤسسات الناجحة تسهم إلى حد بعيد في تصميم مواقع هادفة يؤثر على عملية الترويج لمنتجاتها.

5- الحلقة التفاعلية الحوارية: تكمن أهمية هذه الخاصية فيها أنها تشجع التواصل الفعال مع الجمهور، ما يسمح للجمهور في طرح التساؤلات والرد عليها من خلال تخصيص روابط للإجابة عن الاستفسارات كافة.

انتقادات ومآخذ على هذه النظرية

وفقاً لكينت وتايلور kent,& Taylor (2002)، فقد وُجّهت بعض الانتقادات إلى نظرية الاتصال الحوارى، حيث أشارا إلى أنه بالرغم من أن هذه النظرية من النظريات الريادية في مجال العلاقات العامة، إلا أنه يوجد عليها بعض الانتقادات والمآخذ، وهي:

1- منهج الحوار في هذه النظرية وفرضياته ليس بالضرورة أن يحث المؤسسات على التعامل بشكل أخلاقي مع الجمهور، فقيام هياكل اتصالية حوارية ليس بالضرورة لا يدلل أن المؤسسة تتصرف بشكل حوارى؛ لأن الحوار ليس عملية عابرة، بل هو نتاج تواصل دائم وعلاقات ممنهجة.

2- وضح بعض العلماء أن الحوار يتصف بالعديد من الخصائص كالثقة، والخطر، والضعف، وقد يؤدي هذا إلى التلاعب بالجمهور المشارك في الحوار من قبل المؤسسات منزوعة

الضمير، بالمقابل قد يكون التواصل الاستراتيجي أكثر فعالية في تحقيق المصالح المتبادلة بين الجمهور، والمؤسسة من الاتصال الحواري.

3- ما تركز عليه هذه النظرية أن الحوار أكثر أخلاقيات من باقي التوجهات في النظريات الأخرى، ولا يوجد دليل لتأكيد صحة هذا الادعاء.

4- هناك خلاف على ان العلاقات الحوارية ممكنة، حيث أن هناك انتقادات تشير أنه يمكن استغلال نهج الحوار بسهولة من قبل مع الأفراد والمجموعات معتمدين على قدرتهم في الخطاب بهدف التلاعب والسيطرة.

5- بالرغم من أن نهج نظرية التواصل الحواري يحتاج فيه الجمهور إلى المشاركة الفعالة، بالرغم انه هادف، ولكنه غير متاح دائما وقد يكون صعبا؛ لذلك من المهمة تلقي التدريبات على هذه النظرية بهدف استخدام الحوار الفاعل.

بناء على ما سبق يرى الباحث-بالرغم من المآخذ على هذه النظرية - أن هذه النظرية تحظى موقعا متقدما في العاقلات العامة ولها أهمية كبيرة في هذا المجال، وذلك نتيجة تطور وسائل التواصل التكنولوجي، وما تتيحه هذه النظرية لاستحداث قنوات اتصال وتفاعل بشكل مستمر في الجامعات من توظيف وسائل تواصل إلكتروني متجددة. وقد عمد الباحث على توظيف هذه النظرية في هذه الدراسة لأنها مناسبة لطبيعة الدراسة وأهدافها أكثر من النظرية الأخرى خاصة أنها تسهم إلى حد بعيد في تعزيز العلاقات في الجامعات وجعلها أكثر فاعلية وديمومة، حيث تسمح بتفعيل العديد من أدوات الاتصال الحواري، وتواكب وسائل التواصل الإلكتروني.

توظيف نظرية الاتصال الحواري في الدراسة

لتعميق الفائدة المرجوة من توظيف الأنشطة التواصلية في ضوء نظرية الاتصال الحواري من خلال تفعيل وسائل التواصل المختلفة، كون الدراسة تهدف إلى الكشف عن دور الأنشطة التواصلية للمجالس الطلابية في الجامعات الفلسطينية في تعزيز صورتها الذهنية لدى الطلبة، فإن نظرية الاتصال الحواري، يمكن توظيفها لتحقيق أهداف الدراسة.

وتعد نظرية الاتصال الحواري من النظريات التي تدعم استثمار العلاقات العامة للمواقع الإلكترونية، والتي تناولها خبراء العلاقات العامة من مختلف جوانبها. فالالاتصال الحواري يتحقق وفق رضوان (2010) من خلال التعبير عن ردة الفعل والرأي والمعلومات ذات القيمة، بالإضافة إلى الجاذبية لمواقع المنظمات والمؤسسات، ما يشجع المستخدم إلى العودة إليه عند الحاجة مرة

أخرى، فسرعة الوصول وسهولة الاستخدام والاحتفاظ بالجمهور من المميزات الفاعلة لتحقيق الاتصال الحوارى.

وتسعى العلاقات العامة في المؤسسات بشكل دائم إلى تحسين التواصل مع الجمهور من خلال مواقع التواصل الاجتماعى والإلكترونى، بينت سليم أن هناك العديد من الدراسات التي أشارت إلى ارتفاع نسبة استخدام التواصل الاجتماعى في ممارسة العلاقات العامة. (سليم، 2018) ويرى الباحث أن تأثير وسائل التواصل الحديثة على الجماهير عامل محفز لدراستها من خلال توظيف مبادئ نظرية الاتصال الحوارى، حيث إن عالم الانترنت جعل العلاقات العامة تحظى بمركز ريادى في الترويج للأنشطة التواصلية للمؤسسات والمنظمات باختلافها، وذلك لأنها تجعل عملية الاتصال بين المستخدمين والقائمين على الاتصال أكثر تفاعلاً حيث إنها تتسم باتجاهات وقنوات متعددة، أن قنوات الاتصال جميعها تمتلك خصائص معينة مناسبة، وتصف النظرية دراسة معايير الاختيار بين الوسائل الإعلامية التكنولوجية وفقاً لدرجة ثرائها المعلوماتى.

ويرى الباحث بناء على ذلك ، أن الوسيلة الإعلامية المستخدمة يجب أن تراعى الوضوح في بث برامجها ورسائلها الإعلامية لجمهور المتابعين، يجب ألا تتسم الرسالة الموجه بالغموض، فالرسالة الغامضة لن تكون ذات قيمة، كما يمكن أن نستفيد من هذه النظرية باستخدام الوسائل التواصلية التي تتيح رجوع الصدى، بما يمكن من الاتصال في اتجاهين، حتى تكون عملية التفاعل أكثر كفاءة وفاعلية.

عطفاً على ما سبق فإن القائمين على العلاقات العامة يجب أن يستثمروا نظرية الاتصال الحوارى؛ لأنها تؤدي دوراً بارزاً في تحسين الصورة الذهنية لمجالس الطلبة في الجامعات، وذلك من خلال تصميم وتنفيذ أنشطة اتصالية مستهدفة وفعالة قائمة على الشراكة، تتسم بالديمومة. كما أن أهم مبادئ هذه النظرية هو اعتمادها على فهم عميق للجمهور وتحليل دقيق لتأثيرات الرسالة لتحقيق أقصى فائدة من الأنشطة الاتصالية، والعمل بناء على مبادئها المرنة؛ فالتبادلية التي يجب أن يوظفها القائمون على العلاقات في المؤسسة تعزز ارتباط العلاقات بين المؤسسات وجمهورها، ما ينعكس على روح المساواة المتبادلة ويعرف أيضاً بالتوجيه التعاونى(البجباح، 2017).

نستنتج أن على المؤسسة تبني الحوار المفتوح مع الجمهور والاستعداد لذلك وفقاً لشروطها بالرغم من المخاطر الناتجة عن ذلك، لأنه قد يؤدي إلى نتائج غير مرغوبة، وبالرغم من ذلك يجب على المؤسسة التفاعل والحوار مع الجمهور لتحقيق الأهداف الاستراتيجية، ومن المهم أن تبقى

المؤسسة ملتزمة مع جماهيرها من خلال ممارسة قواعد العلاقات العامة كالقدرة على الحوار والتفاهم مع الجمهور، ما يساعد على تحسين صورته الذهنية لدى الجمهور.

المحور الثاني: الأنشطة التواصلية

الأنشطة التواصلية مجموعة من الممارسات الخاصة بجهاز العلاقات العامة في المؤسسات في إطار العمل لتوعية والترويج لتحقيق أهدافها، وتحسين صورتها لدى الجمهور داخلها وخارجها، بمعنى أنها كل ما تقوم به العلاقات العامة في المؤسسة من أنشطة وفعاليات مستخدمة وسائل الاتصال بأنواعها المختلفة وذلك للتأثير الإيجابي وصنع صورة ذهنية لدى الجمهور في المؤسسة. (عتوم، 2010)

ويبين صالح وآخرون (2004) أهمية برامج العلاقات العامة والتي تتمثل فيما يأتي:

- 1- تهيئة الرأي العام للأفكار الجديدة، وخلق جمهور يساندها بما يساعد على تقوية نشاطها ويوفر دعم لها.
 - 2- تساعد على التكيف الإنساني اللازم بين الأجهزة والهيئات وبين الجماهير.
 - 3- تبين بحوث العلاقات العامة للهيئات والتشكيلات الاتجاهات الحقيقية للجماهير، وكذلك رغبتهم بما يحقق النفع للهيئات.
 - 4- تحقق العلاقات العامة لجمهورها خدمات إنسانية متنوعة بما يعود عليهم بالنفع ويحقق لهم الرعاية الاجتماعية والعدالة التامة.
 - 5- تعمل العلاقات العامة على غرس المسؤولية الاجتماعية لدى الجمهور، وهذا يساعد المجتمع والتنظيمات على التغلب على العقبات التي تواجهها.
- ويوضح (Strenski, 1998) بأن وظيفة العلاقات العامة في العصر الحديث قد فرضت نفسها بقوة، وقد زادت أهميتها بشكل مستمر ويعود ذلك لحدة التنافس في السوق من ناحية وسرعة التغيير وتنوع الخدمات من ناحية أخرى، فضلا عن تطور وسائل الاتصال التي قربت المسافات، ما ساهم في زيادة فهم الجمهور لعمليات التغيير.
- وتكمن أهمية التغييرات التي كان لها دور في تنامي أهمية العلاقات العامة ووظيفتها هو التطور في وسائل الاتصالات، وقد ساعد هذا التطور في زيادة تبادل المعلومات بسرعة، وأضحت المؤسسة على اتصال مباشر مع جماهيرها الداخلية والخارجية: (Edward, 1999)

الأنشطة التواصلية لتحقيق أهداف العلاقات العامة:

وفقاً لعجوة (1983) فإن استخدام العديد من الأنشطة التواصلية يهدف إلى تحقيق الأهداف المنشودة للعلاقات العامة ومنها تحسين الصورة الذهنية للقائمين عليها، ومن هذه الأنشطة:

1- الزيارات: قيام القائمين على المجالس الطلابية باستضافة الأفراد من الجمهور المستهدف (الطلبة) لتعريفهم بالأنشطة المختلفة ومشاركتهم بالتخطيط لها.

2- النشرات: نشرات تعريفية عبر الموقع الإلكتروني وهي وسيلة مهمة لمساعدة القائمين على العلاقات العامة لتحديد فهم الطلبة لأنشطة المجلس والإجابة عن العديد من التساؤلات.

3- الرسائل الموجهة: بحيث يتم توجيهها لجمهور الطلبة للتعريف بأنشطة المجلس.

أنواع الاتصال

للاتصال أنواع متعددة تؤدي دوراً فاعلاً في تحقيق الأنشطة التواصلية ومن هذه الأنواع:

1- وسائل التواصل الشخصي غير المباشر، وتتكون من الآتي، (حجاب، 2007):

أ- الوسائل الإلكترونية: مثل، مواقع التواصل الإلكتروني الاجتماعي، والهاتف، والفاكس، الموقع الخاص بالمؤسسة.

ب- وسائل الاتصال غير الإلكترونية: مثل، البريد التقليدي، الاستبانات، والخطابات، التقارير، لوحة الإعانات الداخلية في المؤسسة.

2- وسائل الاتصال المباشر: مثل، المقابلات، الزيارات والاجتماعات الرسمية، وغير الرسمية، الأنشطة الثقافية.

3- وسائل الاتصال الجمعي: مثل، البيانات الصحفية، النشرات الدورية، والكتيبات والملصقات الكبيرة وورشات العمل، والمحاضرات والمؤتمرات بأنواعها، الندوات المهرجانات، الرسائل القصير الإلكترونية.

وسائل الاتصال بالجمهور الداخلي والخارجي

● **الاتصال الشخصي:** الاتصال الذي يكون بين المرسل والمستقبل أو مرسل مستقبلين

مباشرة دون استخدام وسائل اتصال إلكترونية كالإذاعة، والمطبوعات، ويتضمن الاتصال

الشخصي ما يأتي: (أبو عرقوب، 2011)

- الندوات: التي تعد من أهم قنوات الاتصال الجمعي التي توظفها العلاقات العامة لتحقيق

التواصل بين القيادات والخبراء، وبين العاملين وذلك بهدف النقاش حول الموضوعات

التي يتم طرحها للدراسة بهدف الوصول إلى قرارات.

- المحاضرات: تحظى المحاضرات بأهمية في توصيل المعلومات للجمهور؛ لذلك لا بد من توفر ضوابط لمديري العلاقات من مراعاتها خاصة عندما يكون نفسه محاضراً، ومن هذه الضوابط أن يكون لديه معرفة وافية بالجمهور وحاجاتهم وخبراتهم وأعمارهم، بهدف إعداد محاضرة مناسبة جاذبة، وكذلك يجب أن تكون مادة المحاضرة موثوقة وحديثة، وصادقة، ولها علاقة بالموضوع الرئيس، ويمكن استخدام هذه الوسيلة لنقل معلومات كثيرة لأعداد كبيرة من الجمهور.

- التدريب: وهو من الأساليب التي يمكن استثمارها في نجاح لتوفير الأفراد المعدين مهنيًا للقيام بمهامهم ومسؤولياتهم التخصصية والإدارية، وذلك بتنمية قدراتهم ومهاراتهم التي تتصل بنوع الوظيفة والتخصص بما يقود إلى تحسين الأداء.

- مقابلة الجمهور: إذ تعد هذه الوسيلة من قنوات الاتصال المباشر المهمة لأنها تحدث وجهاً لوجه، ومن مبادئها الأساسية أن تكون شخصية القائم بالاتصال قوية وذات تأثير وحضور جيدين، وجاذبة للجمهور؛ وذلك أن المقابلة في مجال العلاقات العامة تختلف عن المقابلات في المجالات الأخرى، إذ لا بد من توفر العلاقة الطيبة بين الطرفين.

- المؤتمرات: لمناقشة وتبادل أفكار بين الأعضاء حول قضية محددة أو مشروع أو ظاهرة مهمة مرتبطة بظروفهم بقصد التوصل إلى قرارات مناسبة للمؤسسة، يتصف بتشاركية ملزمة للجميع.

- المناظرة: هي من أهم قنوات التأثير على الجمهور، والتي تسهم بجذبه نحو سياسة معينة أو موقف محدد أو الوصول على الرأي الأصوب في مشكلة ما.

- الزيارات: وهي من أهم وسائل إدارة العلاقات العامة للتواصل مع الجمهور، وهذه الزيارات تتم في اتجاهين (حجاب، 2007):

1- توجيه دعوة لعدد من الجماهير لزيارة المؤسسة والاطلاع على أنشطتها، التوعية حول منتجاتها، وأهم الخدمات التي تقدمها المؤسسة، وهنا يجب تحديد أشخاص قادرين على استقبال الجمهور ويتميزون بالأخلاق الطيبة وفصاحة اللسان لكي يتم تعريف الجمهور بكل ما يهم المؤسسة.

2- قيام القائمين على العلاقات العامة بإجراء زيارات منظمة مع المنظمات الشعبية، حيث اللقاء مع أكبر عدد ممكن من الأشخاص والعمل على تقديم النشرات التي توضح أهداف المؤسسة وأنشطتها

وسياساتها، وقد يتم خلال هذه الزيارة توزيع الهدايا والدعاية للتأثير على الجمهور وتعزيز صورتها الذهنية.

- المعارض: إذ إن المعارض طريقة سهلة لعرض فكرة أو التعبير عنها.

اعتبارات تميز الأنشطة التواصلية الجيدة

يجب على القائمين بالاتصال مراعاة مجموعة من الاعتبارات عند القيام بالأنشطة التواصلية والشروع بها؛ لضمان جودتها وفعاليتها، ومن هذه الاعتبارات، (جلدة، 2008).

1- التخطيط الجيد للأنشطة التواصلية من حيث الزمان والمكان والأهداف والأنشطة المرتبطة بالاتصال.

2- التعرف إلى خصائص الجمهور المراد التواصل معه.

3- اختيار الوقت والوسيلة الملائمة للاتصال.

4- العمل على تكرار الرسالة بأساليب مختلفة.

5- تحقيق الفهم والاستيعاب لدى الجمهور المراد التواصل معه؛ وذلك بإرسال المعلومات بشكل واضح.

المحور الثالث: الصورة الذهنية Mental Image

يحظى مفهوم الصورة الذهنية بحضور كبير في حقول المعرفة، وهذا ما جعل منه مفهومًا متعدد الخطابات، وفقًا للحقل المعرفي الذي ينطلق منه ويستعمله، وعلى الرغم من تعدد استعمال المفهوم في دراسات الاتصال منذ عشرينيات القرن الماضي، فإن ذلك لم يمنع من تداخله مع مفاهيم أخرى قريبة منه كما هو الحال مع الصورة النمطية.

مفهوم الصورة الذهنية

لقد ظهر استخدام مصطلح الصورة الذهنية في بداية النصف الثاني من القرن العشرين، وفي ذلك الوقت كان المصطلح له علاقة بالمنشآت التجارية، ولكن ما لبث أن تم استخدامه في المجالات المهنية والسياسية والإعلامية المختلفة، جزء من المصادر الأجنبية، أشار إلى أن المصطلح لم يظهر إلا في عام 1908م، وعلى يد العالم "جراهام دالاس"، الذي عبّر في كتابه الطبيعة البشرية والسياسية عن أن الناخبين بحاجة إلى تكوين شيء مبسّط، ومنظّم، ودائم، عن الثقة في مرشح معين. إن مفهوم

الصورة الذهنية مُنْفَسِمًا وفقًا للغة العربية إلى مفردتين: الصورة واللغة، (والصورة تعني الشكل الذي يتميز به الشيء، والصور جمع صورة بكسر الصاد لغة، وصوره تصويرًا فتصوّر، وتصوّرت الشيء توهمت صورته فتصور لي)، وجاء في معجم لسان العرب لابن منظور بأن الصورة هي ظاهر الشيء، وهيئته، وحقيقة الشيء وصفه. (موسى، 2014).

أما كلمة الذهنية فهي تشير إلى العقل وهو الذهن، وهو يدل على الحفظ والفظنة، ولذا فإنّ الذهن يطلق على الإدراك والتفكير الاستدلالي من خلال إنشاء العلاقات، وعند جمع المفردتين الصورة الذهنية نجد أنّها لغة تعني: "صورة الشيء وتصوّره في هيئته وحقيقته الظاهرة، يكوّنّها الذهن في ضوء إدراكه واستدلاله للأشياء".

وفي اللغة الإنجليزية فجاءت مفردة (Image) لتعبّر عن مصطلح الصورة الذهنية: وتعني تصوّر عقلي أو فكرة عن موضوع، أو أي شيء آخر، وانطباع عام يتكون لدى الجمهور عن شخص أو مؤسسة ما.

يعرف "ريتشارد وينر" الصورة الذهنية بأنّها: "مجموعة من الانطباعات والمشاعر، أو الاعتقادات المتعلقة بشركة، أو صورة مؤسسة، أو وجود آخر كما يراها جمهورها"، وعرف معجم "ويستر" الصورة الذهنية بأنّها: "التصور العقلي الشائع بين أفراد جماعة معينة ويشير إلى اتجاه هذه الجماعة نحو شخص معين أو شيء بعينه" (الجبوري، 2010)

وعرّفَت الصورة الذهنية اصطلاحًا بأنّها: "مجموعة من التصورات والأحكام والانطباعات القديمة والجديدة، سواء أكانت إيجابية أو سلبية، والتي يأخذها شخص، أو مجموعة، أو مجتمع، عن الآخر ويستخدمها كأساسٍ ومنطقي لتقويمه لهذا الشخص، وتحديد موقفه وسلوكه منه. فيما عرّفها د. علي عجوة: هي ناتج نهائي للانطباعات الذاتية المتكوّنة لدى الأفراد أو جماعات معينة، إزاء شخص أو نظام، أو شعب، أو منشأة، أو مؤسسة، أو منظمة، سواء أكانت محلية أو دولية، أو مهنة معينة، أو أي شيء يمكن أن يكون له تأثير على حياة الإنسان، وتتكوّن هذه الانطباعات بتجارب مباشرة وغير مباشرة وترتبط بعواطف الأفراد وعقائدهم واتجاهاتهم الفكرية، وبغض النظر عن صحة أو عدم صحة المعلومات التي تتضمنها خلاصة هذه التجارب، تُعد هذه الصورة الذهنية بالنسبة لأصحابها بمثابة واقع يُفسرون من خلاله محيطهم ويتخذون قراراتهم بناءً عليه. (شعبان 2019، ص54). يُلاحظ أن التعريف الأول يركز على الجانب الإدراكي والتقييمي للصورة الذهنية، بينما يبرز تعريف د. علي عجوة تأثير العوامل العاطفية والاجتماعية في تشكيل هذه الصورة.

2.2.3 أنواع الصورة الذهنية

نظرًا لأهمية الصورة الذهنية في تشكيل الإدراك الاجتماعي، قام الباحثون بتحديد أنواعها المختلفة وفقًا لمعايير متعددة، ومن أبرز هذه التصنيفات ما قدمه جفكينز (الجواري، 2016)

1. الصورة المرأة: وهي الصورة التي ترى المؤسسة نفسها من خلالها. مثال: تعمل المؤسسات على بناء صورة ذهنية ترغب ان تعكس جودتها كما تفعل الشركات التجارية في تسويق ذاتها.
 2. الصورة الحالية: وهي الصورة التي يرى بها الآخرون المؤسسة. مثال: تسعى بعض المؤسسات على إبراز صورتها الذهنية بوضوح وشفافية دون خداع لتعزيز سمعتها لدى الجمهور مثل شركة تسلا لصناعة السيارات الكهربائية.
 3. الصورة المرغوبة: هي الصورة التي ترغب المؤسسة تكوينها لنفسها في أذهان الجمهور. ومثال ذلك: تسعى بعض الشركات إلى بناء صورة ذهنية تعتمد على الابتكار كما تفعل شركة آبل في مجال التكنولوجيا.
 4. الصورة المثلى: وهي أمثل صورة يمكن أن تحققها المؤسسة، مع الأخذ بعين الاعتبار المؤسسات المنافسة الأخرى، وجهودها في التأثير على الجمهور. حيث تسعى بعض المؤسسات على التميز، بحيث تعكس صورتها الإيجابية من خلال تعزيز الثقة مع الجمهور كما تفعل شركات التجارة الإلكترونية في مواقعها، مثل: أمازون.
 5. الصورة المتعددة: وهي الصورة المتكوّنة عندما يتعرّض الأفراد لممثلين مختلفين للمؤسسة بحيث يعطي كلّ واحد منهم انطباعًا مغايرًا للآخر عنها، ولا يستمر هذا طويلًا، فأما أن يتحوّل إلى صورة إيجابية، أو سلبية، أو كلاهما معًا، وذلك تبعًا لشدة تأثير كل منها على الأفراد. تسعى بعض المؤسسات إلى الترويج عن ذاتها من خلال طرح انطباعات مغايرة عن الأخرى مثال ذلك: شركة صناعة السيارات الكورية (هونداي، وكيا) تعمل الصورة الذهنية من خلال تراكمها على تكوين مخزون خاص بها يسمى عادة اللاشعور، وتجمع وتصنّف هذه الصور ضمن مجموعات ترتّب وفق تصنيف الاحتواء، والتضمين بالذهن، إلى ثلاثة اتجاهات رئيسة وهي. (بحلوت 2021)
- الاتجاه الأول: الصورة بوصفها نسخًا ذهنيّةً للأحاسيس (الرؤية، الرائحة، السمع، الغرائز) القدرات الطبيعية والروحية (وتضم أيضًا متخيل اللاوعي).

الاتجاه الثاني: المُتخيل الذهني الذي يتوسّط المثير من العالم الخارجي من جهة، أو الاستجابة من جهة أخرى، وهناك تكون الصورة الذهنية عبارة عن تركيب افتراضي ناتج عن حقيقة المدخلات السيكلوجية (الميراث) وتختلف عن المخرجات (الاستنتاجات).

الاتجاه الثالث: المتخيل الذهني الذي يكون عبارة عن مشاعر (سلوك وأحاسيس) أي يقصد به تلك التي تحدث في غياب أي مؤثر، عدا الصورة الذهنية.

وبناءً على ذلك، نجد أنّ الصورة الذهنية تتولد في الذهن، وتُصنّف ضمن عدّة تصنيفات وأنواع متعددة ومختلفة، وفقاً لمصادر تكوينها، وسماتها، وخصائصها، التي بُنيت عليها، لذا يصعب تحديد أنواعها التي تختلف من حقل معرفي إلى آخر.

2.2.4 خصائص الصورة الذهنية، وسماتها

هناك العديد من الخصائص والسمات التي تتسم بها الصورة الذهنية وهي كالآتي: (الدسوقي 2007)

أ. عدم الدقة

اتفق العديد من الباحثين على أنّ الصورة الذهنية قد لا تتسم بالدقة، وارجعوا ذلك إلى أنّ الصورة الذهنية مجرد انطباعات لا تصاغ بالضرورة على أساس علمي موضوعي، بل هي تبسيط للواقع، كما أنّها لا تعبر بالضرورة عن الواقع الكلي، وتعبر في معظم الأحيان عن جزئية من الواقع الكلي، خاصةً وأنّ الأفراد غالباً ما يلجأون إلى تكوين فكرة شاملة عن الآخرين من خلال المعلومات القليلة التي بحوزتهم، نظراً لعدم قدرتهم على الوصول لمعلومات كاملة.

ب. المقاومة للتغير

فالصورة الذهنية عادةً تميل إلى الثبات ومقاومة التغيير، وهناك العديد من العوامل التي تحدد وتؤثر في كمية وكيفية التغيير المحتمل بالصورة الذهنية، وبعض هذه المتغيرات متعلقة بالصورة ذاتها، والبعض الآخر يتعلّق بالرسائل الواردة من خلالها.

ت. التعميم وتجاهل الفروق الفردية

الصورة الذهنية تقوم على التعميم المبالغ في، وبناءً على ذلك يفترض الأفراد بطريقة آلية أنّ كلّ فردٍ من أفراد الجماعة في موضوع الصورة، ينطبق عليه صورة الجماعة ككل، على رغم من وجود فروقات واختلافات بين الأفراد، ولكنهم يتجهون لإصدار الحكم على الأفراد من خلال تصنيفهم ضمن جماعات أخرى من باب التسهيل، وبالتالي فإنّ الجماعات، والمهن، والفئات المختلفة، يكون عنها الجمهور صورة ذهنية تتسم بالتعميم، متجاهلةً الفروقات والاختلافات، التي تكون أحياناً أساسية وجوهرية.

ث. تؤدي إلى الإدراك المُتحيّز

الصورة الذهنية تؤدي إلى تكوين إدراكات متحيزة عند الأفراد، فتبنى على أساس درجة من درجات التعصب، لذا تؤدي إلى إصدار أحكام مُتعصبة ومتحيزة، فالصورة الذهنية تجعل الأفراد يرون جانب من الحقيقة، ويهملون جوانب أخرى لا تتماشى مع معتقداتهم، ولا تتفق مع اتجاهاتهم.

ح. التنبؤ بالمستقبل

للصورة الذهنية دور في التنبؤ بالتصرفات والسلوكيات المستقبلية للأفراد تجاه مواقف وأزمات وقضايا مختلفة، فهذه الصورة المنطبعة لدى الأفراد باعتبارها اتجاهات وانطباعات لديهم حول قضايا، وأشخاص، وموضوعات، يمكن أن تنبأ بالسلوك الذي قد يصدر عن الجمهور مستقبلاً.

خ. تخطى حدود الزمان والمكان

من سمات الصورة الذهنية، أنها تخطى حدود الزمان والمكان، فالفرد عند تكوينه لصورة ذهنية لا يقف عند حدود معينة بل ينحطها ليكون صوراً عن بلده، ومن ثم العالم الذي يعيش فيه، بل من الممكن أيضاً أن تميز الصورة الذهنية بقدرتها على تجاوز الزمن والمكان، حيث يمكن للأفراد تكوين تصورات عن الماضي، والمستقبل، وحتى عن أماكن لم يسبق لهم زيارته بناء على المعلومات المتاحة والتخيلات الشخصية.

2.2.5 أهمية الصورة الذهنية

يرى في دراسته أن للصورة الذهنية دوراً محورياً، في تكوّن آراء واتجاهات الأفراد، واتخاذهم القرارات، وتشكيل سلوكهم، وردود أفعالهم تجاه العديد من القضايا المهمة، فالصورة الذهنية تؤثر على إدراك الفرد، لما يدور حوله من تجارب حاضرة، وتؤثر أيضاً في توقعاته، واستنتاجاته عن الآخرين وعن تجارب المستقبل.

وبين الفراء (2018) أن للصورة الذهنية دور في مساعدة المؤسسات والمنظمات والقيادات، في رسم الخطط واتخاذ القرارات التي من شأنها أن تكون صورة إيجابية عن المؤسسة، وبشكل يتفق مع احتياجات الجمهور، وإزالة أي آثار أو معالم سلبية، من شأنها أن تؤثر على صورة المؤسسة، أو من الممكن أن تطرأ مستقبلاً. للصورة الذهنية دور غاية في الأهمية، من حيث إثراء أو تقديم رؤية متكاملة للدراسات الإعلامية، والاجتماعية، والإدارية، والنفسية، وذلك يعود بسبب دورها المؤثر على سلوكيات وقرارات الأفراد الحياتية.

تُساهم الصورة الذهنية في تكوّن وتشكيل الرأي العام تجاه المؤسسات والمنظمات والأفراد في المجتمع، فهذه المؤسسات تهتم عادةً بدراسة الصورة السائدة عنها في مختلف طبقات المجتمع، من

أجل التمهيد لوضع إستراتيجياتها التي تكفل إيجاد صورة إيجابية عنها، وتكفل وجود رأي عام مناصر لمواقفها، وقضاياها، ويدعمها بكافة أشكال الدعم في مختلف الظروف.

2.2.6 وظائف الصورة الذهنية

1. للصورة الذهنية عددٌ من الوظائف التي تقوم بها وهي، كالآتي: (الحمود 2019، ص 27-28)
تقدّم الصورة الذهنية أطراً جاهزةً لجوانب الحياة المتعددة، وتعمل على تحويل العالم المحيط لعالم أكثر تنظيماً وسهولةً، وتساعد ذاكرة البشر على التكيف مع ظروف الحياة المختلفة.
2. تعمل الصورة الذهنية على تكوين المواقف والآراء والأحكام الشخصية، تجاه الأشخاص والموضوعات والأشياء المختلفة.
3. تسهم الصورة الذهنية في تشكيل إدراكات ومعارف ومعلومات الأفراد للموضوعات المختلفة.
4. تعمل الصورة الذهنية على تقديم معارف مسبقة لما يمكن أن تكون عليه صور الأشخاص والأشياء، وتساعد أيضاً في نطاق اللاوعي في التعامل مع الآخرين.

2.2.7 أبعاد الصورة الذهنية، ومكوناتها

يُجمع الباحثون على أن الصورة الذهنية تتشكل عبر ثلاثة أبعاد رئيسية: المعرفي، الوجداني، والسلوكي. يساعد هذا التصنيف في تحليل كيفية تكوّن التصورات والانطباعات لدى الأفراد، وتأثيرها على تفاعلهم مع القضايا والمؤسسات المختلفة
يرى عدد من الباحثين في أنّ الصورة الذهنية تشمل على ثلاثة مكوناتٍ أو أبعادٍ أساسية وهي:
(المصري، 2019)

1. البعد المعرفي

ويعني هذا البعد المعلومات التي يدرك من خلالها الفرد قضيةً، أو موضوعاً، أو شخصاً ما، وتعدّ هذه المعلومات أساساً يُبنى عليها الصورة الذهنية التي يكونها الفرد عن القضايا والموضوعات والآخرين، وتكوّن هذه الصورة الذهنية بناءً على دقة المعلومات، والمعارف التي حصل عليها منهم، ووفقاً للبعد المعرفي فإن جزء من الأخطاء المكوّنة في الصورة الذهنية للأفراد هي ناتجة أساساً من معلوماتٍ ومعارفٍ خاطئة هم حصلوا عليها.

2. البعد الوجداني

ويعني هذا البعد، الميول أما بالإيجاب أو السلب، تجاه قضية، أو موضوع، أو شخص، أو شعب ما، ضمن مجموعة الصور الذهنية التي شكّلها الأفراد، ويتكوّن هذا الجانب مع الجانب المعرفي، ومع مرور الوقت، تتلاشى المعارف والمعلومات التي شكّلها الأفراد، ولكن تبقى الجوانب الوجدانية وهي من تمثل اتجاهات الأفراد نحو القضايا، والأشخاص، والموضوعات المختلفة.

3. البعد السلوكي

إنّ سلوك الفرد وطبيعة الصورة الذهنية المكوّنة لديه، تنعكس على شؤون حياته المختلفة، وتبرز أهمية الصورة الذهنية في أحد أبعادها في التنبؤ بسلوك وسلوكيات الأفراد، ومنطقيًا من المفترض أن تعكس اتجاهاتهم بالحياة.

إنّ هذه الأبعاد كما يرى الباحث، يُكَمِّل بعضها الآخر، بحيث يترتّب كلّ منها على الآخر بالسلب أو الإيجاب، فالبعد الوجداني تجاه المؤسسة عادةً ما يدفع الفرد لتجربة التعرّض لها، والتعامل معها، أي ترتب على البعد الوجداني بعد سلوكي. حيث أن هذه الأبعاد تعمل بشكل تكاملي لتكوين الصورة الذهنية لدى الجمهور.

2.2.8 العوامل المؤثرة في تكوين الصورة الذهنية

تتعدد العوامل التي تؤثر في تكوين الصورة الذهنية لدى الإنسان ولعل من أهمها: الأسرة، والمؤسسات التعليمية والتربوية، والإنتاج الثقافي والمعرفي، وأيضًا وسائل الإعلام بأنواعها، والتي تُعدُّ أكثر فاعليّة وخطورةً، خاصةً بعد التطور الهائل في تكنولوجيا الاتصال، والنمو الكبير في صناعة الرسائل الإعلامية، والتي أصبحت من أهم الطرق في نقل الصور، والأفكار، والآراء، وتدعيم الصور الموجودة بالأصل في أذهان الجمهور.

أشارت العديد من البحوث والدراسات، إلى أنّ 70% من الأفراد يبني صورًا عن عالمه من خلال وسائل الاتصال التي يتعرض لها تعتبر وسائل الإعلام مؤسسات ثقافية ذات تأثير عميق في تشكيل الصورة الذهنية، حيث تعمل كأدوات أيديولوجية تساهم في ترسيخ أنماط معينة من التفكير، وتوجيه الأذواق والسلوكيات بما يتماشى مع توجهاتها الإعلامية (الjasر، 2020)

2.2.9 الصورة الذهنية ودورها في بناء مكانة المؤسسة في أذهان الجمهور

إنّ التمثيل الذهني يشمل جميع الطرق الحسيّة، البصرية، السمعية، الشمية، الحركية، الذوقية، واللمسية، وفي دراستنا هذه، نركّز على البعد البصري نظرًا لهيمنة الصور والرموز البصرية على

إدراك الجمهور، حيث يأتي ثلثي المعلومات الإدراكية التي تصل لدماع الإنسان من خلال النظام البصري.

يمكن تفسير الصور الذهنية البصرية نتيجةً لطبيعة المنبه، ومن الأمثلة على ذلك: بعض ميزات الصور مثل الملموسة، والحيوية، والتلاعب بالصور، التي تشجع المحاكاة العقلية، تسهل التصوير تلقائياً من المدخلات التصويرية، في الأونة الأخيرة، عندما أوجدت التكنولوجيا الجديدة تجارب تفاعلية جديدة، ظهرت أنواع جديد من الأدوات التي تستحضر الصور، وتشمل: الألعاب الرقمية، وإعلانات الأجهزة المحمولة، والنماذج الافتراضية التي تمكن المتسوقين عبر الإنترنت من تجربة المنتجات، والمنتجات ثلاثية الأبعاد أو التصور المخزن. (Gavilan & Avello 2020, p 2)

تعدُّ الصورة الذهنية مهمة جداً بالنسبة للعلامات التجارية، والمؤسسات، لدورها المميز في اكتساب ثقة الجمهور، فمن خلالها يتم تعزيز أراء وثقة الجمهور بالمؤسسة، وبناء صورة عنها، ومن خلال الخبرات والتجارب، والصور، وتعليقات الآخرين عنها، تزداد رغبة العميل في الشراء أو التواصل معها، فمرحلة التقييم لها مهمة أمام جمهورها، حيث يتم تفضيلها عن منافساتها من العلامات التجارية والمؤسسات الأخرى. (Al-Abbadil & et al 2022, p 9)

تؤدي الصورة الذهنية دوراً رئيساً في عملية اتخاذ القرار، حيث يعتمد الأفراد على خبراتهم وتصوراتهم المتراكمة عند تقييم القضايا أو المؤسسات، ونتيجة لذلك، قد يتخذ الفرد قرارات إيجابية أو سلبية بناءً على هذه الصورة، وهي قرارات قد تتغير بمرور الوقت وفقاً للمعطيات والتجارب الجديدة.

لا يمكن اعتبار الصورة الذهنية كم من المعلومات فقط، إنما يتم تجميع المعلومات والاحتفاظ بها حسب طبيعة البيئة التي يعيش ويتكيف معها الفرد، نظراً لأن الصورة الذهنية تتألف من مكونات كثيرة كالحقائق، والمعلومات، والتجارب، والمعارف، والاتجاهات النفسية، والتصورات، والأنماط الجامدة، التي يكتسبها الفرد عن طريق الخبرات المتراكمة لديه عبر سنوات حياته. (العبادي 2017، ص 10)

نستنتج من كل ذلك، أن بناء صورة ذهنية إيجابية يعد عنصراً أساسياً في نجاح المؤسسات، حيث أصبح الاستثمار في تحسين هذه الصورة ضرورة في ظل المنافسة القوية في مختلف القطاعات. يمكننا القول، بأن الصور الذهنية، أصبحت مهمة جداً، سواء للجمهور الذي يتعامل معها، أو المؤسسة التي تمثلها، وأصبحنا نجد بأن المؤسسة التي تتمتع بصورة ذهنية إيجابية يرغب الجمهور

بالتعامل معها، والاستمرار في ذلك، بعكس المؤسسة التي تحمّل صورةً ذهنيّةً سلبيةً، فإنّها تبقى سلبية في أذهان الجمهور.

الدراسات السابقة

سيعرض هذا الفصل مجموعة من الدراسات السابقة، العربية والأجنبية، التي تتصل بموضوع البحث أو بأحد أبعاده، حيث يتم تناول أهدافها، منهجياتها، نتائجها، وأهم التوصيات التي توصلت إليها، مع إبراز أوجه التميز في الدراسة الحالية مقارنةً بها. وقد تم ترتيب هذه الدراسات من الأحدث إلى الأقدم وفقاً لما يأتي:

ودراسة (العموش، 2021) هدفت الكشف عن دور وسائل الإعلام في تنمية الوعي بالمشاركة السياسية لدى طلبة الجامعات الأردنية استناداً إلى النظريات السياسية المعاصرة من وجهة نظر الطلبة أنفسهم. تكونت عينة الدراسة من (400) طالباً من البكالوريوس في الجامعات الأردنية في الأقاليم الثلاثة، تم اختيارهم بطريقة العينة الطبقية، ولتحقيق أهداف الدراسة تم تطوير استبيان لجمع البيانات، وأظهرت النتائج أن المتوسطات الحسابية لواقع دور وسائل الإعلام في تنمية الوعي بالمشاركة السياسية مرتفعة، كما أظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين في مستوى الوعي السياسي، وكانت هذه الفروق لصالح الإناث. في المقابل، لم تظهر فروقاً دالة إحصائية وفقاً لمتغير التخصص الأكاديمي أو السنة الدراسية

دراسة المعداوي (2020) هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف كيفية استخدام ممارسي العلاقات العامة لمواقع التواصل الاجتماعي ومدى تأثير ذلك على مصداقية المؤسسة في نظر الجمهور من خلال دراسة ميدانية على الجامعات المصرية. واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي (Survey Method)، وعمد الباحث على تطبيق الدراسة على عينة مقدارها (500) فرد من الطلاب الجامعيين ممن يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في الجامعة، وعينة أخرى بلغت (86) فرد من ممارسي العلاقات العامة بالجامعات من الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي، وقد طبق الدراسة من خلال العينة القصدية، وقد استخدمت الاستبانة كأداة للدراسة، نموذج للطلاب وآخر للقائمين على العلاقات، وكذلك استخدم الباحث المقابلة كأداة ثانية. وأظهرت نتائج الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بين الباحثين، وفقاً لمتغيرات النوع الاجتماعي، والعمر، ونوع الجامعة، والكلية، والمستوى الدراسي. وتبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى إدراك المصداقية بناءً على متغيرات النوع

الاجتماعي، والعمر، ونوع الجامعة، والمستوى الدراسي. وأشارت الدراسة إلى أن 'فيسبوك' هو المنصة الأكثر استخداماً بين الطلاب الجامعيين المصريين، مما يعكس دوره البارز في تشكيل التصورات حول مصداقية المؤسسات الجامعية

بينما دراسة دسوقي (2019) هدفت إلى البحث عن الدور الذي تقوم به وسائل تحرير المطبوعات في العلاقات العامة لجذب الجمهور وتأسيس ولائه للعلامة التجارية للشركات التي تقدم خدمة والأخرى التي تقدم سلعة، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي المسحي، واستخدم الباحث المقابلة والاستبانة كأدوات للدراسة، ومن نتائج الدراسة أن أغلب المبحوثين يتجهون نحو الولاء للعلامة التجارية التي فيها صفات تناسبهم وتجذبهم.

وأما دراسة سليمان(2018) هدفت إلى رصد دور مواقع التواصل الاجتماعي في تغيير الصورة الذهنية للمؤسسات السياسية لدى الشباب سواء أكان التغيير إيجابياً أو سلبياً، واعتمدت الدراسة على أنموذج إصلاح الصورة الذهنية، وأنموذج تشكيل الاتجاهات، واعتمدت المنهج الوصفي المسحي، واستخدم الباحث الاستبانة وتحليل المضمون للصفحات الخاصة بالقادة كأدوات للدراسة، وتكونت عينة الدراسة من 400 شخص من مستخدمي تلك الصفحات، ومن أبرز نتائج الدراسة أنه يوجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تعرض الشباب لصفحات القادة واتجاهاتهم نحو الصورة الذهنية للقادة والمؤسسات السياسية المصرية.

أما دراسة هلال(2017) هدفت إلى رصد وتحليل دور وسائل الاتصال في تشكيل صورة الإمارات العربية المتحدة، وتأثيرها على الصورة الذهنية لدى الرأي العام المصري، واستندت الدراسة أنموذج جرونج، والمنهج المسحي، واستخدم الباحث تحليل المضمون للمواقع الإلكترونية للبعثة الدبلوماسية الإماراتية في القاهرة، وكانت عينة الدراسة قصدية بلغ عددها 150 شخصاً من القائمين على الاتصال بالبعثة الدبلوماسية الإماراتية، ومن نتائج هذه الدراسة: جاء في مقدمة البرامج التواصلية الهادفة لتحسين الصورة الذهنية المطبوعات بنسبة(85%) ومن بعدها جاءت المواقع الإلكترونية بنسبة(65%)، ويبين ممارسو العلاقات العامة والاتصال أن الصورة الذهنية الفعلية لدى عينة الدراسة نحو الإمارات تختلف عن الصورة المرغوب فيها بنسبة(75%)، في يرى (37%) أنه لا اختلاف، ويوافق بشدة (33%) من ممارسي العلاقات العامة أن البرامج التواصلية التي يتم تنفيذها تسهم في تكوين صورة ذهنية إيجابية عن دولة الإمارات.

ودراسة الهيئي(2016) هدفت إلى التعرف على طبيعة النشاطات التي تمارسها العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية العراقية، ومدى تلبية النشاطات لأهداف ووظائف العلاقات العامة الحديثة، والكشف عن الوسائل الحديثة التي تستعملها العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية، وقد استخدم الباحث الاستبانة كأداة للدراسة، ومن نتائجها أن من أهم الوسائل التي تستعملها العلاقات العامة، الصحف، والمجلات بنسبة(17%)، وتلتها الندوات والمؤتمرات بنسبة(62%)، وتلتها المقابلات الشخصية بنسبة(58%)، فيما حظي الانترنت المرتبة التالية بنسبة(57%) وأما المرتبة الأخيرة فكانت من نصيب الملصقات، والاحتفالات، الاتصالات الهاتفية، الخطب، والإذاعة.

بينما دراسة العمري(2016) هدفت إلى التعرف إلى الصورة الذهنية لوزارة التعليم السعودية لدى المعلمين والمعلمات، والتعرف إلى العوامل المؤثرة في هذه الصورة طبق الدراسة على عينة مكونة من (400) معلمة تم اختيارهم عن طريق العينة العنقودية متعددة المراحل، ومن نتائجها أن الصورة الذهنية لوزارة التربية والتعليم لدى المعلمين قد نالت نسبة متوسطة على عبارات الصورة الذهنية، ومن نتائجها أن غالبية أفراد عينة الدراسة لا يوفقون على أن وزارة التربية والتعليم تتصف بالعدل وعدم المحاباة، وكذلك لا يوفقون على أن صورتها الذهنية إيجابية. أما الدراسة التي قام بها مربوط (2015) هدفت إلى التعرف إلى انعكاس الصورة الذهنية الاجتماعية للمعلم على أدائه الوظيفي، وتكونت عينة الدراسة من (100) طالب وطالبة، واعتمد الباحث العينة الغرضية لتحقيق أهداف دراسته في مقاطعة قمار في الجزائر، ومن أبرز نتائجها: أن الصورة الذهنية للمعلم إيجابية سواء من قدراته المهنية، كما إن المعاملة الاجتماعية التي يتلقاها المعلم من المجتمع، والتي تتجسد في نظرة المجتمع له وتشجيعه، لها تأثير إيجابي على أدائه الوظيفي، وأنه لا يوجد فروق دالة إحصائية في إدراك الصورة الذهني للمعلم تبعاً إلى متغيرات الجنس والتحصيل.

ودراسة أبو العسل(2014) هدفت التعرف إلى طبيعة ومستوى الممارسات التواصلية والإدارية للعلاقات العامة في المستشفيات الأردنية، وهذه الدراسة من الدراسات الوصفية القائمة على المنهج المسحي، وقد استخدم الباحث الاستبانة لجمع المعلومات، وتكونت عينة الدراسة من الكوادر في العلاقات العامة في المستشفيات الأردنية، وكشفت نتائج الدراسة عن وجود أقسام ووحدات في العلاقات العامة تحت مستويات إدارية، وتفاوتت نسبة العاملين الذكور على الإناث،

وبينت النتائج أن نسبة المتخصصين في العلاقات العامة (17.7%) وأن نصف عينة الدراسة يمارس عمل العلاقات العامة من خلال الاتصال المتوازن باتجاهين بنسبة (57.3%).

ودراسة عاشور (2014) هدفت إلى التعرف على طبيعة الأنشطة التواصلية وأسلوب عمل البرامج وفعاليتها والمعيقات التي تواجه العلاقات العامة في المنظمات الدولية في الأردن ، وقد اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي، واستخدام الباحث الاستبانة والمقابلة كأدوات للدراسة، وقد اعتمدت الدراسة المسح الشامل لمجتمع الدراسة لصخر حجمه، ومن أبر نتائجها أن ممارسة العلاقات العامة في المنظمات الدولية داخل الأردن تعتبر جيدة مع المؤسسات الإعلامية الأردنية، ومن أبرز المشكلات التي تواجه عمل العلاقات العامة وجود أسس وضوابط صارمة على المواد الإعلامية التي تنشر.

الدراسات الأجنبية

هدفت الدراسة التي قام بها رحمان (Rohman, 2023) إلى معرفة تأثير موقع فيسبوك في انتخابات مجلس الطلاب في ولاية آسام الهندية، وقد استخدمت الدراسة لتحقيق أهدافها المنهج الكمي وقد اعتمد على الاستبانة لجمع البيانات من المجتمع الطلابي في جواهاتي (ولاية آسام). أظهرت النتائج أن تأثير الفيسبوك كان بشكل كبير حيث يقضي شباب اليوم حياتهم وقت الفراغ، وقد غيرت طريقة تواصل الشباب وتفاعلهم وخاصة القيادات الطلابية باتحاد الجامعة، وقد بينت أن موقع فيسبوك تم توظيفه للتواصل مع الطلبة أثناء الانتخابات. وبينت الدراسة أن القيادات الطلابية استخدمت فيسبوك في التأثير على التصويت لطلبة الجامعات.

بينما دراسة أرباني (Arabani et,al,2022) هدفت إلى تقييم تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على مشاركة الشباب في الجوانب السياسية، وقناعتهم التصويتية، والثقة في قراراتهم نحو التصويت. وتناولت مجال استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية التي تؤثر على مشاركة الشباب في السياسة، والثقة في قرارات التصويت. واستخدم الباحث المنهج الوصفي الارتباطي؛ لتحقيق الأهداف، وطبقت الدراسة على عينة طبقية عشوائية قوامها (348) طالبا من جامعة (دافأو ديل نورتي) الحكومية، وبينت الدراسة أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي جاء بدرجة مرتفعة، ولكن جاءت مشاركة الشباب ومواقفهم وثقتهم في التصويت بدرجة عالية جدًا. وكشفت أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ومشاركة الشباب في التصويت يكشف عن علاقة طردية معتدلة.

بينما اهتمت الدراسة اونيل (Julie O'Neil,2014) بالتعرف على كيفية استخدام المنظمات الربحية وغير ربحية للفييس بوك في بناء علاقات مع الجمهور، واعتمدت الدراسة تحليل المضمون وتكونت عينة الدراسة من 200 منظمة ومنتدى. ومن نتائج الدراسة: حيث كانت مقسمة بين (100) منظمة ربحية وأخرى (100) منظمة غير ربحية، تفوق المنظمات الربحية على المنظمات غير الربحية عبر موقع التواصل الاجتماعي فييس بوك، وأثبتت النتائج أن الفييس بوك موقع جيد للتواصل مع المتطوعين.

وهدفت دراسة اندريا (Andrea N. E,2013) التعرف على استخدامات منظمة NGB الهيئة الوطنية للرياضة في الولايات المتحدة لمواقع التواصل الاجتماعي، ودوافع توظيفها من خلال استخدام استبانة إلكترونية تم توزيعها على عينة من القائمين على العلاقات في المنظمة، ومن أبرز نتائجها أن المنظمة المستهدفة تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي كأدوات تواصل مع الجمهور، أكثر من كونها وسيلة تسويق بهدف نشر الوعي بالعلامة التجارية، كم أوضحت النتائج أن عينة الدراسة المستهدفة سجلوا أعلى مستويات تقبل لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعية.

وهدفت دراسة ايروور وكورنا (Arora, & Khurana 2012) التعرف على ممارسة العلاقات العامة وتأثيرها على فعالية مستشفى البشير في الأردن ، وبلغت عينة الدراسة (569) فردا من المراجعين، ومن نتائج الدراسة عدم فعالية العلاقات العامة في مستشفى البشير لعدة أسباب منها: غياب موظفي علاقات عامة مؤهلين، ضعف نوعية الخدمة المقدمة، افتقار الأطباء العاملين إلى الخبرة في إدارة العلاقات العامة، والضعف في بناء علاقات قوية مع المرضى ما انعكس سلبا على الصورة الذهنية للمستشفى في أذهان المرضى.

التعليق على الدراسات السابقة:

تناولت الدراسات السابقة موضوع ذات علاقة بالأنشطة الاتصالية، مثل دراسة: عاشور(2014)، (2020)، أبو العسل(2014)، والصورة الذهنية، مثل: العمري(2016)، ودراسة مربوط(2015)، ووسائل الاتصال، وأنماطه، مثل: اونيل(Julie O'Neil,2014)، ودراسة دراسة اندريا (Andrea N. E,2013)، ودراسة دراسة الهييتي(2016). وتنوعت المجتمعات التي طبقت فيها الدراسات سواء عربية، مثل: المعداوي (2020)، ودراسة دسوقي (2019)، هلال (2017)، و سليمان(2018)، أو أجنبية، مثل: دراسة (Arora, & Khurana 2012). ودراسة ((Andrea N. E,2013) وأخرى في فلسطين مثل دراسة: فايد(2021).

أوجه الشبه والاختلاف بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية

اتفقت الدراسة الحالية مع العديد من الدراسات السابقة في المنهجية، حيث تم اعتماد البحوث الوصفية كمنهجية واستخدمت أدوات مشابهة، مثل: الاستبانة، والمقابلة، كما تناولت موضوعا مهما وهو العلاقات العامة وتجاربها في المؤسسات التعليمية، مثل دراسة: دسوقي (2019)، سليمان(2018)، عاشور(2014) ولكنها تختلف عنها في مجتمع الدراسة حيث أن الدراسة الحالية تناولت الجامعة الأمريكية وجامعة بيرزيت كمجتمع لها، وهي جامعات تقع في الضفة الغربية، بخلاف الدراسات السابقة التي تناولت مجتمعات مختلفة، مثل دراسة: ايور وكونا (Arora, & Khurana 2012.) التي تمت في الأردن، أما دراسة اندريا (Andrea N. E,2013)، في الولايات المتحدة، ودراسة مربوط(2015) في الجزائر، ولكن هناك تشابه في بعض النتائج التي ركزت على أهمية الأنشطة التواصلية وتنوعها، وديمومتها، وأهمية تفعيل وسائل التواصل الاجتماعي للترويج للأنشطة التواصلية، مثل دراسة اندريا (Andrea N. E,2013)، ودراسة اونيل(2014, Julie O'Neil)، ودراسة (Rohman, 2023)، بينما اختلفت مع دراسة المعداوي (2020) التي الدراسة بينت أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين على مقياس استخدام مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغيرات النوع الاجتماعي بخلاف نتائج الدراسة الحالية.

وقد اعتمدت الدراسة الحالية الاستبانة التي بناها الباحث، بالإضافة إلى المقابلة كأداة نوعية والتي تكونت من أسئلة تمت صياغتها على شكل محاور.

وأوجه الاستفادة من الدراسات السابقة: بعد الاطلاع على الدراسات السابقة والتعرف على مواضيعها، استفاد الباحث من هذه الدراسات في العديد من الجوانب كالمنهجية التي استخدمتها، والأدوات التي اعتمدها، وكيفية التحليل الإحصائي والنوعي المتبع فيها، ونتائجها، وأهم التوصيات المقترحة، مثل دراسة عاشور (2014)، ودراسة أبو العسل (2014)، ودراسة دسوقي (2019) وقد استفاد الباحث من الإطار النظري من هذه الدراسات، مثل دراسة: عاشور(2014)، و(Arabani et,al,2022)، ودراسة هلال(2017) وتميزت هذه الدراسة بتناولها موضوعا ذا أهمية خاصة في المجتمع الفلسطيني، وهو دور الأنشطة التواصلية للمجالس الطلابية في الجامعات الفلسطينية فيتحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة -الجامعة العربية الأمريكية وجامعة بيرزيت كحالة دراسية.

الفصل الثالث

منهجية الدراسة وإجراءاتها

تمهيد

تناولت الدراسة في هذا الفصل المنهجية وإجراءاتها للتعرف إلى دور الأنشطة التواصلية لمجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية في تعزيز صورتها الذهنية لدى الطلبة في جامعتين هما الجامعة العربية الأمريكية وجامعة بيرزيت، حيث تم عرض منهجية الدراسة التي اعتمدها الباحث، وتحديد المجتمع والعينة وطريقة اختيارها، وتوزيعها وفق متغيرات الدراسة، والأدوات التي استخدمها الباحث لجمع البيانات وتحقيق أهداف الدراسة، وكيفية التحقق من صدقها وثباتها، والعمليات الإحصائية التي وظّفها الباحث لمعالجة البيانات.

منهج الدراسة:

سعيًا للإجابة عن أسئلة الدراسة، وتحقيق أهدافها، اعتمد الباحث في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي لفحص دور الأنشطة التواصلية لمجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية في تعزيز صورتها الذهنية لدى الطلبة في جامعتي العربية الأمريكية وبيرزيت، حيث يستند الجانب الكمي إلى استخدام أداة الاستبانة، إذ تم توزيعها على عينة عشوائية طبقية مكونة من "740" طالباً وطالبة من جامعتي الدراسة لتحليل البيانات الكمية المستمدة من آرائهم، في حين اعتمد الجانب التحليلي الكيفي على المقابلة الشخصية مع رئيسين من رؤساء مجالس طلبة سابقين، ورئيسين آخرين حاليين، من جامعتي "العربية الأمريكية، وبيرزيت"، ما يسمح فهماً أعمق للسياق والعوامل ذات الصلة التي تؤثر على صورة مجالس الطلبة لدى الطلبة.

مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة بطلبة ورؤساء مجالس طلبة جامعتي العربية الأمريكية، وبيرزيت في الضفة الغربية.

- مجتمع الدراسة لأداة الاستبانة: تكوّن من جميع طلبة جامعتي العربية الأمريكية وبيرزيت، والبالغ عددهم (25,419) طالباً وطالبة، وذلك وفق موقعي الجامعتين، بحيث بلغ عدد طلبة الجامعة العربية الأمريكية (11051)، (موقع الجامعة العربية الأمريكية، 2024)، وبلغ عدد طلبة جامعة بيرزيت (14363)، (موقع جامعة بيرزيت، 2024).

- مجتمع الدراسة لأداة المقابلة: يتكوّن من رؤساء مجالس الطلبة في جامعتي العربية الأمريكية وبيرزيت.

جدول (1.3) توزيع أفراد المجتمع في الجامعتين:

الجامعة	المجتمع عدد الطلبة عام 2024
الجامعة العربية الأمريكية	11051
جامعة بيرزيت	14368
المجموع	25,419

عينة الدراسة:

• عينة أداة الاستبانة: تم اختيار عينة الدراسة بأسلوب العينة العشوائية الطبقية، إذ تكوّنت من (765) طالباً وطالبة من طلبة جامعتي العربية الأمريكية، وبيرزيت، وقد تم تحديد حجم العينة؛ وذلك من خلال نسبة حجم العينة من المجتمع الكلي لتكون ممثلة لمجتمع الدراسة من خلال موقع

حيث [/https://www.surveymonkey.com/mp/sample-size-calculator](https://www.surveymonkey.com/mp/sample-size-calculator)

كان مستوى الثقة 95% وهامش الخطأ 5%، وعليه شملت العينة (375) طالب وطالبة من الجامعة العربية الأمريكية، و(390) طالب وطالبة من جامعة بيرزيت موزعين تبعاً للمتغيرات الديموغرافية كما هو موضح في الجدول الآتي:

جدول (2.3): خصائص توزيع عينة الدراسة تبعاً للمتغيرات الديموغرافية				
المتغيرات المستقلة	فئات المتغير	الجامعة		المجموع
		الجامعة العربية الأمريكية	جامعة بيرزيت	
النوع الاجتماعي	ذكور	100	114	214
	إناث	275	276	551
	المجموع	375	390	765
الكلية	العلوم الاجتماعية والإنسانية	74	142	216
	العلوم الطبية	186	122	308
	العلوم الطبيعية والهندسية	115	126	241
	المجموع	375	390	765

175	85	90	سنة أولى	السنة الدراسية
189	72	117	سنة ثانية	
197	104	93	سنة ثالثة	
132	67	65	سنة رابعة	
72	62	10	سنة خامسة فأكثر	
765	390	375	المجموع	
75	25	50	دبلوم متوسط	المرحلة الدراسية
675	357	318	بكالوريوس	
15	8	7	دراسات عليا	
765	390	375	المجموع	
186	106	80	نعم	
579	284	295	لا	
765	390	375	المجموع	

يوضح جدول (2.3) خصائص توزيع عينة الدراسة تبعاً للمتغيرات الديموغرافية (النوع الاجتماعي، الكلية، السنة الدراسية، المرحلة الدراسية، الانتماء إلى إطار طلابي)، ففي الجامعتين كان عدد الإناث (275، 276) أعلى من عدد الذكور (100، 114)، وذلك يعود إلى أن نسبة الإناث في مجتمع الدراسة أعلى من نسبة الذكور في كلا الجامعتين، ووجد أن عدد طلبة كلية العلوم الطبية في الجامعة العربية الأمريكية (186) أعلى من عدد طلبة الكليات المتبقية، وهذا يعود إلى أن نسبة عدد طلبة كلية العلوم الطبية في مجتمع الجامعة أعلى من نسبة الطلبة في الكليات المتبقية، بينما وجد أن عدد طلبة كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية في جامعة بيرزيت (142) أعلى من عدد طلبة الكليات المتبقية، ويعود ذلك إلى أن نسبة مجتمع الطلبة في كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية أعلى من باقي المجتمع في الكليات الأخرى في جامعة بيرزيت.

وكان النصيب الأكبر في هذه العينة لطلبة السنة الثانية من الجامعة العربية الأمريكية (117)، والسنة الثالثة من جامعة بيرزيت (104)، وكانت الغالبية العظمى في اختيار هذه العينة في الجامعتين من طلبة البكالوريوس (318، 357)، وذلك يعود على نسبة المجتمع في كلا الجامعتين، ومن الذين لا ينتمون إلى إطار طلابي (295، 284).

● عينة أداة المقابلة الشخصية: اعتمدت الدراسة على عينة قصدية لأداة المقابلة

وتكونت من أربعة أفراد في مجالس الطلبة رئيس المجلس ونائبه في جامعتي "العربية الأمريكية، وبيرزيت" (ملحق 4)، فيما تكونت المقابلة من المحاور الآتية:

-محور الأنشطة الاتصالية: بناءً على نتائج الدراسة الميدانية على طلبة الجامعة حول مدى متابعة أنشطة مجلس الطلبة في الجامعة، وأهم الأنشطة التواصلية لمجالس الطلبة، وتأثير هذه الأنشطة على الصورة الذهنية بين الجامعات الفلسطينية، ومدى استجابة وتفاعل الطلبة معها.

- محور الاستراتيجيات: طبيعة الاستراتيجيات التي يمكن لمجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية اتباعها لتحسين صورتها الذهنية من خلال الأنشطة الاتصالية، والمقترحات لتطوير هذه الأنشطة الاتصالية، وتحسين العوامل المساندة لها.

- محور الصعوبات والتحديات. أهم الصعوبات التي تواجه مجالس الطلبة لتحسين صورتها الذهنية، وأهم التحديات التي تجعل من الأنشطة التواصلية أقل تأثيراً على الطلبة.

أدوات الدراسة:

أولاً: الاستبانة

قام الباحث ببناء وتصميم استبانة بما يناسب ويحقق أهدافها، وقد تم اعتماد الاستبانة كأداة لجمع المعلومات والبيانات من المبحوثين، من خلال تطبيقها على عينة استطلاعية للتعرف على صدقها وثباتها، وتعد الاستبانة من أكثر الأدوات ملائمة للبحوث الكمية، وتكونت الاستبانة من ثلاثة أقسام، احتوى القسم الأول على البيانات والمعلومات الديمغرافية للمبحوثين ومتغيرات الدراسة، والقسم الثاني احتوى على مجالات الدراسة، والفقرات المرتبطة بكل مجال، وقد تم توزيعها بشكلها النهائي على (3) مجالات وفق الجدول الآتي:

جدول (3.3) توزيع مجالات وفقرات استبانة دور الأنشطة التواصلية لمجالس الطلبة في

الجامعات الفلسطينية

ترتيب المجالات	مجالات الاستبانة	عدد الفقرات
المجال الأول	أهمية وجود الأنشطة التواصلية في مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية	8
المجال الثاني	فاعلية(تأثير) الأنشطة التواصلية لمجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة	9
المجال الثالث	تطبيق مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية لمبادئ الاتصال الحواري في تحسين صورتها الذهنية	8
المجموع		25

صدق أداة الدراسة وثباتها:

لفحص صدق أداة الدراسة-استبانة "دور الأنشطة التواصلية لمجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية" وثباتها، تم من خلال عينة استطلاعية من مجتمع الدراسة مكونة من (100) طالب وطالبة من طلبة الجامعتين، من ضمن العينة الأصلية وقد تم اختيارهم بطريقة عشوائية.

صدق أداة الدراسة:

تم التحقق من صدق أداة الدراسة من خلال أنواع الصدق الآتية:

1- الصدق الظاهري (صدق المحكمين)

عرض الباحث الاستبانة على بعض المحكمين المختصين والخبراء في مجال الدراسة (ملحق 2)، وذلك للاستفادة من خبراتهم وآرائهم حول مدى تحقيق الاستبانة للأهداف الدراسية، ومن حيث انتمائها ومناسبتها للمجالات وسلامتها اللغوية، وتم الأخذ بملاحظات المحكمين وتعديل الفقرات بناء عليها وإعادة صياغتها، وكذلك حذف وإضافة الفقرات، وصولاً إلى الاستبانة في صورتها النهائية.

2- الصدق العملي

تم التحقق من صدق الأداة باستخدام الصدق العملي من خلال دراسة فحص وجود علاقة طردية بين الدرجة الكلية لكل مجال والفقرات التي تنتمي لهذا المجال، كما هو موضح في الجداول (4.3)، (5.3)، (6.3) الآتية:

جدول (4.3): العلاقة بين الدرجة الكلية لمجال أهمية وجود الأنشطة التواصلية في مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية وفقرات هذا المجال

رقم الفقرة	المجال الأول: أهمية وجود الأنشطة التواصلية في مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية	معامل ارتباط بيرسون	Sig. (1-tailed) قوة الاختبار
1	الأنشطة التواصلية تُعزز التفاعل الإيجابي بين الطلبة وأعضاء المجلس.	.799	.000
2	الأنشطة التواصلية تُعمل على التعرف إلى مبادرات مجلس الطلبة وبرامجه.	.795	.000
3	الأنشطة التواصلية تُعزز وعي الطلبة بحقوقهم وواجباتهم داخل الجامعة.	.806	.000
4	الأنشطة التواصلية تُعمل على بناء جسور الثقة بين الطلبة ومجالس الطلبة.	.894	.000
5	الأنشطة التواصلية تزيد الشعور بالانتماء لدى الطلبة.	.882	.000

6	الأنشطة التواصلية تُعزز القيم الوطنية.	.796	.000
7	الأنشطة التواصلية تُرَوِّج لأهمية المجالس الطلابية في خدمتهم.	.828	.000
8	الأنشطة التواصلية تُطور سياسة الجامعات في التعامل مع الطلبة.	.801	.000

يوضح الجدول السابق رقم (4.3) قيم معاملات ارتباط بيرسون بين الدرجة الكلية لأهمية وجود الأنشطة التواصلية في مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية، وفقرات هذا المجال، وتراوحت قيم معاملات ارتباط بيرسون بين (0.795) للفقرة الثانية، وتشير هذه القيمة إلى وجود علاقة طردية قوية ودالة إحصائياً بينها وبين الدرجة الكلية لأهمية وجود الأنشطة التواصلية في مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية، وبين (0.894) للفقرة الرابعة، وتشير هذه القيمة إلى وجود علاقة طردية قوية جداً ودالة إحصائياً بينها وبين الدرجة الكلية لأهمية وجود الأنشطة التواصلية في مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية، وتفسر هذه النتيجة أن فقرات هذا المجال تتمتع بصدق عالٍ جداً، وتقيس ما وضعت لأجله.

جدول (5.3): العلاقة بين الدرجة الكلية لمجال فاعلية الأنشطة التواصلية لمجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة وفقرات هذا المجال

رقم الفقرة	المجال الثاني: فاعلية الأنشطة التواصلية لمجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة	معامل ارتباط بيرسون	Sig. (1-tailed) قوة الاختبار
1	تؤدي الأنشطة التواصلية لمجالس الطلبة دوراً فاعلاً في تحسين الحياة الجامعية.	.861	.000
2	تساعد الأنشطة التواصلية لمجالس الطلبة في الحد من المشكلات بين الطلبة وإدارات الجامعات.	.832	.000
3	تسهم الأنشطة التواصلية لمجالس الطلبة في حل المشكلات التي تواجه الطلبة داخل الجامعة.	.771	.000
4	تعد الأنشطة التواصلية لمجالس الطلبة منصةً فاعلةً لتوصيل صوت الطلبة لإدارة الجامعة.	.795	.000
5	تساعد الأنشطة التواصلية لمجالس الطلبة في إيجاد بيئة جامعية إيجابية آمنة.	.865	.000
6	تساعد الأنشطة التواصلية لمجالس الطلبة في التوعية (الأخلاقية، والسياسية والوطنية للطلبة).	.851	.000

7	تسهم الأنشطة التواصلية في تعزيز الثقة بين الطلبة ومجالس الطلبة في أوقات الأزمات.	.879	.000
8	تساعد الأنشطة التواصلية في توضيح رؤية مجالس الطلبة وأهدافها للطلبة.	.862	.000
9	الأنشطة التواصلية لمجالس الطلبة منحازة لبعض الفئات أو التوجهات، مما يخلق شعوراً بعدم العدالة بين الطلبة.	.574	.000

يوضح الجدول السابق رقم (5.3) قيم معاملات ارتباط بيرسون بين الدرجة الكلية لفاعلية الأنشطة التواصلية لمجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة، وفقرات هذا المجال، وتراوحت قيم معاملات ارتباط بيرسون بين (0.574) للفقرة التاسعة، وتشير هذه القيمة إلى وجود علاقة طردية متوسطة ودالة إحصائياً بينها وبين الدرجة الكلية لفاعلية الأنشطة التواصلية لمجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة، وبين (0.879) للفقرة السابعة، وتشير هذه القيمة إلى وجود علاقة طردية قوية جداً ودالة إحصائياً بينها وبين الدرجة الكلية لفاعلية الأنشطة التواصلية لمجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة، وتفسر هذه النتيجة أن فقرات هذا المجال تتمتع بصدق عالٍ جداً، وتقاس ما وضعت لأجله.

جدول (6.3): العلاقة بين الدرجة الكلية لمجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية لمبادئ الاتصال الحوارية في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة وفقرات هذا المجال

رقم الفقرة	المجال الثالث: تطبيق مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية لمبادئ الاتصال الحوارية في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة	معامل ارتباط بيرسون	Sig. (1-tailed) قوة الاختبار
1	تسهم مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية في تبادل الآراء وتوثيق الارتباط بين الإدارة العليا والطلبة.	.753	.000
2	تسهم مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية في تعزيز مشاركة الطلبة في الحوار واستعدادهم للتفاعل والمشاركة الفعالة.	.837	.000
3	تعزز مجالس الطلبة العلاقات بين الطالب وإدارة الجامعة.	.799	.000
4	توفر مجالس الطلبة جواً من الدعم والثقة بين الطلبة وإدارة الجامعة.	.854	.000
5	تهتم مجالس الطلبة برأي الطلبة وتوظفه	.855	.000

		لتعزيز الصورة الذهنية الإيجابية للمجلس.
6	.873	تشجع مجالس الطلبة الإدارة على تبني برامج تواصل حواري فعالة مع الطلاب لتعزيز التفاعل والتفاهم المشترك.
7	.873	تعمل مجالس الطلبة على تنظيم ورش عمل وندوات تهدف إلى تحسين مهارات التواصل بين الطلبة.
8	.633	اهتمام مجالس الطلبة بتعزيز التواصل الحواري محدود، مما يعيق تحقيق نتائج فاعلة ومستدامة لتحسين صورة المجلس.

يوضح الجدول السابق رقم (6.3) قيم معاملات ارتباط بيرسون بين الدرجة الكلية لتطبيق مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية لمبادئ الاتصال الحواري في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة، وفقرات هذا المجال، وتراوحت قيم معاملات ارتباط بيرسون بين (0.633) للفقرة الثامنة، وتشير هذه القيمة إلى وجود علاقة طردية جيدة ودالة إحصائياً بينها وبين الدرجة الكلية لتطبيق مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية لمبادئ الاتصال الحواري في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة، وبين (0.873) للفقرتين السادسة والسابعة، وتشير هذه القيمة إلى وجود علاقة طردية قوية جداً ودالة إحصائياً بين هاتين الفقرتين وبين الدرجة لتطبيق مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية لمبادئ الاتصال الحواري في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة، وتفسر هذه النتيجة أن فقرات هذا المجال تتمتع بصدق عالٍ جداً، وتقيس ما وضعت لأجله.

3- الصدق البنائي:

يستخدم الصدق البنائي لدراسة العلاقة بين الدرجة الكلية للأنشطة الاتصالية، والدرجة الكلية لكل مجال من مجالات الأنشطة الاتصالية كما هو موضح في جدول (7.3)

جدول (7.3): العلاقة بين الدرجة الكلية للأنشطة الاتصالية، والدرجة الكلية لكل مجال من مجالات الأنشطة الاتصالية		
المجالات	معامل ارتباط بيرسون	Sig. (2-tailed) قوة الاختبار
أهمية وجود الأنشطة الاتصالية في مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية	.953**	.000
فاعلية الأنشطة الاتصالية في مجالس الطلبة في الجامعات	.954**	.000

		الفلسطينية في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة
		تطبيق مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية لمبادئ الاتصال الحواري في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة
.000	.949**	

يوضح الجدول السابق رقم (7.3) قيم معاملات ارتباط بيرسون بين الدرجة الكلية للأنشطة الاتصالية، والدرجة الكلية لكل مجال من مجالات الأنشطة الاتصالية، وتراوحت قيم معاملات ارتباط بيرسون بين (0.949) للمجال الثالث، وتشير هذه القيمة إلى وجود علاقة طردية قوية جداً ودالة إحصائياً بين هذا المجال وبين الدرجة الكلية للأنشطة الاتصالية، وبين (0.954) للمجال الثاني، وتشير هذه القيمة إلى وجود علاقة طردية قوية جداً ودالة إحصائياً بين هذا المجال والدرجة الكلية للأنشطة الاتصالية، وتفسر هذه النتيجة أن الأداة تتمتع بصدق عالٍ جداً، وتقيس ما وضعت لأجله.

ثبات أدوات الدراسة:

تم التحقق من ثبات فقرات الاستبانة عن طريق إيجاد معامل الثبات كرونباخ كما هو موضح في جدول (8.3):

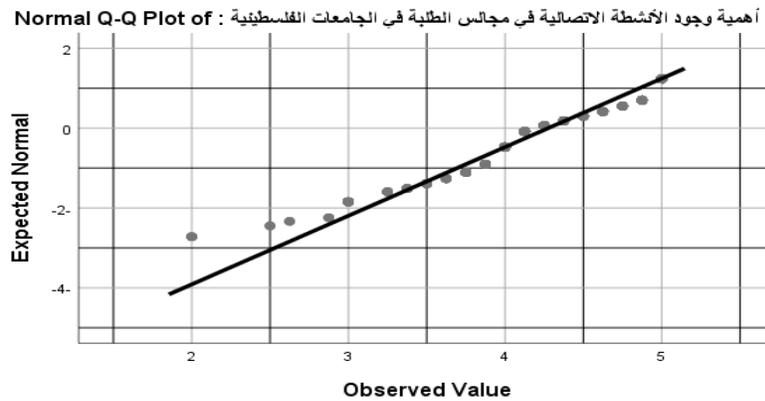
جدول (8.3): قيم معامل الثبات لأداة الدراسة			
رقم المجال	المجال	عدد الفقرات	قيمة معامل الثبات كرونباخ ألفا
1	أهمية وجود الأنشطة التواصلية في مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية	8	.932
2	فاعلية الأنشطة التواصلية لمجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة	9	.929
3	تطبيق مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية لمبادئ الاتصال الحواري في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة	8	.921
	جميع الفقرات	25	.971

يوضح الجدول السابق رقم (8.3) قيم معاملات الثبات كرونباخ ألفا، وتبين من التحليل أن قيم معاملات الثبات كرونباخ ألفا تراوحت بين (0.921) للمجال الثالث (تطبيق مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية لمبادئ الاتصال الحواري في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة)، وبين

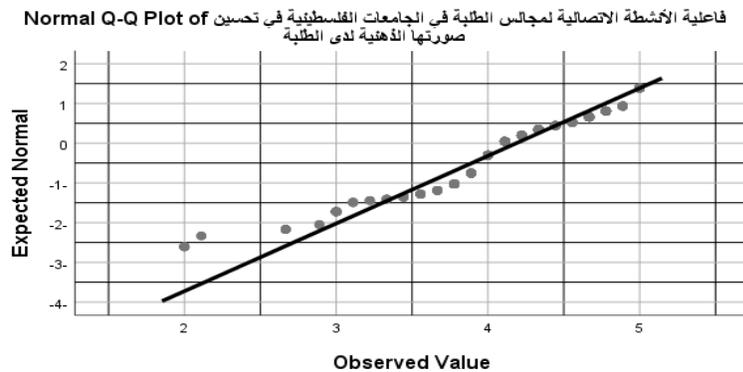
(0.932) للمجال الأول (أهمية وجود الأنشطة التواصلية في مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية)، وهي قيم مرتفعة جداً، وبلغت قيمة معامل الثبات لجميع الفقرات (0.971)، وهي قيمة مرتفعة جداً، وتشير هذه القيم إلى وجود ثبات مرتفع جداً للأداة.

• فحص توزيع العينة

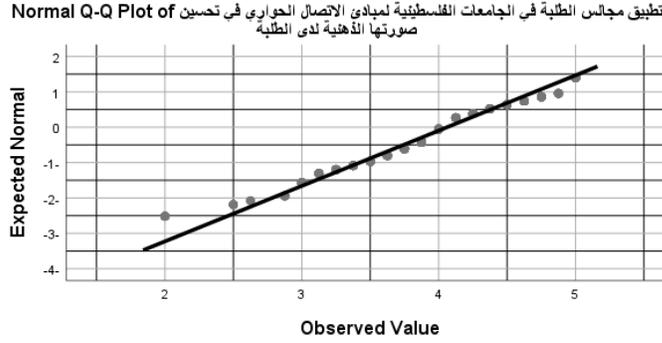
قبل البدء في الإجابة عن أسئلة الدراسة واختبار فرضياتها يجب فحص فيما إذا كانت عينة الدراسة تتبع التوزيع الطبيعي أم لا، وذلك من خلال الرسم البياني Q-Q plot لمتغيرات الدراسة كما هو موضح في الرسوم البيانية الآتية:



شكل (1.3) التوزيع الطبيعي لأهمية وجود أنشطة اتصالية



شكل (2.3) التوزيع الطبيعي لفاعلية الأنشطة التواصلية



شكل (3.3) التوزيع الطبيعي لتطبيق الطلبة لمبادئ الاتصال الحوارية توضح الرسوم البيانية أن غالبية نقاط شكل الانتشار تقع على الخط المستقيم، أو قريبة جداً منه، ومعنى ذلك أنه كلما كانت النقاط تقع على الخط المستقيم أو قريبة منه كانت العينة تتوزع طبيعياً أو تقترب من التوزيع الطبيعي، وبما أن حجم العينة كبير (765) وبناءً على نظرية النهاية المركزية والتي تنص بأنه إذا كان حجم العينة المسحوبة أكبر من أو يساوي 30 فإن توزيع المعاينة للوسط الحسابي للعينة سيكون توزيعاً طبيعياً أو قريباً من التوزيع الطبيعي (إبراهيم، 2017)، وهذا يعني أن عينة الدراسة تتوزع طبيعياً، وعليه فإننا سنستخدم الاختبارات المعلمية لاختبار فرضيات الدراسة.

ثانياً: المقابلة

اعتمد الباحث المقابلات المتعمقة الفردية كأداة ثانية للدراسة؛ وذلك للتعرف إلى دور الأنشطة التواصلية لمجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية في تحسسين الصورة الذهنية لدى الطلبة، وذلك من خلال آرائهم وأفكارهم حول الأنشطة التواصلية لدعم البيانات الواردة في أداة الدراسة الأولى، وقد تم عقد المقابلات مع عينة مستهدفة مكونة من (4) أفراد، وهم: رئيس مجلس الطلبة ونائبه في كلا الجامعتين.

وقد عمد الباحث إلى عقد المقابلات المتعمقة مع العينة المستهدفة وتسجيل ملاحظاتهم وتوثيقها بعد أخذ الإذن المسبق منهم وتعريفهم بأهدافها الدراسة وأغراضها، وقد تم إعداد مجموعة من المحاور؛ وذلك لمراعاة التكامل مع الأداة في تغطية وتعزيز أهداف الدراسة، وقد عمد الباحث لتحكيم محاور المقابلات من خلال عرضها على مجموعة من الخبراء في الإعلام والعلاقات العامة، ومن ثم قام الباحث بتعديل المحاور وما يمكن أن تحتويه بناءً على ملاحظاتهم واقتراحاتهم.

إجراءات الدراسة وخطواتها

قام الباحث بإجراء الدراسة وفق الخطوات التنفيذية الآتية:

- 1-تحديد أدب الدراسة وإطارها العام، وصياغة مشكلتها، وأسئلتها، وأهدافها، ومتغيراتها، ومصالحاتها-وحدودها.
- 2-دراسة الأدب المتعلق بالدراسة، والدراسات الشبيهة ذات العلاقة.
- 3-قام الباحث ببناء أدوات الدراسة مسترشداً بالأدب، والدراسات ذات العلاقة، وإخضاعها للتحكيم وفق الأصول.
- 4-حصل الباحث على كتاب تسهيل مهمة من الجامعة العربية الأمريكية ملحق (3) لتطبيق الدراسة وفق ما خطط لها.
- 5-قام الباحث بتوزيع الاستبانة على عينة استطلاعية حجمها (100) طالبة وطالبة بهدف التأكد من ثباتها وصدقها، تم توزيع الاستبانة بشكلها النهائي ملحق(1) على العينة العشوائية الطبقية إلكترونياً.
- 6-عالج الباحث البيانات المجموعة إلكترونياً من خلال البرامج الإحصائية المخصصة لهذا النوع من الدراسات

المتغيرات الدراسة

لقد اشتملت الدراسة على المتغيرات الآتية:

المتغير المستقل: دور الأنشطة التواصلية لمجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية.
المتغيرات الديمغرافية، وتشمل:

- النوع الاجتماعي: ذكر، أنثى.
- الكلية: العلوم الاجتماعية والإنسانية، العلوم الطبية، العلوم الطبيعية والهندسية.
- السنة الدراسية: سنة أولى، سنة ثانية، سنة ثالثة، سنة رابعة، سنة خامسة فأكثر.
- المرحلة الدراسية: دبلوم متوسط، بكالوريوس، دراسات عليا.
- الانتماء إلى إطار طلابي: نعم، لا

المتغير التابع:

تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة في جامعتي العربية الأمريكية وجامعة بيرزيت.

المعالجات الإحصائية:

بعد جمع البيانات، وترميزها، ومعالجتها بالطرق الإحصائية المناسبة؛ وذلك باستخدام برنامج الرزم الإحصائية SPSS، بحيث استخدمت الأساليب الإحصائية الآتية، كما هو موضح في جدول (9.3):

جدول (9.3) المعالجات الإحصائية	
المعالجة الإحصائية	أسئلة الدراسة
التكرارات، النسب المئوية، المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية	الأسئلة الستة الأولى
معامل ارتباط بيرسون	لفحص الصدق العملي، والصدق البنائي، والإجابة عن الفرضية الثانية
معامل الثبات كرونباخ ألفا	لفحص ثبات الاستبانة
اختبار t لعينتين مستقلتين	لاختبار الفرضيات الفرعية الأولى، والثانية، والسادسة
اختبار t لعينة واحدة	لاختبار الفرضية الثالثة
اختبار تحليل التباين الأحادي	لاختبار الفرضيات الفرعية الثالثة، والرابعة، والخامسة
اختبار شيفيه للمقارنات البعدية	لمعرفة مصدر الفروق في الفرضيات الفرعية الثالثة، والرابعة

وقد تم تفرغ معلومات وبيانات المقابلة، وتحليلها باستخدام أسلوب (peel) للتحليل النوعي، حيث $p = \text{poin}$ ؛ الفكرة الرئيسية في المقطع المكتوب والذي يريد الكاتب توصيلها إلى القارئ، $E = \text{Example}$ ؛ المثال، وفي البحث العلمي هو المقطع المقتبس من المقابلة أو الملاحظة أو الوثيقة المراد تحليلها، $E = \text{Explanation}$ ؛ شرح وتوضيح المقطع المقتبس وتوضيح كيف أن المثال المذكور يوضح ويدعم فكرة الباحث، $L = \text{Link}$ ، أي الربط مع الدراسات ذات العلاقة بالموضوع (العدساني، 2017). ومن ثم تم التأكد من ثبات التحليل الأول بإعادته بعد أسبوعين.

تم الاستجابة لفقرات الاستبانة وفق متدرج خماسي على مقياس ليكرت بدرجة موافق بشدة (5)، موافق (4)، محايد (3)، معارض (2)، معارض بشدة (1)، وقد تم احتساب درجة المبحوث على الاستبانة من عملية جمع درجاته على مجال، ومن ثم جمع درجاته على المجالات كافة، بهدف حساب الدرجة الكلية دور الأنشطة التواصلية لمجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية في تعزيز صورتها الذهنية، ولتسهيل تقدير إجابات المبحوثين، تم تحديد الاستجابة إلى خمسة مستويات، كما يأتي:

جدول (10.3) المحك المعتمد في قياس الدرجة لتحليل السؤال الأول من الدراسة

معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	مستوى الإجابة
أقل من (1.8)	(1.8-2.59)	(2.6-3.39)	(3.4-4.19)	أكبر من 4.20	قيمة المتوسط الحسابي

الفصل الرابع

نتائج الدراسة

تمهيد

يقدم هذا الفصل عرضاً لنتائج الدراسة وتحليلها، بهدف الإجابة عن أسئلة الدراسة وفرصياتها، حيث تم إجراء المعالجات الإحصائية المناسبة للمعلومات والبيانات التي تم الحصول عليها من الاستبانة، وتم عرض النتائج التي توصلت لها المقابلات المتعمقة. الإجابة عن أسئلة الدراسة واختبار فرضياتها على النحو الآتي:

1.4: النتائج المتعلقة بالسؤال الأول والذي نصه: ما خصائص وسمات متابعة أنشطة مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية؟

للإجابة عن هذا السؤال من خلال إيجاد الوسط الحسابي، والانحراف المعياري لمدى متابعة أنشطة مجالس الطلبة، وكذلك إيجاد التكرارات، والنسب المئوية لأسباب متابعة هذه الأنشطة، وأنواع هذه الأنشطة، ووسائل الأنشطة التواصلية التي من خلالها يتابع الطلبة أنشطة مجالس الطلبة على النحو الآتي:

1. إلى أي مدى يتابع الطلبة أنشطة مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية؟

جاءت الإجابة عن هذا السؤال من خلال إيجاد الوسط الحسابي، والانحراف المعياري، والتكرارات، والنسب المئوية، كما هو موضح في جدول (11.4)

جدول (11.4): مدى متابعة أنشطة مجالس الطلبة في الجامعات

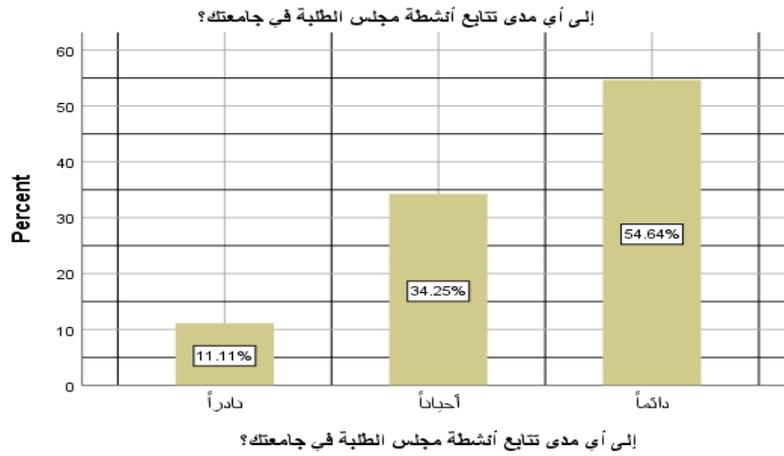
الفلسطينية

نادراً العدد (%)	أحياناً العدد (%)	دائماً العدد (%)	الانحرا ف المعيار ي	الوسط الحس ابي	الجام عة	مدى متابعة أنشطة مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية
35 (9.3)	139 (37.1)	201 (53.6)	.659	2.44	الجام عة العرب بية الأمر يكية	مدى متابعة أنشطة مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية
50 (12.8)	123 (31.5)	217 (55.6)	.709	2.43	جامعة بيرز يت	
85 (11.1)	262 (34.2)	418 (54.6)	.685	2.43 5	الدرج ة	

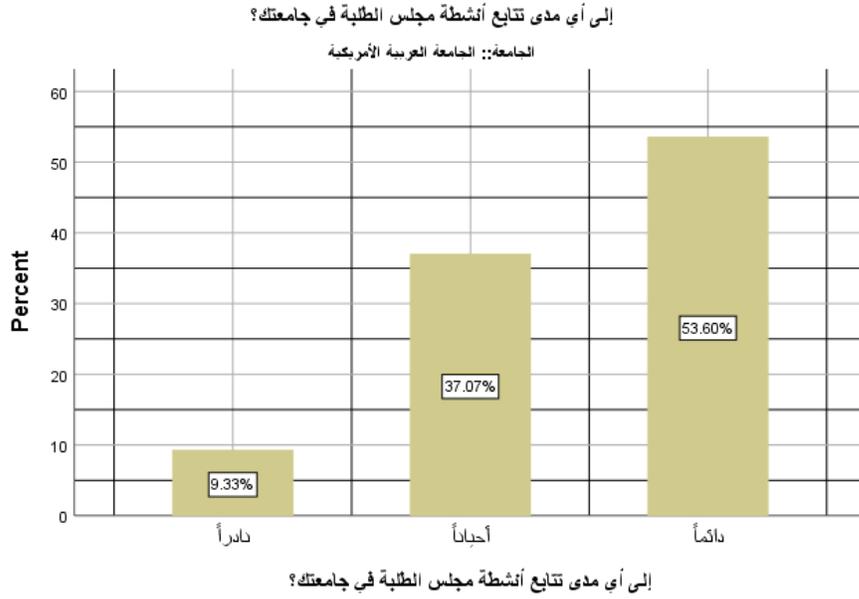
يوضح جدول (11.4) مدى متابعة أنشطة مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية، وتظهر النتائج بشكل عام أن الغالبية العظمى من طلبة عينة الدراسة تتابع أنشطة مجالس الطلبة بشكل دائم بمتوسط حسابي (2.435)، وانحراف معياري (0.685)، ووجد أن 54.6% منهم يتابعون أنشطة مجالس الطلبة بشكل دائم، و34.2% منهم أحياناً ما يتابعونها أنشطة مجالس الطلبة، و11.1% منهم نادراً ما يتابعونها.

كما تشير النتائج أن 53.6% من طلبة الجامعة العربية الأمريكية يتابعون أنشطة مجالس الطلبة بشكل دائم، و37.1% منهم أحياناً ما يتابعون أنشطة مجالس الطلبة، و9.3% منهم نادراً ما يتابعون أنشطة مجالس الطلبة.

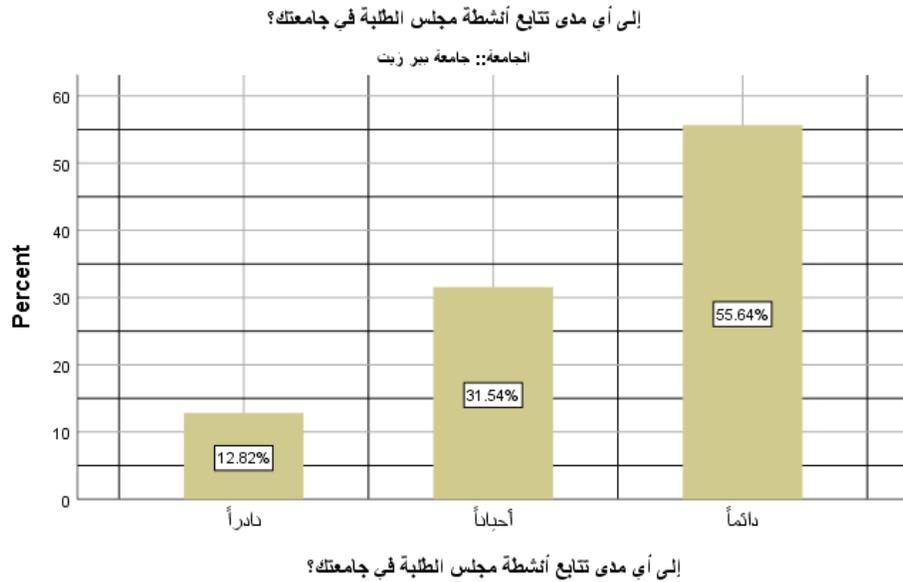
وتشير النتائج كذلك أن طلبة جامعة بيرزيت أن 55.6% منهم يتابعون أنشطة مجالس الطلبة بشكل دائم، و31.5% منهم أحياناً ما يتابعون أنشطة مجالس الطلبة، و12.8% منهم نادراً ما يتابعون أنشطة مجالس الطلبة، والرسوم البيانية الآتية تظهر مدى متابعة أنشطة مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية بشكل عام ولكل من جامعتي العربية الأمريكية وبيرزيت.



شكل (4.4) مدى متابعة أنشطة مجلس الطلبة



شكل (5.4) مدى متابعة الأنشطة التواصلية في الجامعة العربية الأمريكية



شكل (6.4) مدى متابعة الأنشطة التواصلية في جامعة بيرزيت

2. ما أسباب متابعة الطلبة لأنشطة مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية؟

جدول (12.4): أسباب متابعة الطلبة لأنشطة مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية

النسبة (%)	المجموع الكلي	الجامعة العربية الأمريكية	جامعة بيرزيت	أسباب متابعة الطلبة لأنشطة مجالس الطلبة في الجامعات

العدد	النسبة (%)	العدد	النسبة (%)	العدد	الفلستينية
330	88.0	311	79.7	641	متابعة أخبار الدوام
198	52.8	172	44.1	370	حل بعض المشكلات الأكاديمية
160	42.7	179	45.9	339	متابعة أزمات طارئة خاصة بالجامعة
144	38.4	120	30.8	264	الاستفادة من الأنشطة الطلابية
60	16.0	80	20.5	140	متابعة مواعيد انتخابات مجلس الطلبة
2	0.5	8	2.1	10	إنني عضو مجلس الطلبة
0	0.0	4	1.0	4	تطبيق منهجية حزبية واستقطاب طلابي
1	0.3	1	0.3	2	لا اتابع
1	0.3	1	0.3	2	لا شيء
0	0.0	0	0.0	0	معرفة مواعيد الأنشطة داخل الجامعة
0	0.0	0	0.0	0	متابعة أخبار المنح الدراسية

يوضح الجدول السابق (12.4) أسباب متابعة الطلبة لأنشطة مجالس الطلبة في الجامعتين، وتبين من التحليل أن أكثر الأنشطة التي يتم متابعتها في الجامعتين هي أخبار الدوام، يليها حل بعض المشكلات الأكاديمية، يليها متابعة أزمات طارئة خاصة بالجامعة، ثم الاستفادة من الأنشطة الطلابية، ويليهما متابعة مواعيد انتخابات مجلس الطلبة.

3. ما أنواع الأنشطة التواصلية لمجلس الطلبة التي يتابعها الطلبة؟

جدول (13.4): أنواع الأنشطة التواصلية لمجلس الطلبة التي يتابعها الطلبة في الجامعات الفلسطينية

النسبة (%)	المجموع ع	الجامعة	أنواع الأنشطة التواصلية لمجلس
		الجامعة العربية	
		جامعة بيرزيت	

الكلية	الأمريكية		الطلبة التي يتابعها		الطلبة في الجامعات الفلسطينية
	النسبة (%)	العدد	النسبة (%)	العدد	
	49.7	380	49.6	186	فعاليات اجتماعية متنوعة
	39.9	305	38.7	145	الندوات
	33.6	257	30.1	113	الأنشطة الخيرية والتطوعية
	32.2	246	32.5	122	دورات أكاديمية متخصصة
	24.6	188	26.9	101	ورش عمل
	23.7	181	23.7	89	حملات التبرع
	20.3	155	16.5	62	المسابقات الثقافية
	17.5	134	16.0	60	الأنشطة الرياضية

يوضح الجدول السابق (13.4) أنواع الأنشطة التواصلية لمجالس الطلبة التي يتابعها الطلبة في الجامعات الفلسطينية، وتبين من التحليل أن أكثر الأنشطة التواصلية لمجالس الطلبة التي يتابعها الطلبة في الجامعتين كانت لفعاليات اجتماعية متنوعة، يليها الندوات، ثم يليها الأنشطة الخيرية والتطوعية، ثم يليها دورات أكاديمية متخصصة، يليها ورش العمل، يليها حملات التبرع، وتبين أن أقل الأنشطة التواصلية لمجالس الطلبة التي يتابعها الطلبة في الجامعتين كانت للمسابقات الثقافية، وللأنشطة الرياضية.

4. ما الوسائل التواصلية التي يتابع من خلالها الطلبة المعلومات المتعلقة بأنشطة مجالس

الطلبة؟

جدول (14.4): الوسائل التواصلية التي يتابع الطلبة من خلالها المعلومات المتعلقة بأنشطة مجالس الطلبة

النسبة (%)	المجموع الكلي	الجامعة		النسبة (%)	العدد	الوسائل التواصلية التي يتابع الطلبة من خلالها المعلومات المتعلقة بأنشطة مجالس الطلبة
		جامعة بيرزيت	الجامعة العربية الأمريكية			
88.9	680	90.0	351	87.7	329	فيسبوك
62.9	481	60.0	234	65.9	247	واتساب

43.1	330	41.8	163	44.5	16 7	زميل أو صديق
41.4	317	45.9	179	36.8	13 8	انستغرام
30.1	230	26.2	102	34.1	12 8	البريد الإلكتروني
25.2	193	26.9	105	23.5	88	الاتصال الهاتفي المباشر
24.6	188	24.4	95	24.8	93	تليغرام
19.7	151	20.5	80	18.9	71	منشورات مجلس الطلبة (ورقياً)
19.2	147	19.2	75	19.2	72	رسائل قصيرة عبر الموبايل
18.0	138	18.5	72	17.6	66	لوحة إعلانات داخل حرم الجامعة
11.8	90	10.0	39	13.6	51	تيك توك
2.2	17	1.5	6	2.9	11	يوتيوب
4.1	31	4.4	17	3.7	14	منصة اكس

يوضح الجدول السابق رقم (14.4) الوسائل التواصلية التي يتابع الطلبة من خلالها المعلومات المتعلقة بأنشطة مجالس الطلبة في الجامعتين، وتبين من التحليل أن أكثر الوسائل التواصلية التي يتابع الطلبة من خلالها أنشطة مجالس الطلبة هي منصات التواصل الاجتماعي، مثل: الفيسبوك، يليها الواتساب، ثم زميل أو صديق، ثم انستغرام، البريد الإلكتروني، الاتصال الهاتفي المباشر، ثم التليغرام، ثم منشورات مجالس الطلبة الورقية، ثم الرسائل القصيرة عبر الموبايل، ثم لوحة الإعلانات داخل حرم الجامعة، وكانت أقل أكثر الوسائل التواصلية التي من خلالها يتابع الطلبة أنشطة مجالس الطلبة منصة إكس، يليها اليوتيوب، والتيك توك.

2.4: النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني والذي نصه: ما أهمية وجود الأنشطة التواصلية في مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية؟

للإجابة عن هذا السؤال من خلال إيجاد المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، والنسب المئوية، كما هو موضح في جدول (15.4):

رقم الفقرة	أهمية وجود	الجامعة
	الجامعة العربية الأمريكية	جامعة بير زيت

النسبة المئوية الكلية	الانحراف المعياري الكلية	الوسط الحسابي الكلية	النسبة المئوية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الأنشطة التواصلية في مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية
86.5	0.726	4.327	86.0	0.735	4.300	87.1	0.716	4.355	1 الأنشطة التواصلية تُعزز التفاعل الإيجابي بين الطلبة وأعضاء المجلس.
84.8	0.703	4.239	84.1	0.729	4.203	85.5	0.673	4.277	2 الأنشطة التواصلية تعمل على التعرف إلى مبادرات مجلس الطلبة وبرامجه.
86.7	0.724	4.337	86.3	0.734	4.313	87.3	0.714	4.363	3 الأنشطة التواصلية تُعزز وعي الطلبة بحقوقهم وواجباتهم داخل الجامعة.
85.2	0.718	4.261	84.2	0.742	4.208	86.3	0.688	4.317	4 الأنشطة التواصلية تعمل على بناء

									جسور الثقة بين الطالبة ومجالس الطالبة.
85.8	0.71	4.29	85.5	0.735	4.277	86.1	0.685	4.304	الأنشطة التواصلية تزيد الشعور بالانتماء لدى الطالبة.
85.4	0.746	4.271	85.4	0.744	4.272	85.4	0.749	4.269	الأنشطة التواصلية تُعزز القيم الوطنية.
83.7	0.718	4.186	82.7	0.744	4.133	84.8	0.687	4.240	الأنشطة التواصلية تُرَوِّج لأهمية المجالس الطلابية في خدمتهم.
86.1	0.729	4.306	85.8	0.749	4.290	86.5	0.709	4.323	الأنشطة التواصلية تُطور سياسة الجامعات في التعامل مع الطالبة.
85.5	0.582	4.277	85	0.595	4.249	86.1	0.568	4.306	الدرجة الكلية لأهمية وجود الأنشطة التواصلية في مجالس الطلبة في

يوضح الجدول السابق رقم(15.4) أهمية وجود الأنشطة التواصلية في مجالس الطلبة في الجامعة العربية الأمريكية، وجامعة بيرزيت، وتظهر النتيجة بشكل عام أن 85.5% من إجابات الطلبة في الجامعتين تشير إلى وجود أهمية كبيرة جداً للأنشطة التواصلية في مجالس الطلبة بمتوسط حسابي (4.277) وبانحراف معياري (0.582)، ووجد أن أعلى متوسط حسابي في الجامعتين (4.363، 4.313) على التوالي كان للفقرة الثالثة، وتبين أن 87.3% من إجابات طلبة الجامعة العربية الأمريكية، و86.3% من إجابات طلبة جامعة بيرزيت تشير إلى أن الأنشطة التواصلية تُعزز وعي الطلبة بحقوقهم وواجباتهم داخل الجامعتين بدرجة كبيرة جداً، وكان أقل متوسط حسابي في الجامعتين (4.240، 4.133) على التوالي كان للفقرة السابعة، وتشير 84.8% من إجابات طلبة الجامعة العربية الأمريكية، و82.7% من إجابات طلبة جامعة بيرزيت إلى أن الأنشطة التواصلية تُرَوِّج لأهمية المجالس الطلابية في خدمتهم بدرجة كبيرة جداً في الجامعة العربية الأمريكية، وبدرجة كبيرة في جامعة بيرزيت.

3.4: النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث والذي نصه: كيف تؤثر الأنشطة التواصلية لمجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية في تحسين صورتها الذهنية؟

للإجابة عن هذا السؤال من خلال إيجاد المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، والنسب المئوية، كما هو موضح في جدول (16.4):

جدول (16.4): فاعلية الأنشطة التواصلية لمجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة

رقم الفقرة	الجامعات الطلبة في	الجامعة		الجامعة العربية الأمريكية		الانحراف المعياري	النسبة المئوية	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	الانحراف المعياري	النسبة المئوية
		الجامعة	جامعة بيرزيت	الجامعة العربية الأمريكية	جامعة بيرزيت						
	فاعلية الأنشطة التواصلية لمجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة										

85.3	.732	4.265	84.6	.751	4.231	86.0	.711	4.301	1	تؤدي الأنشطة التواصلية لمجالس الطلبة دورًا فاعلاً في تحسين الحياة الجامعية.
84.2	.769	4.212	83.5	.789	4.174	85.0	.747	4.251	2	تساعد الأنشطة التواصلية لمجالس الطلبة في الحد من المشكلات بين الطلبة وإدارات الجامعات.
85.9	.765	4.294	85.0	.813	4.251	86.8	.709	4.339	3	تسهم الأنشطة التواصلية لمجالس الطلبة في حل المشكلات التي تواجه الطلبة داخل الجامعة.
86.2	.724	4.312	85.5	.738	4.277	87.0	.708	4.349	4	تعد الأنشطة التواصلية لمجالس الطلبة منصةً فاعلةً لتوصيل

									صوت الطلبة لإدارة الجامعة.
83.9	.759	4.196	82.6	.796	4.131	85.3	.714	4.264	5 تساعد الأنشطة التواصلية لمجلس الطلبة في إيجاد بيئة جامعية إيجابية آمنة.
83.5	.749	4.175	83.2	.735	4.159	83.8	.764	4.192	6 تساعد الأنشطة التواصلية لمجلس الطلبة في (التوعية الأخلاقية، والسياسية والوطنية (للطلبة).
84.6	.740	4.231	83.5	.750	4.177	85.8	.726	4.288	7 تسهم الأنشطة التواصلية في تعزيز الثقة بين الطلبة ومجالس الطلبة في أوقات الأزمات.
85.0	.697	4.250	84.6	.704	4.228	85.4	.690	4.272	8 تساعد الأنشطة التواصلية في توضيح رؤية مجالس

										الطلبة وأهدافها للطلبة.
										الأنشطة التواصلية لمجالس الطلبة منحازة لبعض الفئات أو التوجهات، مما يخلق شعورًا بعدم العدالة بين الطلبة.
75.0	1.034	3.750	73.5	1.053	3.677	76.5	1.010	3.827	9	الدرجة الكلية لفاعلية الأنشطة التواصلية لمجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة.
83.7	.587	4.187	82.9	.601	4.145	84.6	.570	4.231		

يوضح الجدول السابق رقم (16.4) أهمية فاعلية الأنشطة التواصلية لمجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة في الجامعة العربية الأمريكية، وجامعة بيرزيت، وتظهر النتيجة بشكل عام أن 83.7% من إجابات الطلبة في الجامعتين تشير إلى الأنشطة التواصلية لمجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية تؤثر بشكل كبير في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة بمتوسط حسابي (4.187) وبانحراف معياري (0.587)، ووجد أن أعلى متوسط حسابي في الجامعتين (4.277، 4.349) على التوالي كان للفقرة الرابعة.

كما تبين أن 87% من إجابات طلبة الجامعة العربية الأمريكية، و85.5% من إجابات طلبة جامعة بيرزيت تشير إلى أن الأنشطة التواصلية لمجالس الطلبة تعد منصةً فاعلةً لتوصيل صوت الطلبة

لإدارة الجامعة في الجامعتين بدرجة كبيرة جداً، وكان أقل متوسط حسابي في الجامعتين (3.827)، (3.677) على التوالي كان للفقرة التاسعة، وتشير 76.5% من إجابات طلبة الجامعة العربية الأمريكية، و73.5% من إجابات طلبة جامعة بيرزيت إلى أن الأنشطة التواصلية لمجالس الطلبة منحازة لبعض الفئات أو التوجهات، مما يخلق شعوراً بعدم العدالة بين الطلبة بدرجة كبيرة في الجامعتين.

4.4: النتائج المتعلقة بالسؤال الرابع والذي نصه: إلى أي مدى تطبق مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية مبادئ الاتصال الحواري في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة؟
للإجابة عن هذا السؤال من خلال إيجاد المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، والنسب المئوية، كما هو موضح في جدول (17.4):

جدول (17.4): تطبيق مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية لمبادئ الاتصال الحواري في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة

رقم الفقرة	تطبيق مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية لمبادئ الاتصال الحواري في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة	الجامعة								
		الجامعة العربية الأمريكية			جامعة بيرزيت					
		الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية
1	تسهم مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية في تبادل الآراء وتوثيق الارتباط بين الإدارة العليا والطلبة.	4.179	0.806	83.6	4.123	0.827	82.5	4.150	0.817	83.0

82.6	0.778	4.129	81.9	0.799	4.097	83.3	0.755	4.163	2	تسهّم مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية في تعزيز مشاركة الطلبة في الحوار واستعدادهم للتفاعل والمشاركة الفعالة.
81.5	0.814	4.077	81.0	0.821	4.049	82.1	0.807	4.107	3	تعزز مجالس الطلبة العلاقات بين الطالب وإدارة الجامعة.
81.9	0.848	4.095	81.3	0.863	4.064	82.6	0.834	4.128	4	توفر مجالس الطلبة جواً من الدعم والتفاهل بين الطلبة وإدارة الجامعة.
82.7	0.718	4.133	81.2	0.724	4.059	84.2	0.706	4.211	5	تهتم مجالس الطلبة برأي الطلبة وتوظيفه لتعزيز الصورة الذهنية الإيجابية للمجلس.

82.5	0.768	4.123	81.6	0.781	4.082	83.3	0.752	4.165	6	تشجيع مجالس الطلبة الإدارة على تبني برامج تواصل حواري فعالة مع الطلاب لتعزيز التفاعل والنفاهم المشترك.
80.8	0.799	4.038	80.0	0.805	4.000	81.5	0.792	4.077	7	تعمل مجالس الطلبة على تنظيم ورش عمل وندوات تهدف إلى تحسين مهارات التواصل بين الطلبة.
75.0	1.006	3.752	73.0	1.025	3.651	77.1	0.976	3.856	8	اهتمام مجالس الطلبة بتعزيز التواصل الحواري محدود، مما يعيق تحقيق نتائج فاعلة ومستدامة لتحسين صورة المجلس.

81.2 0.639 4.062 80.3 0.631 4.016 82.2 0.645 4.111

يوضح الجدول السابق رقم (17.4) مدى تطبيق مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية لمبادئ الاتصال الحواري في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة، وتظهر النتيجة بشكل عام أن 81.2% من إجابات الطلبة في الجامعتين تشير إلى مدى تطبيق مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية لمبادئ الاتصال الحواري في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة كانت مرتفعة بمتوسط حسابي (4.062) وبانحراف معياري (0.639).

كما تبين أن أعلى متوسط حسابي لتقدير إجابات طلبة الجامعة الأمريكية (4.211) كان للفقرة الخامسة، وتبين أن 84.2% من إجابات طلبة الجامعة العربية الأمريكية، تشير إلى اهتمام مجلس الطلبة برأي الطلبة بدرجة كبيرة جداً وتوظفه لتعزيز الصورة الذهنية الإيجابية للمجلس، ووجد أن أعلى متوسط حسابي لتقدير إجابات طلبة جامعة بيرزيت (4.123) كان للفقرة الأولى، وتبين أن 82.5% من إجابات طلبة جامعة بيرزيت تشير إلى إسهام مجلس الطلبة في تبادل الآراء وتوثيق الارتباط بين الإدارة العليا والطلبة بدرجة عالية، وكان أقل متوسط حسابي في الجامعتين (3.865)، (3.651) على التوالي كان للفقرة الثامنة.

كما تشير نتائج الجدول السابق إلى أن 77.1% من إجابات طلبة الجامعة العربية الأمريكية، و73% من إجابات طلبة جامعة بيرزيت إلى أن اهتمام مجالس الطلبة بتعزيز التواصل الحواري محدود، مما يعيق تحقيق نتائج فاعلة ومستدامة لتحسين صورة المجلس بدرجة كبيرة في الجامعتين.

5.4: النتائج المتعلقة بالسؤال الخامس والذي نصه: ما المقترحات التي يقدمها الطلبة حول الأنشطة التواصلية التي تقدمها مجالس الطلبة من أجل تحسين صورتها الذهنية؟
للإجابة عن هذا السؤال من خلال إيجاد التكرارات، والنسب المئوية كما هو موضح في جدول (18.4).

جدول (18.4): الأنشطة التي يقترحها الطلبة لتحسين الصورة الذهنية لمجلس الطلبة

النسبة (%)	المجموع الكلي	الجامعة				الأنشطة التي يقترحها الطلبة لتحسين الصورة الذهنية لمجلس الطلبة
		جامعة بيرزيت		الجامعة العربية الأمريكية		
		النسبة (%)	العدد	النسبة (%)	العدد	
69.5	532	69.5	271	69.6	261	أنشطة أكاديمية، مثل: ورش عمل، مسابقات أكاديمية، ندوات هادفة.
57.8	442	59.2	231	56.3	211	الأنشطة الخيرية والتطوعية، مثل: حملات التبرع، الترويج لعمل الخير عبر وسائل التواصل الاجتماعي، عمل يوم مفتوح للطلاب المحتاج
42.5	325	45.6	178	39.2	147	أنشطة الصحة النفسية، مثل: جلسات الدعم النفسي، ورش العمل التوعوية بالصحة النفسية
39.6	303	39.5	154	39.7	149	أنشطة اجتماعية وثقافية: مثل: الحفلات والمناسبات الاجتماعية
36.1	276	40.0	156	32.0	120	الأنشطة الرياضية، مثل: البطولات الرياضية، الأيام الرياضية المفتوحة
35.8	274	36.7	143	34.9	131	الأنشطة الفنية والإبداعية، مثل: المعارض الفنية، مسابقات الرسم والتصوير، ورش العمل الإبداعية

يوضح الجدول السابق رقم(18.4) الأنشطة التي يقترحها الطلبة لتحسين الصورة الذهنية لمجلس الطلبة في الجامعتين معاً، وتبين من التحليل أن أكثر الأنشطة كانت أنشطة أكاديمية، مثل: ورش عمل، مسابقات أكاديمية، ندوات هادفة، يليها الأنشطة الخيرية والتطوعية، مثل: حملات التبرع، الترويج لعمل الخير عبر وسائل التواصل الاجتماعي، عمل يوم مفتوح للطلاب المحتاج، ثم أنشطة الصحة النفسية، مثل: جلسات الدعم النفسي، ورش العمل التوعوية بالصحة النفسية، ثم أنشطة اجتماعية وثقافية: مثل: الحفلات والمناسبات الاجتماعية، ثم الأنشطة الرياضية، مثل: البطولات الرياضية، الأيام الرياضية المفتوحة، وأقل الأنشطة في الجامعتين معاً كانت الأنشطة الفنية والإبداعية، مثل: المعارض الفنية، مسابقات الرسم والتصوير، ورش العمل الإبداعية.

6.4: النتائج المتعلقة بالسؤال السادس والذي نصه: ما أشكال القصور التي يلاحظها الطلبة في الأنشطة التواصلية التي تنظمها مجالس الطلبة؟
للإجابة عن هذا السؤال من خلال إيجاد التكرارات، والنسب المئوية كما هو موضح في جدول (19.4).

جدول (19.4): أشكال القصور التي يلاحظها الطلبة في الأنشطة التواصلية التي تنظمها مجالس الطلبة

النسبة (%)	المجموع الكلي	الجامعة		أشكال القصور التي يلاحظها الطلبة في الأنشطة التواصلية التي تنظمها مجالس الطلبة
		جامعة بيرزيت	الجامعة العربية الأمريكية	
		النسبة (%)	العدد	العدد
39.1	299	42.3	165	13 4
36.9	282	36.2	141	14 1
35.2	269	37.4	146	12 3
29.4	225	30.0	117	10 8
28.9	221	27.7	108	11 3

28.0	214	28.7	112	27.2	10 2	ضعف الابتكار والتجديد في طرق التواصل مع الطلبة
26.8	205	27.2	106	26.4	99	ضعف التنسيق مع الأقسام الأكاديمية أو الكليات
25.0	191	23.8	93	26.1	98	ضعف التواصل مع الطلبة لإبلاغهم بهذه الأنشطة
24.4	187	23.6	92	25.3	95	التركيز على فئة معينة من الطلبة دون غيرهم
21.6	165	24.1	94	18.9	71	الاعتماد بشكل رئيس على وسائل تقليدية للتواصل

يوضح الجدول السابق رقم (19.4) أشكال القصور التي يلاحظها الطلبة في الأنشطة التواصلية التي تنظمها مجالس الطلبة في الجامعتين معاً، وتبين من التحليل أن أكثر أشكال القصور كانت عدم استمرارية الأنشطة التواصلية على مدار العام الدراسي، يليها عدم التنوع في الأنشطة المقدمة من مجالس الطلبة، يليها عدم إشراك الطلبة في اقتراح أو تنظيم الأنشطة، ثم عدم وضوح أهداف الأنشطة التواصلية وتوجهاتها، ثم قلة الأنشطة التي تعزز الوعي الثقافي أو الأكاديمي، ثم ضعف الابتكار والتجديد في طرق التواصل مع الطلبة، ثم ضعف التنسيق مع الأقسام الأكاديمية أو الكليات، ثم ضعف التواصل مع الطلبة لإبلاغهم بهذه الأنشطة، التركيز على فئة معينة من الطلبة دون غيرهم، وأقل أشكال القصور كانت الاعتماد بشكل رئيس على وسائل تقليدية للتواصل.

اختبار الفرضيات:

7.4: النتائج المتعلقة بالسؤال السابع والذي نصه: هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة عن دور الأنشطة التواصلية للمجالس الطلابية في الجامعات الفلسطينية في تعزيز صورتها الذهنية لدى الطلبة تعزى لمتغيرات (النوع الاجتماعي، الجامعة، الكلية، السنة الدراسية، المرحلة الدراسية، الانتماء لأي إطار طلابي)؟

ينبثق من هذا السؤال الفرضيات الآتية:

1-الفرضية الأولى والتي نصها: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة عن دور الأنشطة التواصلية للمجالس الطلابية في الجامعات الفلسطينية في تعزيز صورتها الذهنية لدى الطلبة تعزى لمتغيرات (النوع الاجتماعي، الجامعة، الكلية، السنة الدراسية، المرحلة الدراسية، الانتماء لأي إطار طلابي).
لاختبار هذه الفرضية من خلال الفرضيات الفرعية المنبثقة عنها كما يأتي:

- الفرضية الفرعية الأولى: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة عن دور الأنشطة التواصلية للمجالس الطلابية في الجامعات الفلسطينية في تعزيز صورتها الذهنية لدى الطلبة تعزى لمتغير النوع الاجتماعي.

لاختبار الفرضية الفرعية الأولى تم استخدام اختبار t للعينات المستقلة كما هو موضح في جدول (20.4).

جدول (20.4): نتائج اختبار t لاختبار الفرضية الفرعية الأولى تبعاً لمتغير النوع الاجتماعي

الجامعة	المتغير التابع	النوع الاجتماعي	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة اختبار t	Sig.(2-tailed) (قوة الاختبار)
	الأنشطة الاتصالية	ذكور	214	4.195	.615	.558	.577
		إناث	551	4.168	.534		
	أهمية وجود الأنشطة التواصلية في مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية	ذكور	214	4.295	.621	.508	.612
		إناث	551	4.270	.566		
الجامعتين معاً	فاعلية الأنشطة التواصلية لمجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة	ذكور	214	4.189	.673	.044	.965
		إناث	551	4.187	.551		
	تطبيق مجالس الطلبة في الجامعات	ذكور	214	4.100	.673	.998	.319
		إناث	551	4.047	.626		

						الفلستينية لمبادئ الاتصال الحواري في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة	
.093	1.683	.592	4.295	100	ذكور	الأنشطة الاتصالية	
		.534	4.187	275	إناث		
		.564	4.394	100	ذكور	أهمية وجود الأنشطة	
.071	1.811	.566	4.274	275	إناث	التواصلية في مجالس الطلبة في الجامعات الفلستينية	
		.645	4.283	100	ذكور	فاعلية الأنشطة التواصلية لمجالس الطلبة في	الجامعة العربية الأمريكية
.288	1.063	.541	4.213	275	إناث	الجامعات الفلستينية في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة	
		.678	4.209	100	ذكور	تطبيق مجالس الطلبة في الجامعات الفلستينية لمبادئ	
.076	1.781	.630	4.075	275	إناث	الاتصال الحواري في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة	
.526	-.635	.624	4.107	114	ذكور	الأنشطة الاتصالية	
		.535	4.149	276	إناث		
		.657	4.208	114	ذكور	أهمية وجود الأنشطة	
.411	-.824	.567	4.266	276	إناث	التواصلية في مجالس الطلبة في الجامعات الفلستينية	جامعة بير زيت
		.688	4.106	114	ذكور	فاعلية الأنشطة التواصلية لمجالس الطلبة في	
.452	-.753	.561	4.161	276	إناث		

الجامعات الفلسطينية في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة		الجامعات الفلسطينية لمبادئ الاتصال الحواري في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة	
ذكور	114	4.005	.657
إناث	276	4.020	.621
			-.205
			.837

يوضح الجدول السابق رقم (20.4) نتائج اختبار t لاختبار الفرضية الفرعية الأولى تبعاً لمتغير النوع الاجتماعي، وتبين من التحليل أن قيم قوة الاختبار لدور الأنشطة التواصلية ومجالاتها للمجالس الطلابية في تعزيز صورتها الذهنية لدى الطلبة في الجامعتين معاً هي (0.577، 0.612، 0.965، 0.319) على التوالي، وهي قيم أكبر من 0.05، وغير دالة إحصائياً، وتعني هذه القيم أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة عن دور الأنشطة التواصلية للمجالس الطلابية في الجامعات الفلسطينية في تعزيز صورتها الذهنية لدى الطلبة تعزى لمتغير النوع الاجتماعي، وتفسر هذه النتيجة أن طلبة الجامعات الفلسطينية بغض النظر عن النوع الاجتماعي متفقون بأن للأنشطة التواصلية للمجالس الطلابية في الجامعتين دوراً مرتفعاً في تعزيز صورتها الذهنية لدى الطلبة.

عند فحص هذه الفرضية لكل جامعة تبين أن قيم قوة الاختبار لمقارنة متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة عن دور الأنشطة التواصلية للمجالس الطلابية ومجالاتها في الجامعة العربية الأمريكية تساوي (0.093، 0.071، 0.288، 0.076) على التوالي، وهي قيم أكبر من 0.05، وغير دالة إحصائياً، وتعني هذه القيم أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة عن دور الأنشطة التواصلية للمجالس الطلابية ومجالاتها في تعزيز صورتها الذهنية لدى الطلبة في الجامعة العربية الأمريكية تعزى لمتغير النوع الاجتماعي، وتفسر هذه النتيجة أن الجامعة العربية الأمريكية بغض النظر عن النوع الاجتماعي متفقون بأن للأنشطة التواصلية للمجالس الطلابية دور مرتفع في تعزيز صورتها الذهنية لدى الطلبة.

إن قيم قوة الاختبار لمقارنة متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة عن دور الأنشطة التواصلية للمجالس الطلابية ومجالاتها في جامعة بيرزيت تساوي (0.452، 0.411، 0.526)، وهي أكبر من 0.05، وغير دالة إحصائياً، وتعني هذه القيم أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة عن دور الأنشطة التواصلية للمجالس الطلابية ومجالاتها في تعزيز صورتها الذهنية لدى الطلبة جامعة بيرزيت تعزى لمتغير النوع الاجتماعي، وتفسر هذه النتيجة أن طلبة جامعة بيرزيت بغض النظر عن النوع الاجتماعي متفقون بأن للأنشطة التواصلية للمجالس الطلابية دوراً مرتفعاً في تعزيز صورتها الذهنية لدى الطلبة.

- **الفرضية الفرعية الثانية:** لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة عن دور الأنشطة التواصلية للمجالس الطلابية في الجامعات الفلسطينية في تعزيز صورتها الذهنية لدى الطلبة تعزى لمتغير الجامعة. اختبار الفرضية الفرعية الأولى تم استخدام اختبار t للعينات المستقلة كما هو موضح في جدول (21.4).

جدول (21.4): نتائج اختبار t لاختبار الفرضية الفرعية الثانية تبعاً لمتغير الجامعة						
المتغير التابع	الجامعة	العدد	المتوسط	الانحراف	قيمة	Sig.(2-tailed)
		د	ط	ف	اختبار	(قوة الاختبار)
			الحس	المعيار	t	
			ابي	ي		
الأنشطة الاتصالية	الجامعة العربية الأمريكية	37	4.21	.551	1.97	.049
	جامعة بيرزيت	5	6			
أهمية وجود الأنشطة التواصلية في مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية	الجامعة العربية الأمريكية	37	4.30	.568	1.34	.178
	جامعة بيرزيت	5	6			
فاعلية الأنشطة التواصلية لمجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية تحسين صورتها	الجامعة العربية الأمريكية	37	4.23	.570	2.03	.042
	جامعة بيرزيت	5	1			
	جامعة بيرزيت	39	4.14	.601		
		0	5			

الذهنية لدى الطلبة							
تطبيق	مجالس	الجامعة	العربية	37	4.11	.645	
الطلبة	في	الأمريكية		5	1		
الجامعات	الفلستينية	لمبادئ			2.05	.040	
الاتصال	الحواري	جامعة	بير زيت	39	4.01	.631	
في	تحسين			0	6		
صورتها	الذهنية						
لدى	الطلبة						

يوضح الجدول السابق رقم (21.4) نتائج اختبار t لاختبار الفرضية الفرعية الثانية تبعاً لمتغير الجامعة، وتبين من التحليل أن قيمة قوة الاختبار لدور الأنشطة التواصلية للمجالس الطلابية في تعزيز صورتها الذهنية لدى الطلبة في الجامعتين (0.049)، وهي قيمة أقل من 0.05، ودالة إحصائياً، وتعني هذه القيمة أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة عن دور الأنشطة التواصلية للمجالس الطلابية في الجامعات الفلسطينية في تعزيز صورتها الذهنية لدى الطلبة تعزى لمتغير الجامعة لصالح الجامعة العربية الأمريكية، حيث أن الوسط الحسابي لاستجابات طلبة الجامعة العربية الأمريكية (4.216) أكبر من الوسط الحسابي لاستجابات طلبة جامعة بيرزيت (4.137)، وتفسر هذه النتيجة أن طلبة الجامعة العربية الأمريكية يرون أن للأنشطة التواصلية للمجالس الطلابية دوراً مرتفعاً في تعزيز صورتها الذهنية لدى الطلبة بشكل أفضل من رأي طلبة جامعة بيرزيت عن دور الأنشطة التواصلية للمجالس الطلابية في تعزيز صورتها الذهنية لدى الطلبة، وتبين من التحليل أيضاً أن قيم قوة الاختبار للمجالين فاعلية الأنشطة التواصلية لمجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة، وتطبيق مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية لمبادئ الاتصال الحواري في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة (0.042، 0.040) على التوالي، وهي قيم أقل من 0.05، ودالة إحصائياً، وتعني هذه القيم أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة عن دور الأنشطة التواصلية للمجالس الطلابية في الجامعات الفلسطينية في تعزيز صورتها الذهنية لدى الطلبة تعزى لمتغير الجامعة لصالح الجامعة العربية الأمريكية، حيث أن المتوسطات الحسابية لاستجابات طلبة الجامعة العربية الأمريكية في المجالين (4.231، 4.111) أكبر من المتوسطات الحسابية لاستجابات طلبة جامعة بيرزيت (4.145، 4.016)، وتفسر هذه النتيجة أن طلبة الجامعة العربية الأمريكية يرون أن فاعلية الأنشطة التواصلية لمجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية في تحسين

صورتها الذهنية لدى الطلبة، وتطبيق مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية لمبادئ الاتصال الحواري في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة بشكل أفضل من رأي طلبة جامعة بيرزيت عن دور فاعلية الأنشطة التواصلية لمجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة، وتطبيق مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية لمبادئ الاتصال الحواري في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة.

وتظهر نتيجة الاختبار أيضاً أن قيمة قوة الاختبار للمجال الأول المتحور حول أهمية وجود الأنشطة التواصلية في مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية (0.178)، وهي قيمة أكبر من 0.05، وغير دالة إحصائياً، وتعني هذه القيمة أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة عن أهمية وجود الأنشطة التواصلية في مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية تعزى لمتغير الجامعة.

- **الفرضية الفرعية الثالثة:** لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة عن دور الأنشطة التواصلية للمجالس الطلابية في الجامعات الفلسطينية في تعزيز صورتها الذهنية لدى الطلبة تعزى لمتغير الكلية. لاختبار الفرضية الفرعية الثالثة تم استخدام تحليل التباين كما هو موضح في جدول (22.4).

جدول (22.4): نتائج تحليل التباين الأحادي لاختبار الفرضية الفرعية الثالثة تبعاً لمتغير الكلية

الجامعة	المتغيرات التابعة	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	معدل المربعات	قيمة اختبار F	Sig. (قوة الاختبار)
	الأنشطة الاتصالية	بين المجموعات	5.013	2	2.507	8.208	.000
		داخل المجموعات	232.701	762	.305		
		المجموع	237.715	764			
الجامعتين معاً	أهمية وجود الأنشطة التواصلية في مجالس الطلبة في الجامعات	بين المجموعات	5.951	2	2.975	8.974	.000
		داخل المجموعات	252.643	762	.332		
		المجموع	258.593	764			

		الفاصلية					
		1.557	2	3.114	بين المجموعات	الفاصلية الأنشطة	
		.342	762	260.302	داخل المجموعات	التواصلية لمجالس الطلبة في الجامعات الفاصلية	
.011	4.559		764	263.416	المجموع	في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة	
		3.255	2	6.509	بين المجموعات	تطبيق مجالس	
		.401	762	305.698	داخل المجموعات	الطلبة في الجامعات الفاصلية	
.000	8.112		764	312.207	المجموع	لمبادئ الاتصال الحواري في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة	
		.668	2	1.335	بين المجموعات	الأنشطة	الجامعة العربية الأمريكية
		.302	372	112.252	داخل المجموعات	الاتصالية	
.111	2.212		374	113.587	المجموع		
		.931	2	1.862	بين المجموعات	أهمية وجود	
		.319	372	118.619	داخل المجموعات	الأنشطة التواصلية	
.055	2.919		374	120.480	المجموع	في مجالس	

					الطلبة في الجامعات الفلسطينية	
		.510	2	1.019	بين المجموعات	فاعلية الأنشطة
		.324	372	120.616	داخل المجموعات	التواصلية لمجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية
.209	1.571		374	121.635	المجموع	في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة
		.648	2	1.296	بين المجموعات	تطبيق مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية
		.415	372	154.331	داخل المجموعات	لمبادئ الاتصال الحوارية في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة
.211	1.561		374	155.626	المجموع	
		2.363	2	4.725	بين المجموعات	الأنشطة الاتصالية
.001	7.735	.305	387	118.199	داخل المجموعات	
			389	122.924	المجموع	جامعة بيرزيت
		2.465	2	4.930	بين المجموعات	أهمية وجود الأنشطة التواصلية
.001	7.196	.343	387	132.570	داخل المجموعات	

			المجموع	389	137.500	في مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية
		بين المجموعات	3.020	2	1.510	فاعلية الأنشطة
		داخل المجموعات	137.334	387	.355	التواصلية لمجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية
.015	4.255					
			المجموع	389	140.354	في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة
		بين المجموعات	6.673	2	3.336	تطبيق مجالس
		داخل المجموعات	148.184	387	.383	الطلبة في الجامعات الفلسطينية
.000	8.713					لمبادئ الاتصال الحواري
			المجموع	389	154.857	في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة

يوضح الجدول السابق رقم (22.4) نتائج اختبار تحليل التباين الاحادي لاختبار الفرضية الفرعية الثالثة تبعاً لمتغير الكلية، وتبين من التحليل أن قيم قوة الاختبار لدور الأنشطة التواصلية ومجالسها للمجالس الطلابية في تعزيز صورتها الذهنية لدى الطلبة في الجامعتين معاً هي (0.000، 0.000، 0.011، 0.000) على التوالي، وهي قيم أقل من 0.05، دالة إحصائياً.

وتعني هذه القيم أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة عن دور الأنشطة التواصلية للمجالس الطلابية في الجامعات الفلسطينية في تعزيز صورتها الذهنية لدى الطلبة تعزى لمتغير الكلية.

وعند فحص هذه الفرضية لكل جامعة تبين أن قيم قوة الاختبار لمقارنة متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة عن دور الأنشطة التواصلية للمجالس الطلابية ومجالاتها في الجامعة العربية الأمريكية تساوي (0.111، 0.055، 0.209، 0.211) على التوالي، وهي قيم أكبر من 0.05، وغير دالة إحصائياً، وتعني هذه القيم أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة عن دور الأنشطة التواصلية للمجالس الطلابية ومجالاتها في الجامعة العربية الأمريكية تعزى لمتغير الكلية، وتفسر هذه النتيجة أن طلبة الجامعة العربية الأمريكية بغض النظر عن الكلية التي ينتمون لها منفقون بأن للأنشطة التواصلية للمجالس الطلابية دوراً مرتفعاً في تعزيز صورتها الذهنية لدى الطلبة، وتبين أيضاً أن قيم قوة الاختبار لمقارنة متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة عن دور الأنشطة التواصلية للمجالس الطلابية ومجالاتها في جامعة بيرزيت تساوي (0.001، 0.001، 0.015، 0.000) على التوالي، وهي قيم أقل من 0.05، ودالة إحصائياً، وتعني هذه القيم أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة عن دور الأنشطة التواصلية للمجالس الطلابية ومجالاتها في تعزيز صورتها الذهنية لدى الطلبة جامعة بيرزيت تعزى لمتغير الكلية، ولمعرفة بين أي الكليات كانت هذه الفروقات تم استخدام اختبار شففيه للمقارنات البعدية كما هو موضح في جدول (13.4).

جدول (23.4) نتائج اختبار شففيه للمقارنات البعدية التي أظهرت فروقات ذات دلالة إحصائية لدور الأنشطة التواصلية للمجالس الطلابية ومجالاتها في تعزيز صورتها الذهنية لدى الطلبة جامعة بيرزيت تعزى لمتغير الكلية

الجامعة	المتغيرات التابعة	الكلية	الكلية	فرق المتوسطين	Sig.
الجامعتان معاً	الأنشطة الاتصالية	العلوم	العلوم	.133*	.026
		الاجتماعية والانسانية	العلوم والطبيعية والهندسية	.208*	.000
	أهمية وجود الأنشطة	العلوم الاجتماعية	العلوم الطبية	.150*	.013

.000	.225*	العلوم الطبيعية والهندسية	والانسانية	التواصلية في مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية	جامعة بيرزيت
.015	.159*	العلوم الطبيعية والهندسية	العلوم الاجتماعية والانسانية	فاعلية الأنشطة التواصلية لمجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة	
.000	.239*	العلوم الطبيعية والهندسية	العلوم الاجتماعية والانسانية	تطبيق مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية لمبادئ الاتصال الحواري في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة	
.042	.173*	العلوم الطبية	العلوم	الأنشطة الاتصالية	
.001	.260*	العلوم الطبيعية والهندسية	الاجتماعية والانسانية	أهمية وجود الأنشطة التواصلية في مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية	
.001	.266*	العلوم الطبيعية والهندسية	العلوم الاجتماعية والانسانية	فاعلية الأنشطة التواصلية لمجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة	
.023	.201*	العلوم الطبيعية والهندسية	العلوم الاجتماعية والانسانية	تطبيق مجالس الطلبة في	
.000	.313*	العلوم الطبيعية	العلوم الاجتماعية		

الجامعات
الفلسطينية لمبادئ
الاتصال الحواري
في تحسين
صورتها الذهنية
لدى الطلبة

والإنسانية
والهندسية

أظهرت النتائج في الجدول السابق رقم (23.4) أن الفروقات في متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة عن دور الأنشطة التواصلية للمجالس الطلابية في الجامعات الفلسطينية في تعزيز صورتها الذهنية لدى الطلبة تعزى لمتغير الكلية للعينة الكلية، وفي جامعة بيرزيت كانت بين كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية من جهة وبين كلية العلوم الطبية، وكلية العلوم الطبيعية والهندسة من جهة أخرى لصالح كلية العلوم الاجتماعية، حيث كان فرق المتوسطات الحسابية موجب؛ أي أن متوسطات استجابات طلبة كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية أكبر من متوسطات استجابات طلبة الكليات الأخرى.

– **الفرضية الفرعية الرابعة:** لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة عن دور الأنشطة التواصلية للمجالس الطلابية في الجامعات الفلسطينية في تعزيز صورتها الذهنية لدى الطلبة تعزى لمتغير السنة الدراسية. ولاختبار الفرضية الفرعية الرابعة تم استخدام تحليل التباين الأحادي كما هو موضح في جدول (24.4).

جدول (24.4): نتائج تحليل التباين الأحادي لاختبار الفرضية الفرعية الرابعة تبعاً لمتغير السنة الدراسية

الجامعة	المتغيرات التابعة	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	معدل المربعات	قيمة اختبار F	Sig. (قوة الاختبار)
الجامعتان معاً	الأنشطة الاتصالية	بين المجموعات	4.087	4	1.022	3.324	.010
		داخل المجموعات	233.627	760	.307		
	المجموع	237.715	764				
	أهمية وجود الأنشطة التواصلية	بين المجموعات	2.823	4	.706	2.097	.079
داخل المجموعات		255.771	760	.337			

			764	258.593	المجموع	في مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية	
		1.013	4	4.052	بين المجموعات	فاعلية الأنشطة	
		.341	760	259.364	داخل المجموعات	التواصلية لمجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية	
.019	2.968						
			764	263.416	المجموع	في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة	
		1.685	4	6.740	بين المجموعات	تطبيق مجالس	
		.402	760	305.467	داخل المجموعات	الطلبة في الجامعات الفلسطينية	
.002	4.192					لمبادئ الاتصال الحواري	
			764	312.207	المجموع	في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة	
.138	1.753	.528	4	2.112	بين المجموعات	الأنشطة الاتصالية	الجامعة العربية الأمريكية
		.301	370	111.475	داخل المجموعات		
			374	113.587	المجموع		
.319	1.181	.380	4	1.518	بين المجموعات	أهمية وجود	

		.322	370	118.962	داخل المجموعات	الأنشطة التواصلية في مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية	
			374	120.480	المجموع		
		.339	4	1.354	بين المجموعات	فاعلية الأنشطة	
		.325	370	120.281	داخل المجموعات	التواصلية لمجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية	
.386	1.041		374	121.635	المجموع	في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة	
		1.044	4	4.176	بين المجموعات	تطبيق مجالس	
		.409	370	151.450	داخل المجموعات	الطلبة في الجامعات الفلسطينية	
.039	2.551		374	155.626	المجموع	لمبادئ الاتصال الحواري في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة	
		.728	4	2.911	بين المجموعات		جامعة
.055	2.335	.312	385	120.013	داخل المجموعات	الأنشطة الاتصالية	بيرزيت
			389	122.924	المجموع		

.067	2.211	.772	4	3.087	بين المجموعات	أهمية وجود الأنشطة التواصلية في مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية
		.349	385	134.412	داخل المجموعات	
			389	137.500	المجموع	
.088	2.041	.729	4	2.915	بين المجموعات	فاعلية الأنشطة التواصلية لمجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية
		.357	385	137.439	داخل المجموعات	
			389	140.354	المجموع	في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة
.046	2.451	.961	4	3.845	بين المجموعات	تطبيق مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية
		.392	385	151.012	داخل المجموعات	لمبادئ الاتصال الحوارية في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة
			389	154.857	المجموع	

يوضح الجدول السابق رقم (24.4) نتائج اختبار تحليل التباين الاحادي لاختبار الفرضية الفرعية الرابعة تبعاً لمتغير السنة الدراسية، وتبين من التحليل أن قيم قوة الاختبار لدور الأنشطة

التواصلية والمجالين الثاني والثالث للمجالس الطلابية في تعزيز صورتها الذهنية لدى الطلبة في الجامعتين معاً هي (0.010، 0.019، 0.002) على التوالي، وهي قيم أقل من 0.05، دالة إحصائياً.

وتعني هذه القيم أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة عن دور الأنشطة التواصلية للمجالس الطلابية في الجامعات الفلسطينية في تعزيز صورتها الذهنية لدى الطلبة تعزى لمتغير السنة الدراسية، بينما كانت قيمة قوة الاختبار للمجال الأول (أهمية وجود الأنشطة التواصلية في مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية) هي 0.079، وهي قيمة أكبر من 0.05 وغير دالة إحصائياً، وتعني أنه لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة عن أهمية وجود الأنشطة التواصلية في مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية تعزى لمتغير السنة الدراسية.

وعند فحص هذه الفرضية لكل جامعة تبين أن قيم قوة الاختبار لمقارنة متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة عن دور الأنشطة التواصلية للمجالس الطلابية والمجالين الأول والثاني في الجامعة العربية الأمريكية تساوي (0.138، 0.319، 0.386) على التوالي، وهي قيم أكبر من 0.05، وغير دالة إحصائياً، وتعني هذه القيم أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة عن دور الأنشطة التواصلية للمجالس الطلابية وهذين المجالين في تعزيز صورتها الذهنية لدى الطلبة في الجامعة العربية الأمريكية تعزى لمتغير السنة الدراسية.

بينما كانت قيمة قوة الاختبار للمجال الثالث (تطبيق مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية لمبادئ الاتصال الحوارية في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة) هي 0.039، وهي قيمة أقل من 0.05 ودالة إحصائياً، وتعني أنه توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة في الجامعة العربية الأمريكية عن دور تطبيق مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية لمبادئ الاتصال الحوارية في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة تعزى لمتغير السنة الدراسية، وتبين أيضاً أن قيم قوة الاختبار لمقارنة متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة عن دور الأنشطة التواصلية للمجالس الطلابية والمجالين الأول والثاني في جامعة بيرزيت تساوي (0.055، 0.067، 0.088) على التوالي، وهي قيم أكبر من 0.05، وغير دالة إحصائياً، وتعني هذه القيم أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في

متوسطات استجابات أفراد عيّنة الدراسة عن دور الأنشطة التواصلية للمجالس الطلابية وهذين المجالين في تعزيز صورتها الذهنية لدى الطلبة جامعة بيرزيت تعزى لمتغير السنة الدراسية. بينما كانت قيمة قوة الاختبار للمجال الثالث (تطبيق مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية لمبادئ الاتصال الحواري في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة) هي 0.046، وهي قيمة أقل من 0.05 ودالة إحصائياً، وتعني أنه توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في متوسطات استجابات أفراد عيّنة الدراسة في جامعة بيرزيت عن دور تطبيق مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية لمبادئ الاتصال الحواري في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة تعزى لمتغير السنة الدراسية، ولمعرفة بين أي السنوات الدراسية كانت هذه الفروقات تم استخدام اختبار شيفيه للمقارنات البعدية كما هو موضح في جدول (25.4).

جدول (25.4) نتائج اختبار شيفيه للمقارنات البعدية التي أظهرت فروقات ذات دلالة إحصائية لدور الأنشطة التواصلية للمجالس الطلابية ومجالاتها في تعزيز صورتها الذهنية لدى الطلبة جامعة بيرزيت تعزى لمتغير السنة الدراسية					
الجامعة	المتغيرات التابعة	السنة الدراسية	السنة الدراسية	فرق المتوسطين	Sig.
الجامعتان معاً	الأنشطة الاتصالية	سنة ثانية	سنة رابعة	.219*	.017
	فاعلية الأنشطة التواصلية لمجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة	سنة ثانية	سنة رابعة	.210*	.041
	تطبيق مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية لمبادئ الاتصال الحواري في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة	سنة ثانية	سنة رابعة	.284*	.004
	الاتصال الحواري في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة	سنة ثالثة	سنة رابعة	.228*	.038

أظهرت النتائج في الجدول السابق رقم (25.4) أن الفروقات في متوسطات استجابات أفراد عيّنة الدراسة عن دور الأنشطة التواصلية للمجالس الطلابية في الجامعات الفلسطينية في تعزيز

صورتها الذهنية لدى الطلبة تعزى لمتغير السنة الدراسية للعينة الكلية كانت بين طلبة السنة الثانية والسنة الثالثة من جهة، والسنة الرابعة من جهة أخرى لصالح طلبة السنة الثانية، حيث كان فرق المتوسطات الحسابية موجب؛ أي أن متوسطات استجابات طلبة السنة الثانية أكبر من متوسطات استجابات طلبة السنة الرابعة.

- **الفرضية الفرعية الخامسة:** لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة عن دور الأنشطة التواصلية للمجالس الطلابية في الجامعات الفلسطينية في تعزيز صورتها الذهنية لدى الطلبة تعزى لمتغير المرحلة الدراسية. لاختبار الفرضية الفرعية الخامسة تم استخدام تحليل التباين الأحادي كما هو موضح في جدول (26.4).

جدول (26.4): نتائج تحليل التباين الأحادي لاختبار الفرضية الفرعية الخامسة تبعاً لمتغير السنة الدراسية

الجامعة	المتغيرات التابعة	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	معدل المربعات	قيمة اختبار F	Sig. (قوة الاختبار)
الجامعتان معاً	الأنشطة الاتصالية	بين المجموعات	.027	2	.014	.044	.957
		داخل المجموعات	237.687	762	.312		
		المجموع	237.715	764			
	بين المجموعات	.934	2	.467			
الجامعتان معاً	الأنشطة التواصلية في مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية	داخل المجموعات	257.659	762	.338	1.381	.252
		المجموع	258.593	764			
		بين المجموعات	.033	2	.017		
	داخل المجموعات	263.383	762	.346			
الجامعتان معاً	الأنشطة التواصلية لمجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية في تحسين	المجموع	263.416	764		.048	.953

					صورتها الذهنية لدى الطلبة	
		.212	2	.425	بين المجموعات	تطبيق مجالس
		.409	762	311.782	داخل المجموعات	الطلبة في الجامعات الفلسطينية
.595	.519					لمبادئ الاتصال الحواري في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة
			764	312.207	المجموع	
		.528	4	2.112	بين المجموعات	الأنشطة الاتصالية
.138	1.753	.301	370	111.475	داخل المجموعات	
			374	113.587	المجموع	
		.087	2	.175	بين المجموعات	أهمية وجود الأنشطة التواصلية في مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية
.751	.287	.305	372	113.412	داخل المجموعات	الجامعة العربية الأمريكية
			374	113.587	المجموع	
		.396	2	.792	بين المجموعات	فاعلية الأنشطة التواصلية لمجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية
		.322	372	119.688	داخل المجموعات	
.293	1.231					في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة
			374	120.480	المجموع	

					تطبيق	بين	.278	2	.139		
					مجالس	المجموعات					
					الطلبة في	داخل	121.357	372	.326		
					الجامعات	المجموعات					
					الفلسطينية						
					لمبادئ						
					الاتصال	المجموع	121.635	374	.427		
					الحواري						
					في تحسين						
					صورتها				.653		
					الذهنية						
					لدى الطلبة						
					الأنشطة	بين	.167	2	.083		
					الاتصالية	المجموعات					
						داخل	155.459	372	.418		
						المجموع	155.626	374	.200		
					أهمية	بين	.385	2	.193		
					وجود	المجموعات					
					الأنشطة	داخل	137.115	387	.354		
					التواصلية	المجموعات			.581		
					في مجالس						
					الطلبة في	المجموع	137.500	389	.544		
					الجامعات						
					الفلسطينية						
					فاعلية	بين	.112	2	.056		
					الأنشطة	المجموعات					
					التواصلية	داخل	140.242	387	.362		
					لمجالس	المجموعات					
					الطلبة في				.857		
					الجامعات						
					الفلسطينية	المجموع	140.354	389	.155		
					في تحسين						
					صورتها						
					الذهنية						
					لدى الطلبة						
					تطبيق	بين	.355	2	.178		
					مجالس	المجموعات					
						داخل	154.502	387	.445		
					الطلبة في				.641		

جامعة
بيرزيت

المجموعات	الجامعات
389	الفلسطينية لمبادئ الاتصال الحواري في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة
154.857	المجموع

يوضح الجدول السابق رقم (26.4) نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لاختبار الفرضية الفرعية الخامسة تبعاً لمتغير المرحلة الدراسية، وتبين من التحليل أن قيم قوة الاختبار لدور الأنشطة التواصلية ومجالاتها للمجالس الطلابية في تعزيز صورتها الذهنية لدى الطلبة في الجامعتين معاً، وفي كل جامعة بشكل منفصل أكبر من 0.05، وغير دالة إحصائياً، وتعني هذه القيم أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة عن دور الأنشطة التواصلية للمجالس الطلابية في الجامعات الفلسطينية في تعزيز صورتها الذهنية لدى الطلبة تعزى لمتغير المرحلة الدراسية.

-الفرضية الفرعية السادسة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة عن دور الأنشطة التواصلية للمجالس الطلابية في الجامعات الفلسطينية في تعزيز صورتها الذهنية لدى الطلبة تعزى لمتغير الانتماء لأي إطار طلابي. لاختبار الفرضية الفرعية السادسة تم استخدام اختبار t للعينات المستقلة كما هو موضح في جدول (27.4).

جدول (17.4): نتائج اختبار t لاختبار الفرضية الفرعية السادسة تبعاً لمتغير الانتماء لأي إطار طلابي

الجامعة	المتغير التابع	الانتماء لأي إطار طلابي	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة اختبار t	Sig.(2-tailed) (قوة الاختبار)
الجامعتان معاً الفلسطينية	الأنشطة الاتصالية	نعم	186	4.436	.465	7.583	.000
		لا	579	4.092	.560		
	أهمية وجود الأنشطة التواصلية في مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية	نعم	186	4.532	.483	7.093	.000
		لا	579	4.195	.587		
	فاعلية الأنشطة التواصلية لمجالس	نعم	186	4.424	.493	6.489	.000
		لا	579	4.111	.595		

						الطلبة في الجامعات الفلسطينية في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة	
		.535	4.351	186	نعم	تطبيق مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية لمبادئ الاتصال الحواري في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة	
.000	7.334	.643	3.969	579	لا	تطبيق مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية لمبادئ الاتصال الحواري في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة	
.000	4.972	.472	4.480	80	نعم	الأنشطة الاتصالية	
		.550	4.145	295	لا	أهمية وجود الأنشطة التواصلية في مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية	
.000	4.234	.486	4.539	80	نعم	أهمية وجود الأنشطة التواصلية في مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية	
.000	4.234	.572	4.243	295	لا	أهمية وجود الأنشطة التواصلية في مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية	
.000	4.732	.474	4.492	80	نعم	فاعلية الأنشطة التواصلية لمجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة	الجامعة العربية الأمريكية
.000	4.732	.574	4.161	295	لا	فاعلية الأنشطة التواصلية لمجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة	
.000	4.779	.539	4.408	80	نعم	تطبيق مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية لمبادئ الاتصال الحواري في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة	
.000	4.779	.649	4.030	295	لا	تطبيق مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية لمبادئ الاتصال الحواري في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة	
.000	5.966	.460	4.403	106	نعم	الأنشطة الاتصالية	
		.565	4.037	284	لا	أهمية وجود الأنشطة التواصلية في مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية	
.000	5.874	.483	4.527	106	نعم	أهمية وجود الأنشطة التواصلية في مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية	
.000	5.874	.600	4.146	284	لا	أهمية وجود الأنشطة التواصلية في مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية	جامعة بيرزيت
.000	4.705	.503	4.373	106	نعم	فاعلية الأنشطة التواصلية لمجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة	
.000	4.705	.613	4.060	284	لا	فاعلية الأنشطة التواصلية لمجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة	

الطلبة					
			106	4.309	.531
نعم	تطبيق مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية لمبادئ الاتصال الحواري في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة				
لا		284	3.906	.631	5.842
					.000

يوضح جدول (27.4) نتائج اختبار t لاختبار الفرضية الفرعية السادسة تبعاً للانتماء لى إطار طلابي، وتبين من التحليل أن قيم قوة الاختبار لدور الأنشطة التواصلية ومجالاتها للمجالس الطلابية في تعزيز صورتها الذهنية لدى الطلبة في الجامعتين معاً، وفي كل جامعة بشكل منفصل تساوي (0.000) وهي قيمة أقل من 0.05، ودالة إحصائياً، وتعني أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة عن دور الأنشطة التواصلية للمجالس الطلابية في الجامعات الفلسطينية في تعزيز صورتها الذهنية لدى الطلبة تعزى لمتغير الانتماء لأي إطار طلابي، وكانت هذه الفروقات لصالح استجابات الطلبة الذين ينتمون لأي إطار طلابي، حيث كانت المتوسطات الحسابية لاستجابات الطلبة الذين ينتمون لأطر طلابية أكبر من المتوسطات الحسابية لاستجابات الطلبة الذين لا ينتمون لأطر طلابية.

الفرضية الثانية: هناك علاقة إيجابية بين أهمية أنشطة مجالس الطلبة وتأثير الأنشطة التواصلية في مجالس الطلبة على اتخاذ قرارات تتسجم مع الصورة الذهنية لمجالس الطلبة لدى طلبة الجامعات. لاختبار هذه الفرضية تم استخدام اختبار معامل ارتباط بيرسون كما هو موضح في جدول (28.4)

جدول (28.4): نتائج اختبار الفرضية الثانية لدراسة العلاقة بين أهمية وجود الأنشطة التواصلية في مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية وفعاليتها					
الجامعة	المتغير المستقل	المتغير التابع	قيم معامل ارتباط بيرسون	Sig. (1-tailed)	قوة الاختبار
الجامعتان معاً		فاعلية الأنشطة	.840**	.000	
الجامعة العربية الأمريكية	أهمية وجود الأنشطة التواصلية في مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية	التواصلية لمجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة	.847**	.000	
جامعة بيرزيت	المتغير المستقل	المتغير التابع	.833**	.000	

** Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

يوضح الجدول السابق رقم (28.4) نتائج اختبار الفرضية الثانية، وتبين من التحليل أنه عند دراسة العلاقة بين أهمية وجود الأنشطة التواصلية في مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية وفعاليتها للعينة الكلية كانت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.840)، وقيمة قوة الاختبار (0.000) وهي قيمة أقل من 0.01، ودالة إحصائياً، وتعني أنه يوجد علاقة إيجابية (طردية) قوية جداً بين أهمية وجود الأنشطة التواصلية في مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية وفعاليتها. عند دراسة هذه العلاقة لكل جامعة بشكل منفصل تبين أن قيم معامل ارتباط بيرسون للجامعتين (0.847، 0.833) على التوالي، وقيمة قوة الاختبار في الجامعتين (0.000)، وهي قيمة أقل من 0.01، وتعني أنه يوجد علاقة إيجابية (طردية) قوية جداً بين أهمية وجود الأنشطة التواصلية في مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية وفعاليتها، وتفسر هذه النتيجة أنه كلما كان هناك زيادة في أهمية لوجود هذه الأنشطة التواصلية في مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية كان هناك زيادة في فاعلية هذه الأنشطة التواصلية لمجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة.

الفرضية الثالثة: الأنشطة التواصلية التي تستهدف الطلبة تؤدي إلى دور مرتفع (أكبر من 3.39) في فاعلية مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية. لاختبار هذه الفرضية تم استخدام اختبار t لعينة واحدة كما هو موضح في جدول (29.4)

جدول (29.4): نتائج اختبار t لاختبار الفرضية الثالثة عند القيمة 3.39						
الجامعة	المتغير التابع	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة اختبار t	Sig.(2-tailed) (قوة الاختبار)
الجامعتان معاً	الأنشطة الاتصالية	765	4.176	.558	38.953	.000
	أهمية وجود الأنشطة التواصلية في مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية	765	4.277	.582	42.175	.000
	فاعلية الأنشطة التواصلية لمجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية	765	4.187	.587	37.559	.000

					تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة	
					تطبيق مجالس الطلبة في الجامعات	
.000	29.086	.639	4.062	765	الفلسطينية لمبادئ الاتصال الحوارية في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة	
.000	29.025	.551	4.216	375	الأنشطة الاتصالية	
.000	31.253	.568	4.306	375	أهمية وجود الأنشطة التواصلية في مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية	
.000	28.571	.570	4.231	375	فاعلية الأنشطة التواصلية لمجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة	الجامعة العربية الأمريكية
.000	21.634	.645	4.111	375	تطبيق مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية لمبادئ الاتصال الحوارية في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة	
.000	26.232	.562	4.137	390	الأنشطة الاتصالية	
.000	28.545	.595	4.249	390	أهمية وجود الأنشطة التواصلية في مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية	جامعة بيرزيت
.000	24.823	.601	4.145	390	فاعلية الأنشطة التواصلية لمجالس	

					الطلبة الجامعات الفلسطينية تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة
					تطبيق الطلبة الجامعات الفلسطينية لمبادئ الاتصال الحواري في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة
	0.000	19.584	.631	4.016	390

يوضح جدول (29.4) نتائج اختبار الفرضية الثالثة، حيث تم اختبار هذه الفرضية عند القيمة 3.39، وتبين من التحليل أنه عند اختبار هذه الفرضية في الجامعتين معاً، ولكل جامعة بشكل منفصل كانت قيم قوة الاختبار تساوي (0.000)، وهي قيمة أقل من 0.05 ودالة إحصائياً، وتعني أنه متوسطات استجابات عينة الدراسة أكبر من 3.39، وهذا يفسر أن الأنشطة التواصلية التي تستهدف الطلبة تؤدي إلى دور مرتفع في فاعلية مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية.

نتائج الإجابة عن محاور المقابلة، وأسئلتها:

محاور المقابلة، وأسئلتها:

استخدم الباحث لتحليل إجابة الأسئلة طريقة PEEL للتحليل النوعي (العدساني، 2017)، في الإجابة عن محاور الدراسة وأسئلتها (محور الأنشطة الاتصالية، محور الاستراتيجيات، محور الصعوبات والتحديات).

وكانت النتائج كالآتي:

المحور الأول: الأنشطة التواصلية:

السؤال الأول الذي ينص على: في ضوء فهمك لمفهوم الأنشطة الاتصالية، وبناءً على نتائج الدراسة الميدانية على طلبة الجامعة حول مدى متابعة أنشطة مجلس الطلبة في الجامعة، أنهم يتابعون هذه الأنشطة، وتبين أن أكثر من نصفهم يتابعونها (دائماً)، لكن أسباب المتابعة اقتصر

على متابعة أخبار الدوام، وحل بعض المشكلات الأكاديمية، ومتابعة أزمات طارئة خاصة بالجامعة، ما تفسرك لهذه النتيجة؟

الفكرة الرئيسية: متابعة الأنشطة الاتصالية: مدى متابعة الأنشطة التواصلية من قبل الطلبة في الجامعات الفلسطينية.

أوضح جميع المشاركين الذين تمت مقابلتهم أن متابعة الطلبة للأنشطة التواصلية اقتصر على بعض الجوانب حسب رغباتهم واحتياجاتهم خاصة أن أكثر المتابعين هم طلبة السنة الثانية وفق نتائج الدراسة الميدانية حيث أن أكثر من نص الطلبة ونسبتهم (54.6%) يتابعون أنشطة مجالس الطلبة بشكل دائم، بينما أبرز الأسباب كانت متابعة أخبار الدوام (83.8%)، تليها حل المشكلات الأكاديمية (48.4%)، ثم متابعة الأزمات الطارئة (44.3%)، ويعود ذلك وفق اجماع المشاركين أن أولوية الطلبة التعرف على أخبار الدوام خاصة في ظل الوضع السياسي الحالي لأنه هم الطالب الأول، وتليها من حيث الأولوية حل مشاكلهم المتعلقة بجوانب الأكاديمي، تليها الطارئة وهذا شيء منطقي كأولوية للطلبة عامة والطلبة الجدد خاصة.

أمثلة: يذكر أحد المشاركين، وهو عدي في المقابلة: "أن من أولويات الطلبة في ظل الحالة السائدة من انقطاع الطرق وعدم انتظام الدوام الوجاهي والإلكتروني أن يتابع الطلبة حالة الدوام، كأولوية لهم". وأكد المشارك أمير، قائلاً: "التركيز طلبة في تواصلهم على حالة الدوام، والمشكلات الأكاديمية أمر سائد لدى معظم الطلبة خاصة الجدد في الجامعة الفلسطينية، وذلك يعود للظروف السياسية والاقتصادية الراهنة في فلسطين.

التوضيح: هناك اتفاق بين الإجابة الميدانية الكمية وبين آراء من تمت مقابلتهم من مجالس الطلبة، وهذا يقود إلى النتيجة هذه تؤكد أهمية متابعة مجالس الطلبة لرغبات الطلبة واحتياجاتهم الأساسية وخاصة ما يتعلق بالدوام ومواكبه حل المشكلات الأكاديمية بما يسهم في توفير معلومات وحلول مناسبة تساعد الطلبة.

السؤال الثاني: في ضوء خبرتك - كرئيس مجلس طلبة- ما أهم الأنشطة التواصلية التي تفعلها مجالس الطلبة لتحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة؟

الفكرة الرئيسية: الأنشطة التواصلية التي تفعلها مجالس الطلبة لتحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة، اتفق المشاركون وتقاطعوا على العديد من الأنشطة التواصلية التي تفعلها مجالس الطلبة في الجامعات، وهي على النحو الآتي:

- 1- الفعاليات الاجتماعية، بأنواعها
- 2- الأنشطة التطوعية والخيرية الداعمة للطلبة والمجتمع.

3- متابعة الطلبة والاستماع لهم وحل مشكلاتهم الأكاديمية.

4- الدورات الأكاديمية التطويرية.

5- الفعاليات الإرشادية والدعم النفسي.

6- ورشات العمل الهادفة.

7- حملات التبرع، والتطوع.

8- المسابقات الثقافية بأنواعها.

9- الأنشطة الرياضية بأنواعها.

أمثلة: يشير المشاركون (عدي ومحمد) إلى ذلك قائلين: "الأنشطة الطلابية بأنواعها تساهم بشكل كبير في تعزيز التواصل بين الطلبة، ومن خلال تنظيم فعاليات متنوعة، وأنشطة تواصل متعددة نعمل على جمع الطلبة من مختلف التخصصات والخلفيات، مما يخلق بيئة من التعاون والتفاعل المثمر ما يسهم في تحسين الصورة الذهنية عند الطلبة".

التوضيح: نلاحظ اتفاق رؤساء المجالس الطلابية على العديد من الأنشطة الصفية يؤكدوا على التنوع في الجامعات مع اختلاف فاعلية بعضها من جامعة إلى أخرى.

-كيف يختلف تأثير الأنشطة التواصلية لمجالس الطلبة على الصورة الذهنية بين الجامعات الفلسطينية؟

السؤال الثالث: كيف تنظر إلى استجابة وتفاعل الطلبة للأنشطة الطلابية المختلفة؟ وأي الأنشطة يفضلون؟

الفكرة الرئيسية: استجابة وتفاعل الطلبة للأنشطة الطلابية المختلفة؟ وأي الأنشطة يفضلون، اتفق المشاركون على أن هناك تفاوتاً في تفاعل الطلبة مع الأنشطة التواصلية فيما بين الطلبة، وبين الجامعات، وكذلك أجمعوا على أن هناك أنشطة مفضلة لدى الطلبة، وبيّنوا أن الأنشطة التواصلية في الجامعات فيها تشابه إلى حد بعيد. ولكن الاستجابة متفاوتة تبعاً للظروف المحيطة وطبيعة الجامعة، وقد أوضح رؤساء المجالس السابقين، أن استجابة الطلبة للفعالية التطوعية والخيرية والرياضية والمناقشات الحوارية السياسية أكثر استجابة في أوقاتهم أكثر فاعلية، حيث أجمع المشاركون على أهمية زيادة تفعيل التواصل الحوارية بين المجالس والطلبة، بينما أكد الرؤساء الحاليين على أن الأنشطة المتعلقة بالجوانب الأكاديمية والأنشطة التي تهتم بالدوام والدورات التخصصية المجانية.

أمثلة: أشار المشاركون (أمير، نزار، عدي، ومحمد) حول استجابة وتفاعل الطلبة للأنشطة الطلابية المختلفة، والأنشطة التي يفضلها الطلبة إلى أن الاستجابة تكون عالية عندما يتعلق النشاط بالدوام والجانب الأكاديمية والأنشطة المتعلقة بالتبرعات والمنح الأكاديمية يوضح المشاركون (عدي) ذلك قائلاً: "الوضع الحالي جعل استجابة الطلبة للأنشطة يقتصر على الأمور الأساسية وليست الترفيهية مثل الجوانب المالية والإعفاءات وكلما كان المجلس فعال بهذه الجوانب كان الطلبة أكثر استجابة".

التوضيح: بشكل عام تعكس إجابات المشاركين حول استجابة الطلبة مع الأنشطة التواصلية أكدوا على أن الاستجابة أكثر فعالية عندما يتعلق الموضوع بالجانب الأكاديميين والمالي، أو بعض المناقشات الحوارية، وأهمية تفعيل التواصل الحوارية بين مجالس الطلبة والطلبة والإدارة وخاصة في ظل الوضع السياسي، وقد أشار بعض المشاركين أن الطلبة تفضل الأنشطة المفيدة لهم وأسرهـم والتي تقود إلى التخفيف عنهم مالياً، وتنتمي إلى أطرهـم وتوجهاتهم، والاهتمام بالأنشطة الأكاديمية والتطوعية والسياسة أمر طبيعي في ظل الحالة في فلسطين حالياً.

المحور الثاني: محور الاستراتيجيات:

- من وجهة نظرك ما الاستراتيجيات التي يمكن لمجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية اتباعها لتحسين صورتها الذهنية من خلال الأنشطة الاتصالية؟

الفكرة الرئيسية: الاستراتيجيات التي يمكن لمجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية اتباعها لتحسين صورتها الذهنية من خلال الأنشطة الاتصالية.

كان هناك العديد من الاستراتيجيات المتنوعة التي طرحها المشاركون والتي يمكن لمجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية اتباعها لتحسين صورتها الذهنية، وهي على النحو الآتي:

1- على مجلس الطلبة تحليل احتياجات الطلبة ورغباتهم، ومراعاة حالتهم الأكاديمية والمالية والاجتماعية وثقافتهم إطارهم التنظيمي في الأنشطة التواصلية حتى تكون أكثر تأثيراً.

2- على مجالس الطلبة أن تكون قريبة من الطلبة وثقافتهم وتوجهاتهم، وأطرهـم بغض النظر عن المستوى الدراسي والمرحلة والتخصص.

3- أن تعمل مجالس الطلبة على تفعيل وسائل تواصلية متنوعة تراعي إمكانات الطلبة وظروفهم.

4- يجب على مجالس الطلبة أن تقدم أنشطة تواصلية قيمة ومهمة للطلبة، وهادفة.

- 5- على مجالس الطلبة أن تقدم فعاليات مناسبة لقيم الطلبة وثقافتهم.
- 6- العدل والمساواة والشفافية في العلاقات تجعل الأنشطة التواصلية أكثر فعالية.
- 7- الصدق والوفاء بالتعهدات والمتابعة في حل مشكلات الطلبة الأكاديمية والشخصية والأزمات الطارئة يحسن صورة مجالس الطلبة.
- 8- القيام بالمبادرات المتجددة التي تسهل على الطلبة وتلبي احتياجاتهم الخيرية والمالية والأكاديمية. هذه بعض الاستراتيجيات التي ذكرها المشاركون بالمقابلات، والتي من الملاحظ أنه تنم عن خبرة ما يعكس أهمية تبنيها لتحسين الصورة الذهنية من خلال مراعاة الأنشطة التواصلية لهذه الاستراتيجيات.
- ما المقترحات لتطوير الأنشطة الاتصالية، مثل: (اللقاءات، المنشورات، وسائل التواصل الاجتماعي) وتحسين العوامل المساندة، مثل: التفاعل الطلابي، الشفافية، جودة المحتوى؟
- الفكرة الرئيسية:** المقترحات لتطوير الأنشطة الاتصالية، مثل: (اللقاءات، المنشورات، وسائل التواصل الاجتماعي) وتحسين العوامل المساندة، مثل: التفاعل الطلابي، الشفافية، جودة المحتوى
- ذكر المشاركون في المقابلات العديد من المقترحات التطويرية التي تجعل الأنشطة التواصلية أكثر فعالية، واتفقوا على معظمها وهي على النحو الآتي:
- 1- على مجالس الطلبة اختيار الوسيلة التواصلية المناسبة التي تراعي طبيعة النشاط التواصلية والهدف منه.
 - 2- يجب أن تتميز الأنشطة التواصلية بجودة محتواها ومناسبة للطلبة ومستواهم الدراسي والأكاديمي،
 - 3- يجب أن يوظف المشاركون التواصل الحواري في الأنشطة التواصلية المناسبة (الوجاهية، أو الالكترونية) الذي يلبي احتياجات الطلبة ومستواهم، ورغباتهم خاصة في اللقاءات، والندوات، وورشات العمل.
 - 4- يجب أن يكون النشاط الاتصالي واضحاً، وهادفاً وشفافاً.
 - 5- الاستمرارية في تقديم الأنشطة التواصلية يساعد على الاستجابة الفاعلة لها.
 - 6- إشراك الطلبة في الأنشطة التواصلية يساهم في تعزيز الثقة بالنشاط والمجلس.
 - 7- الاستماع الفعال للطلبة ومقترحاتهم حول طبيعة الأنشطة التواصلية التي يرغبونها.
 - 8- دمج الطلبة في الأنشطة التواصلية وتنويع وسائلها بما يناسب قدراتهم.
 - 9- الترويج للأنشطة التواصلية عبر الوسائل المناسبة وخاصة الإلكترونية منها.

التوضيح: هناك إجماع من المشاركين على أهمية المقترحات السابقة من الذين أجريت معه المقابلات لأنها قد تعمل على تطوير الأنشطة التواصلية، وقد تساعد هذه المقترحات رؤساء المجالس في تطوير الأنشطة التواصلية لتكون أكثر فعالية وتأثيراً في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة.

● **المحور الثالث: محور الصعوبات والتحديات:**

ما أهم الصعوبات التي تواجه مجالس الطلبة لتحسين صورتها الذهنية؟ وما التحديات التي تجعل من الأنشطة التواصلية أقل تأثيراً على الطلبة؟

1-تنوع موارد الطلبة واختلاف ثقافتهم وقيمهم يجعل من تنفيذ الأنشطة التواصلية المناسبة للجميع أكثر صعوبة.

2-الوضع الاقتصادي يجبر أحياناً مجالس الطلبة في الحد من الأنشطة التواصلية والتقليل منها، واللجوء إلى أنشطة تواصلية أقل تكلفة.

3-الوضع السياسي الحالي في فلسطين أثر على بعض الأنشطة التواصلية وجعل مجالس الطلبة تحد منه بالرغم من أهميتها، مثل: حفلات التخرج، والمسابقات الرياضية والثقافية، والترفيهية،

4-قلة تشجيع ودعم إدارات بعض الجامعات لبعض الأنشطة التواصلية الحوارية في ظل الظروف السياسية الحالية.

5-تنوع الدوام الجامعي بين الوجيه والإلكتروني أوجد تحدياً وصعوبة في تنفيذ بعض البرامج المتعلقة بالأنشطة التواصلية، مثل اللقاءات والندوات وورشات العمل الوجيهة.

6-عدم الاستمرارية في تنفيذ الأنشطة التواصلية يجعل منها أقل تأثيراً على الطلبة في تحسين لصورة الذهنية لديهم.

7-الأطر الطلابية وعدم انسجامها في الفكرة يجعل من الأنشطة التواصلية أقل تأثيراً على الطلبة.
8-عدم توفير وسائل التواصل الإلكتروني لدى جميع الطلبة جعل هناك تفاوتاً في المتابعة للأنشطة التواصلية من الطلبة وبالتالي يكون تأثيرها أقل على الطلبة.

التوضيح: ذكر المشاركون العديد من الصعوبات والتحديات التي تواجه مجالس الطلبة لتحسين صورتها الذهنية، والتي تجعل من الأنشطة التواصلية أقل تأثيراً على الطلبة، وأن هذه الصعوبات والتحديات انطلقاً من موقعهم وخبرتهم في مجالس الطلبة، من الملاحظ أن هذه الصعوبات يمكن التغلب عليها من جعل الأنشطة تعاونية وهادفة وتشاركية مع الطلبة من جهة ومجالس الطلبة من جهة أخرى، وكذلك إدارات الجامعات، وكذلك من خلال التنوع في الأنشطة لتناسب الجميع على تراعي القيم والثقافة الفلسطينية.

الفصل الخامس

عرض نتائج الدراسة ومناقشتها

تمهيد

يهدف هذا الفصل إلى تحليل نتائج الدراسة ومناقشتها المتعلقة بالأنشطة التواصلية لمجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية، وتحليل مدى تأثيرها في تحسين الصورة الذهنية لهذه المجالس، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج سيتناولها الباحث بالمناقشة، كما يأتي:

مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الأول:

ما خصائص وسمات متابعة أنشطة مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية؟

- مدى متابعة أنشطة مجالس الطلبة: أظهرت النتائج أن غالبية الطلبة ونسبتهم (54.6%) يتابعون أنشطة مجالس الطلبة بشكل دائم، بينما (34.2%) يتابعونها أحياناً، و(11.1%) نادراً.
- وتشير النتائج لدى طلبة الجامعة العربية الأمريكية أن 53.6% منهم يتابعون أنشطة مجالس الطلبة بشكل دائم، و37.1% منهم أحياناً ما يتابعون أنشطة مجالس الطلبة، و9.3% منهم نادراً ما يتابعون أنشطة مجالس الطلبة، وكذلك تشير النتائج أن طلبة جامعة بيرزيت أن 55.6% منهم يتابعون أنشطة مجالس الطلبة بشكل دائم، و31.5% منهم أحياناً ما يتابعون أنشطة مجالس الطلبة، و12.8% منهم نادراً ما يتابعون أنشطة مجالس الطلبة.
- أسباب متابعة الطلبة للأنشطة: أبرز الأسباب كانت متابعة أخبار الدوام (83.8%)، تليها حل المشكلات الأكاديمية (48.4%)، ثم متابعة الأزمات الطارئة (44.3%).
- أنواع الأنشطة المتابعة أكثر الأنشطة المتابعة هي الفعاليات الاجتماعية المتنوعة (49.7%)، تليها الندوات (39.9%)، ثم الأنشطة الخيرية والتطوعي (33.6%).

يعزو الباحث هذه النتائج إلى أن متابعة الطلبة لأنشطة مجالس الطلبة تعكس أهمية الدور الاتصالي للمجالس، وفعالياته في تقديم معلومات حيوية تهتم جمهور الطلبة، وذلك مع اختلاف أسباب المتابعة ومبرراتها، وتعدد أنواع الأنشطة المتابعة من قبل الطلبة بتعدد وسائل الاتصال التي يقوم بها مجلس الطلبة، ونلاحظ أن نسبة متابعة الطلبة في كلا الجامعتين متقاربة، وربما يعود أن الوسائل ونوعية الأنشطة في الجامعتين متشابهة، وأن الأطر الطلابية في الجامعات كذلك

محصورة في تشكيلات محددة، وأن ورؤساء المجالس يعملون على أنشطة تواصلية متقاربة في المضمون والهدف، ومع ذلك فإن ضعف متابعة بعض الطلبة قد تكون نتيجة لضعف الترويج لهذه الأنشطة من قبل مجالس الطلبة، وهذا يتفق مع دراسة هلال (2017)، ودراسة الهيبي (2016) التي أكدت على أهمية العلاقات العامة في تفعيل سبل متابعتها لتحسين صورتها الذهنية.

مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني:

ما أهمية وجود الأنشطة التواصلية في مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية؟

أهمية الأنشطة الاتصالية: أظهرت النتائج أن الأنشطة التواصلية تحظى بأهمية كبيرة جدًا بنسبة 85.5%، وكانت أبرز العناصر المؤكدة لهذه الأهمية تعزيز وعي الطلبة بحقوقهم وواجباتهم (86.7%) وبناء جسور الثقة بين الطلبة والمجالس (85.2%).

وتعود هذه النتيجة إلى أن الأنشطة التواصلية ليست مجرد أداة اتصال، بل وسيلة اتصالية هادفة ميسرة لرغبات الطلبة واحتياجاتهم، تقوم على تعزيز الشفافية وبناء علاقة إيجابية بين الطلبة ومجالسهم قائمة على ثقة متبادلة، ومع ذلك، يجب تعزيز الأنشطة التي تروج لدور المجالس بشكل مباشر، وهذه النتيجة تتفق مع دراسة الشلقاني (2011)، ودراسة رضوان (2017) التي أكدت أهمية تحديد الأنشطة التواصلية المناسبة التي تساعد في تحسين الصورة الذهنية.

النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث، والذي نصه: "كيف تؤثر الأنشطة التواصلية لمجالس الطلبة في تحسين صورتها الذهنية؟"

تحسين الصورة الذهنية: بلغت النسبة الكلية لتأثير الأنشطة التواصلية على تحسين الصورة الذهنية 83.7%، وكان أبرز العناصر المؤثرة هي كون الأنشطة التواصلية منصة فعّالة لتوصيل صوت الطلبة. (86.2%).

يعزو الباحث هذه النتائج أن الأنشطة التواصلية تؤدي دورا فاعلة في تحسين نظرة الطلبة إلى مجالسهم، وأن هذه الأنشطة تعتبر منصة داعمة لتساؤلات الطلبة وإيصال صوتهم، ومع ذلك هناك حاجة لمعالجة الملاحظات السلبية، مثل شعور بعض الطلبة بعدم العدالة بسبب انحياز الأنشطة لفئات معينة ما يعكس أهمية تنوع الأنشطة التواصلية لتناسب جميع الفئات، وهذا يتفق مع دراسة سليمان (2018)، ودراسة أرباني (Arabani et,al,2022)، ودراسة هلال (2017) حيث بينت نتائج هذه الدراسة أن الأنشطة التواصلية وبرامجها المتنوعة تسهم في تكوين صورة ذهنية إيجابية لدى الأفراد.

مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الرابع:

إلى أي مدى تطبق مجالس الطلبة مبادئ الاتصال الحواري لتحسين صورتها الذهنية؟

تطبيق مبادئ الاتصال الحواري: أشارت النتائج إلى أن 81.2% من الطلبة يعتبرون أن المجالس تطبق مبادئ الاتصال الحواري بدرجة مرتفعة، وأبرز الممارسات كانت تعزيز التواصل بين الإدارة والطلبة (83.0%).

يعزو الباحث هذه النتيجة إلى أن مجالس الطلبة تسعى إلى تعميق العلاقات الإيجابية مع جمهور الطلبة من خلال تطبيق الاتصال الحواري من خلال الممارسات التي تقوم بها هذه المجالس بهدف تعزيز التواصل الفاعل بين المجالس من جهة، وبين الطلبة والإدارة من جهة أخرى؛ وبالرغم الإيجابية العامة لهذا الاتصال الحواري، قلة الابتكار في أساليب الحوار وتعزيزه، ولا سيما في تحديد أهداف واضحة للأنشطة تمثل تحديًا يجب معالجته بشكل تشاركي، وهذا يتفق مع النتيجة التي توصلت لها دراسة الفايد (2021) والتي بينت أهمية توفير الاتصال الحواري في موقع الجامعات.

مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الخامس، والذي نصه: ما المقترحات التي يقدمها الطلبة لتحسين الأنشطة الاتصالية؟"

أهم المقترحات: شملت اقتراحات الطلبة التركيز على الأنشطة الأكاديمية (69.5%)، الأنشطة الخيرية والتطوعية (57.8%)، والأنشطة المرتبطة بالصحة النفسية (42.5%)
يفسر الباحث هذه النتيجة أن الطلبة يهتمون بالمقام الأول بالأنشطة الأكاديمية، وهذا يحتم على مجالس الطلبة أن تهتم بهذا النوع من الأنشطة، يليها الأنشطة التطوعية ما يعكس وعي الطلبة لأهمية هذا النوع من الأنشطة، يليها المقترحات الصحية والنفسية التي أيضا لها أهمية لدى الطلبة، وبالتالي حتى يكون المجلس أكثر فعالية على أن يتبنى هذه المقترحات، التي تعكس اهتمام الطلبة بتنوع الأنشطة، مما يستدعي من المجالس الطلابية تطوير خطط شاملة تلبي احتياجات الطلبة المختلفة.

مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال السادس، والذي نصه: ما أشكال الفصور التي يلاحظها الطلبة في الأنشطة الاتصالية؟"

من أهم أشكال القصور التي لاحظها الطلبة: عدم استمرارية الأنشطة التواصلية على مدار العام (39.1%)، عدم التنوع في الأنشطة (36.9%)، وضعف إشراك الطلبة في تنظيمها (35.2%).

يعزو الباحث هذه النتيجة إلى أن تحسين استمرارية الأنشطة وزيادة التنوع يمثلان نقاطاً أساسية لتحسين الصورة الذهنية وتعزيز التفاعل مع الطلبة، وبالتالي الاستمرارية يعني الديمومة الهادفة في تفعيل أشكال الاتصال والتواصل مع الطلبة من قبل مجالسها، وإشراك الطلبة بالأنشطة التواصلية يعزز انتماءهم ويلبي احتياجاتهم، وهذه النتيجة تتفق مع دراسة عاشور (2014) التي هدفت إلى التعرف على طبيعة الأنشطة التواصلية وأسلوب عملها، والتي من أهم نتائجها وجود أسس وضوابط صارمة على المواد الإعلامية التي تنشر، ودراسة رضوان (2017)، ودراسة دراسة الشلقاني (2011) التي أكدت على أهمية تحديد استراتيجيات الأنشطة التواصلية.

مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال السابع والذي نصه: هل هناك فروق في متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة عن دور الأنشطة التواصلية للمجالس الطلابية في الجامعات الفلسطينية في تعزيز صورتها الذهنية لدى الطلبة تعزى للمتغيرات الديمغرافية (النوع الاجتماعي، الجامعة، الكلية، السنة الدراسية، المرحلة الدراسية، الانتماء لأي إطار طلابي)؟

تم فحص السؤال السابع عبر مناقشة الفرضيات وتفسيرها على النحو الآتي:

– مناقشة الفرضية الفرعية الأولى: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة عن دور الأنشطة التواصلية للمجالس الطلابية في الجامعات الفلسطينية في تعزيز صورتها الذهنية لدى الطلبة تعزى لمتغير النوع الاجتماعي.

تبين من التحليل أن قيم قوة الاختبار لدور الأنشطة التواصلية ومجالسها للطلبة في تعزيز صورتها الذهنية لدى الطلبة في الجامعتين معاً هي (0.577، 0.612، 0.965، 0.319) على التوالي، وهي قيم أكبر من 0.05، غير دالة إحصائياً.

يعني ذلك أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة عن دور الأنشطة التواصلية للمجالس الطلابية في الجامعات الفلسطينية في تعزيز صورتها الذهنية لدى الطلبة تعزى لمتغير النوع الاجتماعي.

ويمكن تفسير هذه النتيجة أن طلبة الجامعات الفلسطينية بغض النظر عن النوع الاجتماعي متفقون بأن للأنشطة التواصلية للمجالس الطلابية في الجامعتين دوراً مرتفعاً في تعزيز صورتها الذهنية لدى الطلبة.

عند فحص هذه الفرضية لكل جامعة تبين أن قيم قوة الاختبار لمقارنة متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة عن دور الأنشطة التواصلية للمجالس الطلابية ومجالاتها في الجامعة العربية الأمريكية تساوي (0.093، 0.071، 0.288، 0.076) على التوالي، وهي قيم أكبر من 0.05، وغير دالة إحصائياً. وتعني، أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة عن دور الأنشطة التواصلية للمجالس الطلابية ومجالاتها في تعزيز صورتها الذهنية لدى الطلبة في الجامعة العربية الأمريكية تعزى لمتغير النوع الاجتماعي.

ويفسر الباحث هذه النتيجة أن الجامعة العربية الأمريكية بغض النظر عن النوع الاجتماعي متفقون بأن للأنشطة التواصلية للمجالس الطلابية دوراً مرتفعاً في تعزيز صورتها الذهنية لدى الطلبة.

كما أن قيم قوة الاختبار لمقارنة متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة عن دور الأنشطة التواصلية للمجالس الطلابية ومجالاتها في جامعة بيرزيت تساوي (0.526، 0.411، 0.452، 0.837) على التوالي، وهي قيم أكبر من 0.05، وغير دالة إحصائياً، ويعني ذلك بأنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة عن دور الأنشطة التواصلية للمجالس الطلابية ومجالاتها في تعزيز صورتها الذهنية لدى الطلبة جامعة بيرزيت تعزى لمتغير النوع الاجتماعي.

ويفسر الباحث هذه النتيجة بأن طلبة جامعة بيرزيت بغض النظر عن النوع الاجتماعي متفقون بأن للأنشطة التواصلية للمجالس الطلابية دوراً مرتفعاً في تعزيز صورتها الذهنية لدى الطلبة. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة وهذه النتيجة تختلف مع نتيجة المعداوي (2020) أنه توجد فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وفق متغيرات النوع الاجتماعي، واختلفت عن دراسة العموش، (2021) التي أظهرت وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير النوع الاجتماعي ولصالح الإناث.

- مناقشة الفرضية الفرعية الثانية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في متوسطات استجابات أفراد عيّنة الدراسة عن دور الأنشطة التواصلية للمجالس الطلابية في الجامعات الفلسطينية في تعزيز صورتها الذهنية لدى الطلبة تعزى لمتغير الجامعة. وتبين من التحليل أن قيمة قوة الاختبار لدور الأنشطة التواصلية للمجالس الطلابية في تعزيز صورتها الذهنية لدى الطلبة في الجامعتين (0.049)، وهي قيمة أقل من 0.05، ودالة إحصائياً، وتعني هذه القيمة أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في متوسطات استجابات أفراد عيّنة الدراسة عن دور الأنشطة التواصلية للمجالس الطلابية في الجامعات الفلسطينية في تعزيز صورتها الذهنية لدى الطلبة تعزى لمتغير الجامعة لصالح الجامعة العربية الأمريكية. ويفسر الباحث هذه النتيجة بأن طلبة الجامعة العربية الأمريكية يرون أن للأنشطة التواصلية للمجالس الطلابية دوراً مرتفعاً في تعزيز صورتها الذهنية لدى الطلبة بشكل أفضل من رأي طلبة جامعة بيرزيت عن دور الأنشطة التواصلية للمجالس الطلابية في تعزيز صورتها الذهنية لدى الطلبة، وقد يعود التفسير أن مجلس طلبة الجامعة العربية الأمريكية ينوع في الأنشطة التواصلية، ويعمل على الاستمرارية في تقديم الأنشطة التي تلبى رغبات الطلبة بخلاف جامعة بيرزيت. وتبين من التحليل أيضاً أن قيم قوة الاختبار للمجالين: فاعلية الأنشطة التواصلية لمجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة، وتطبيق مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية لمبادئ الاتصال الحواري في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة (0.042)، على التوالي، وهي قيم أقل من 0.05، ودالة إحصائياً، وتعني هذه القيم أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في متوسطات استجابات أفراد عيّنة الدراسة عن دور الأنشطة التواصلية للمجالس الطلابية في الجامعات الفلسطينية في تعزيز صورتها الذهنية لدى الطلبة تعزى لمتغير الجامعة لصالح الجامعة العربية الأمريكية. ويفسر الباحث هذه النتيجة أن طلبة الجامعة العربية الأمريكية يرون أن فاعلية الأنشطة التواصلية لمجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة، وتطبيق مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية لمبادئ الاتصال الحواري في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة بشكل أفضل من رأي طلبة جامعة بيرزيت عن دور فاعلية الأنشطة الاتصالية لمجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة، وتطبيق مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية لمبادئ الاتصال الحواري في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة،

وقد يعود ذلك إلى أن الاتصال الحواري كمنط اتصالي أكثر تفعيلاً لدى طلبة الجامعة العربية الأمريكية من جامعة بيرزيت.

وهذه النتيجة تتفق مع دراسة المعداوي (2020) والتي من نتائجها يوجد فروق ذات دلالة إحصائية على مقياس المصادقية وفق متغير الجامعة يختلف مع دراسة فايد (2021) حيث أجريت الدراسة على ست جامعات، التي جاء تقييمهم لتفعيل الاتصال الحواري بدرجة متوسطة. مناقشة الفرضية الفرعية الثالثة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة عن دور الأنشطة التواصلية للمجالس الطلابية في الجامعات الفلسطينية في تعزيز صورتها الذهنية لدى الطلبة تعزى لمتغير الكلية.

نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لاختبار الفرضية الفرعية الثالثة تبعاً لمتغير الكلية، وتبين من التحليل أن قيم قوة الاختبار لدور الأنشطة التواصلية ومجالسها للمجالس الطلابية في تعزيز صورتها الذهنية لدى الطلبة في الجامعتين معاً هي (0.000، 0.000، 0.011، 0.000) على التوالي، وهي قيم أقل من 0.05، أي أنها دالة إحصائية، وتعني هذه القيم أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة عن دور الأنشطة التواصلية للمجالس الطلابية في الجامعات الفلسطينية في تعزيز صورتها الذهنية لدى الطلبة تعزى لمتغير الكلية.

عند اختبار هذه الفرضية لكل جامعة تبين أن قيم قوة الاختبار لمقارنة متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة عن دور الأنشطة التواصلية للمجالس الطلابية ومجالسها في الجامعة العربية الأمريكية تساوي (0.111، 0.055، 0.209، 0.211) على التوالي، وهي قيم أكبر من 0.05، وغير دالة إحصائية، وتعني هذه القيم أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة عن دور الأنشطة التواصلية للمجالس الطلابية ومجالسها في تعزيز صورتها الذهنية لدى الطلبة في الجامعة العربية الأمريكية تعزى لمتغير الكلية.

ويفسر الباحث هذه النتيجة أن طلبة الجامعة العربية الأمريكية بغض النظر عن الكلية التي ينتمون لها متفقون بأن للأنشطة التواصلية للمجالس الطلابية دوراً مرتفعاً في تعزيز صورتها الذهنية لدى الطلبة، وهذا يعود إلى طبيعة الأنشطة التواصلية التي يقوم بها مجلس في الجامعة الأمريكية من تنوع واستمرارية مقابل جامعة بيرزيت لكل جميعها أن الأنشطة لا تقتصر على كلية دون غيرها.

وتبين أيضاً أن قيم قوة الاختبار لمقارنة متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة عن دور الأنشطة التواصلية للمجالس الطلابية ومجالاتها في جامعة بيرزيت تساوي (0.001، 0.001)، (0.015، 0.000) على التوالي، وهي قيم أقل من 0.05، ودالة إحصائية، وتعني هذه القيم أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة عن دور الأنشطة التواصلية للمجالس الطلابية ومجالاتها في تعزيز صورتها الذهنية لدى الطلبة جامعة بيرزيت تعزى لمتغير الكلية، وكانت بين كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية من جهة وبين كلية العلوم الطبية، وكلية العلوم الطبيعية والهندسة من جهة أخرى لصالح كلية العلوم الاجتماعية، حيث كان فرق المتوسطات الحسابية موجباً؛ أي أن متوسطات استجابات طلبة كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية أكبر من متوسطات استجابات طلبة الكليات الأخرى.

ويمكن تفسير هذه النتيجة إلى أن كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية أكثر تفاعلاً في الاتصال الحوارية مع المجلس مقابل الكليات الأخرى، ويمكن أن يعود ذلك إلى طبيعة التخصصات حيث إن كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية أقل ضغطاً من التخصصات الأخرى التي تحتاج إلى عبء دراسي أكثر.

– مناقشة الفرضية الفرعية الرابعة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة عن دور الأنشطة التواصلية للمجالس الطلابية في الجامعات الفلسطينية في تعزيز صورتها الذهنية لدى الطلبة تعزى لمتغير السنة الدراسية.

أظهرت النتائج في الجدول السابق أن الفروقات في متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة عن دور الأنشطة التواصلية للمجالس الطلابية في الجامعات الفلسطينية في تعزيز صورتها الذهنية لدى الطلبة تعزى لمتغير السنة الدراسية للعينة الكلية كانت بين طلبة السنة الثانية والسنة الثالثة من جهة، والسنة الرابعة من جهة أخرى لصالح طلبة السنة الثانية، حيث كان فرق المتوسطات الحسابية موجباً؛ أي أن متوسطات استجابات طلبة السنة الثانية أكبر من متوسطات استجابات طلبة السنة الرابعة.

ويفسر الباحث هذه النتيجة أن الفروق لصالح طلبة السنة الثانية عن السنة الثالثة والرابعة، يعود إلى أن طلبة السنة الثانية بحاجة إلى إجابات عن تساؤلات متعلقة بالجامعة والمنح والتخصصات... الخ، وأنهم أكثر اندفاعاً للمشاركة بالأنشطة التي تطرحها مجالس الطلبة، حيث

إنهم أكثر حداثة بالجامعة ويكون إشراكهم في مجلس الطلبة هدفاً لجذبهم لأطر الطلابية، والأنشطة التواصلية الحوارية موجهة نحوهم من جهة، ومتابعتهم لأنشطة المجلس أكثر من باقي السنوات.

- مناقشة الفرضية الفرعية الخامسة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة عن دور الأنشطة التواصلية للمجالس الطلابية في الجامعات الفلسطينية في تعزيز صورتها الذهنية لدى الطلبة تعزى لمتغير المرحلة الدراسية.

تبين من التحليل أن قيم قوة الاختبار لدور الأنشطة التواصلية ومجالسها للمجالس الطلابية في تعزيز صورتها الذهنية لدى الطلبة في الجامعتين معاً، وفي كل جامعة بشكل منفصل أكبر من 0.05، وغير دالة إحصائياً، وتعني هذه القيم أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة عن دور الأنشطة التواصلية للمجالس الطلابية في الجامعات الفلسطينية في تعزيز صورتها الذهنية لدى الطلبة تعزى لمتغير المرحلة الدراسية.

يمكن تفسير ذلك أن الأنشطة التواصلية التي تقدمها الجامعات هادفة للطلبة وشاملة فكرياً للجميع ومناسبة للقدرات بغض النظر المرحلة الدراسية، وأن الأنشطة التواصلية في كلا الجامعتين متنوعة هادفة للطلبة كافة بغض النظر عن المرحلة العلمية.

- مناقشة الفرضية الفرعية السادسة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة عن دور الأنشطة التواصلية للمجالس الطلابية في الجامعات الفلسطينية في تعزيز صورتها الذهنية لدى الطلبة تعزى لمتغير الانتماء لأي إطار طلابي.

تبين من التحليل أن قيم قوة الاختبار لدور الأنشطة التواصلية ومجالسها للمجالس الطلابية في تعزيز صورتها الذهنية لدى الطلبة في الجامعتين معاً، وفي كل جامعة بشكل منفصل تساوي (0.000) وهي قيمة أقل من 0.05، وهي دالة إحصائياً، وتعني أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة عن دور الأنشطة التواصلية للمجالس الطلابية في الجامعات الفلسطينية في تعزيز صورتها الذهنية لدى الطلبة تعزى لمتغير الانتماء لأي إطار طلابي، وكانت هذه الفروقات لصالح استجابات الطلبة الذين ينتمون لأي

إطار طلابي، حيث كانت المتوسطات الحسابية لاستجابات الطلبة الذين ينتمون لأطر طلابية أكبر من المتوسطات الحسابية لاستجابات الطلبة الذين لا ينتمون لأطر طلابية.

يفسر الباحث هذه النتيجة أن الطلبة الذين ينتمون إلى الأطر الطلابية يعمدون إلى متابعة الأنشطة التواصلية للمجالس بهدف تعزيز الإطار التنظيمي الذين ينتمون إليه، خاصة في فترة انتخابات المجالس الطلابية حيث يعمل كل إطار تنظيمي في الفوز بالأغلبية، فهم يعملون خلال العام الدراسي على تفعيل الأنشطة المؤثرة التي تعزز إطارهم التنظيمي الذي ينتمون إليه، وهذا يفسر الاستجابة العالية على دور الأنشطة التواصلية لمجالس الطلبة في تحسين الصورة الذهنية وخاصة إذا كان لديه انتماء لإطار طلابي.

2-مناقشة الفرضية الثانية: هناك علاقة إيجابية بين أهمية أنشطة مجالس الطلبة وتأثير الأنشطة التواصلية في مجالس الطلبة على اتخاذ قرارات تتسجم مع الصورة الذهنية لمجالس الطلبة لدى طلبة الجامعات.

تشير نتائج اختبار الفرضية الثانية أنه يوجد علاقة إيجابية (طردية) قوية جداً بين أهمية وجود الأنشطة التواصلية في مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية وفعاليتها، وأنه يوجد علاقة إيجابية (طردية) قوية جداً بين أهمية وجود الأنشطة التواصلية في مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية وفعاليتها.

ويفسر الباحث هذه النتيجة والتي تؤكد أنه كلما كان هناك زيادة في أهمية وجود أنشطة اتصالية في مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية كان هناك زيادة في فاعلية هذه الأنشطة التواصلية لمجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة، وهذا يدل على أهمية الأنشطة التواصلية في الجامعات وأهمية دورها في تعزيز وتحسين الصورة الذهنية لمجالس الطلبة، وهذه النتيجة تتفق مع دراسة سليمان (2018) والتي من أبرز نتائجها أنه يوجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تعرض الشباب لصفحات القادة واتجاهاتهم نحو الصورة الذهنية للقادة والمؤسسات السياسية المصرية، واتفقت كذلك مع دراسة (Broughs,2010) والتي من نتائجها وجود علاقة ارتباطية قوية بين عرض المحتوى السياسي لبرامج المرشحين على شبكات التواصل الاجتماعي، والمشاركة في التصويت بانتخابات حاكم ولاية وسكنسون.

3- مناقشة الفرضية الثالثة: هناك علاقة إيجابية بين الأنشطة التواصلية التي تستهدف الطلبة وبين فاعلية مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية؛ تؤدي دوراً مرتفعاً (أكبر من 3.39).

ومن نتائج اختبار هذه الفرضية عند القيمة 3.39، تبين من التحليل أنه عند اختبار هذه الفرضية في الجامعتين معاً، ولكل جامعة بشكل منفصل كانت قيم قوة الاختبار تساوي (0.000)، وهي قيمة أقل من 0.05 ودالة إحصائياً، وتعني أنه متوسطات استجابات عينة الدراسة أكبر من 3.39.

ويفسر الباحث هذه النتيجة أن الأنشطة التواصلية التي تستهدف الطلبة تؤدي دوراً مرتفعاً في فاعلية مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية، وربما يعود كذلك إلى هذه الأنشطة التواصلية بما أنها تناسب احتياجات الطلبة وثقافتهم وأطرهم ومتنوعة كان لها علاقة فاعلة في مجالس الطلبة، وهذا يتفق إلى حد ما مع نتيجة دراسة مجاهد (2015) أن تفعيل الأنشطة التواصلية وخاصة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يحقق فاعلية عالية في الاتصال مع قطاعات المجتمع والوصول إليها.

الربط بين نتائج الاستبانة والمقابلة:

1- أظهرت نتائج الاستبانة أن غالبية الطلبة ونسبتهم (54%) يتابعون الأنشطة التواصلية لمجالس الطلبة بشكل دائم، بينما جاءت نسبة (34.2%) يتابعون الأنشطة أحياناً، وجاءت نسبة المتابعة (11.1) نادراً، وأن أبرز أسباب المتابعة المتعلقة بأخبار الدوام (83.8%) تليها المشكلات الأكاديمية (48.4%) تليها متابعة الأزمات الطارئة (44.3%)، وأن أكثر الأنواع متابعة من الأنشطة متابعة الفعاليات الاجتماعية بنسبة (49.7%) تليها الندوات (39.9) وبعدها الأنشطة التطوعية (33.6%).

وهذه النتيجة تتفق مع نتائج المقابلات، والتي أكد المشاركون فيها أن الطلبة يتابعون بشكل دائم أنشطة مجالس الطلبة، وأن عملية المتابعة بالنسبة للطلبة تتعلق بالأنشطة المتعلقة بالاحتياجات الأساسية لهم كطبيعة الدوام، والمشاكل الطارئة، والجوانب الأكاديمية، والندوات، والأنشطة الخيرية والتطوعية، وقد فسروا ذلك أن الحالة السائدة في فلسطين من وضع سياسي، واقتصادي ترك أثراً في الطلبة؛ لذلك فإن الأولوية عندهم متابعة الأنشطة التواصلية الأساسية والمتعلقة بدراساتهم.

2- أظهرت النتائج أن وجود الأنشطة التواصلية في مجالس الطلبة تحظى بأهمية كبيرة جداً بنسبة 85.5%. وكانت أبرز العناصر المؤكدة لهذه الأهمية تعزيز وعي الطلبة بحقوقهم وواجباتهم

(86.7%) وبناء جسور الثقة بين الطلبة والمجالس (85.2%) ، هذه النتيجة تتفق إلى حد بعيد مع نتائج الدراسة في المقابلات، حيث أوضح رؤساء المجالس أن وجود أنشطة تواصلية يحظى بأهمية، خاصة تلك الأنشطة المتعلقة بالفعاليات الاجتماعية والتطوعية والدورات الأكاديمية، والندوات، والأنشطة التطوعية، وهذه نتيجة تؤكد أهمية الأنشطة التواصلية وأهمية تنوعها لتلبي احتياجات الطلبة وتراعي نوعهم الاجتماعي ومستواهم الدراسي، وتساعدهم في التعامل مع المشكلات الأكاديمية والطارئة وتعزز علاقتهم مع مجالس الطلبة بما يقود إلى تحسين الصورة الذهنية.

3- بينت النتائج أن النسبة الكلية لتأثير الأنشطة التواصلية على تحسين الصورة الذهنية لدى الطلبة كانت بنسبة (83.2)، وبينت أن العناصر المؤثرة في الأنشطة التواصلية كونها منصة فاعلة لتوصيل صوت الطلبة.

وهذا يتفق مع نتائج المقابلات حيث أكد المشاركون في المقابلات على أن الأنشطة التواصلية لها تأثير في تحسين الصورة الذهنية لدى الطلبة، ولكن هذا التأثير متفاوت حسب النشاط التواصلية، وقد أشار المشاركون في المقابلات إلى العديد من الأنشطة التواصلية التي لها تأثير على الطلبة لتحسن الصورة الذهنية للمجالس، كالأنشطة المتعلقة بالفعاليات الاجتماعية والأكاديمية والخيرية والتطوعية والندوات الهادفة التي تناسب الطلبة ومستوياتهم.

4- أشارت نتائج الاستبانة حول مدى تطبيق مجالس الطلبة مبادئ الاتصال الحوارية لتحسين الصورة الذهنية إلى أن نسبة (81.2%) من الطلبة يعتبرون المجالس تطبق مبادئ الاتصال الحوارية بدرجة مرتفعة، وبينت النتائج أن أبرز الممارسات كانت تعزيز التواصل الحوارية بين الإدارة والطلبة، وقد اتفق المشاركون في المقابلات على أهمية التواصل الحوارية فيما بين الطلبة ومجالسها وإدارة الجامعات خاصة في اللقاءات الحوارية كالندوات، واللقاءات الوجيهة، وورش العمل وعبر وسائل التواصل الاجتماعي، حيث إن التواصل الحوارية يعزز العلاقات الإيجابية بين الطلبة ومجالس الطلبة ويحسن الصورة الذهنية لها.

5- أظهرت النتائج أن المقترحات التي يقدمها الطلبة لتحسين الأنشطة التواصلية، شملت التركيز على الأنشطة الأكاديمية وكانت بنسبة (69.5%)، تلتها الأنشطة الخيرية والتطوعية (57.5%)، ومن ثم جاءت الأنشطة المرتبطة بالصحة النفسية بنسبة (42.5%)، وهذا يتفق مع نتيجة المقابلات، إذ اقترح رؤساء الأقسام العديد من المقترحات لتطوير الأنشطة التواصلية، وأجمعوا على أن الأنشطة يجب أن تناسب الطلبة ومستواهم وجنسهم وأن تكون ذات محتوى جيد، ومستمرة، وأن النشاط التواصلية يجب أن يكون واضحاً وهادفاً وشفافاً، وركزوا على أهمية التواصل الحوارية من خلال

تفعيل أدواته التواصلية كاللقاءات والندوات وورشات العمل، وهذا الاتفاق في النتائج يساعد رؤساء المجالس في تطوير الأنشطة التواصلية لتكون أكثر فعالية وتأثيراً في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة.

6- أشارت النتائج الكمية إلى أن من أشكال القصور التي يلاحظها الطلبة في الأنشطة التواصلية عدم استمرارية الأنشطة التواصلية على مدار العام (39.1%)، عدم التنوع في الأنشطة (36.9%)، وضعف إشراك الطلبة في تنظيمه (35.2%) ، وهذه النتيجة تتفق مع ما قدمه المشاركون في المقابلات، حيث أكدوا أن أهم الصعوبات التي تواجه مجالس الطلبة في تحسين الصورة الذهنية هو تنوع ثقافة الطلبة وقيمهم، والوضع الاقتصادي والسياسي، وعدم استمرارية الأنشطة التواصلية، وعدم التنوع في الأنشطة التواصلية لتناسب الجميع، وهذا اتفاق بين النتائج الاستبانة والمقابلات في تحديد الصعوبات وأشكال القصور التي تواجه مجالس الطلبة لتحسين صورتها الذهنية في الجامعات.

التوصيات

بناءً على نتائج الدراسة يوصي الباحث بما يأتي:

- 1- العمل على الترويج للأنشطة التواصلية عبر المنصات الإعلامية المختلفة خاصة وسائل التواصل الاجتماعي.
- 2- العمل على التنوع في الأنشطة التواصلية؛ لتلبي احتياجات الطلبة بناء على رغباتهم؛ لتشمل فعاليات أكاديمية واجتماعية، وأعمال تطوعية، وصحية.
- 3- التنوع في الوسائل التواصلية بما يسمح لجميع الطلبة بالمتابعة وخاصة وسائل التواصل الاجتماعي والإلكتروني.
- 4- إشراك الطلبة من قبل مجالس الطلبة في مراحل التخطيط والتنفيذ للأنشطة التواصلية؛ لتكون أكثر فعالية وتأثيراً على الطلبة لتحسين الصورة الذهنية.
- 5- العمل على الاستمرارية في الأنشطة التواصلية الهادفة على مدار العام الدراسي؛ لتعزيز التفاعل الإيجابي بين الطلبة أعضاء المجالس، وبناء جسور الثقة فيما بينهم.
- 6- الأنشطة التواصلية تعكس فاعلية مجالس الطلبة وتحسين صورتها الذهنية لذلك على مجالس التنوع فيها لتكون مناسبة لقيمهم وثقافتهم بعيد عن الحزبية، والاستقطاب الطلابي.
- 7- تقديم الأنشطة التواصلية بما يناسب الطلبة ومستواهم ومراحلهم لضمان العدالة والشمولية.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المراجع العربية

- إبراهيم، إسماعيل. (2017). مناهج البحوث العلمية، ط1، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع
- أبشر، مثنى حسن. (المهارات التكنولوجية لموظفي العلاقات العامة في ضوء التحول نحو اقتصاد المعرفة: دراسة على عينة من ممارسي العلاقات العامة بدولة الإمارات العربية المتحدة، المجلة العربية لإعلام وثقافة الطفل، دبي، جامعة العلوم الحديثة، (3)، (11)
- أبو العسل، نوزات. (2014). الممارسات التواصلية والإدارة للعلاقات العامة في المستشفيات الأردنية، (رسالة ماجستير غير منشورة). إربد، جامعة اليرموك.
- أبو عرقوب، إبراهيم (2011). الاتصال الإنساني ودوره في التفاعل الاجتماعي. ط1، عمان: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع.
- باقر، جاسم، ولايد، محمد. (2018). توظيف تكنولوجيا الاتصال الإلكتروني في العلاقات العامة: دراسة تحليلية للمواقع الإلكترونية في الوزارات العراقية. (أطروحة دكتوراه غير منشورة في مجلة الباحث الإعلامي)، العراق: جامعة بغداد، (39)، (10)
- البجراح، سليم. (2017). تأثير تكنولوجيا الاتصال في تطوير أداء العلاقات العامة: دراسة تطبيقية على عينة من شركات الطيران العاملة في ليبيا. مجلة بحوث الشرق الأوسط، العدد (16)، ليبيا: الجامعة الأسمرية.
- بركات، زياد. (2020). الصورة الذهنية المدركة للمعلم لدى الجمهور الفلسطيني في محافظ طولكرم. (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة الملك سعود.
- الجاسر، شعاع (2020): الإعلام الجديد والوعي السياسي: دور الشبكات الإخبارية على وسيلة التواصل الاجتماعي تويتتر في تشكيل الوعي السياسي للطلبة في المرحلة الجامعية، المجلة العربية للعلوم الإنسانية، ع (38).
- الجبوري، زيدان. (2010). مفهوم الصورة الذهنية في العلاقات العامة. العراق، جامعة بغداد، مجلة البحث العلمي، 2010، (9-10)، 161-175.
- حجاب، محمد. (2007). الاتصال الفعال للعلاقات العامة. ط1، القاهرة: دار النشر والتوزيع
- حنيطي، أحمد (2021): الحركة الطلابية الفلسطينية في الضفة الغربية وقطاع غزة، ط1، مؤسسة الدراسات الفلسطينية، بيروت.

درة، عبد الباري، والمجالي، نبيل خليف. (2010). العلاقات العامة في القرن الحادي والعشرين: النظرية والممارسة منحنى نظامي واستراتيجي، (ط1)، عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.

الدسوقي، أحمد. (2007). الصورة الذهنية لرجل الشرطة لدى الرأي العام المصري. برنامج الأمم المتحدة الإنمائي - مشروع دعم القدرات في مجال حقوق الإنسان.

دسوقي، سعيد. (2019). أساليب تحرير مطبوعات العلاقات العامة وانعكاسها على جذب الجمهور وبناء ولائه للعلامة التجارية-دراسة تحليلية وميدانية، (رسالة ماجستير غير منشورة)، كلية قسم الإعلام، شعبة العلاقات العامة.

رضوان، أحمد. (2010). دراسات في العلاقات العامة والإعلان. القاهرة: دار العالم العربي.

سليم، جلد. (2008). مدخل معاصر للعلاقات العامة. عمان: دار الإعلام للنشر والتوزيع.

سليم، حنان أحمد. (2018) العلاقات العامة في عصر الإعلام الرقمي، ط1، القاهرة: دار الكتاب الحديث.

سليمان، نهاد. (2018). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الصورة الذهنية للقادة السياسيين والمؤسسات السياسية: دراسة مسحية على الشباب المصري، (أطروحة دكتوراه غير منشورة)، جامعة القاهرة، كلية الإعلام.

شتوان، بوصولب، ومراد، زهير. (2018). اتجاهات الطلبة نحو استخدام الأحزاب السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي في الترويج للحملات الانتخابية المحلية لسنة (2017) بالجزائر (رسالة ماجستير غير منشورة)، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة جيجل، الجزائر.

شعبان، عماد الدين. (2019). دور الاستراتيجيات التواصلية في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الاقتصادية. بسكرة: جامعة محمد خيضر.

الشوبكي، عبد الرحيم سليم هاشم. (2013). دور حركة الشبيبة الطلابية في تعزيز المشاركة السياسية في فلسطين. 2004_2012. جامعة النجاح الوطنية

صالح، عبد الحي، وعبد الخالق، جلال الدين، ورمضان، السيد. (2014). العلاقات العامة والإعلام في الخدمة الاجتماعية، دار المعرفة الجامعية.

الصادق، أسماء أبو بكر. (2017). استخدام المواقع الإلكترونية في أنشطة العلاقات العامة: دراسة على عينة من المنظمات الحكومية بدولة المارات العربية المتحدة، مجلة دار المنظومة، جامعة القاهرة، (10)، (10)

عاشور، هيا. (2014). الأنشطة التواصلية لأنشطة العلاقات العامة في المنظمات الدولية في الأردن. عمان، جامعة البتراء

عتوم، أحمد. (2010). أهمية الأنشطة التواصلية في عمل العلاقات العامة، دراسية ميدانية، (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة لشرق الأوسط، عمان

عجوة، علي. (1983). العلاقات العامة والصورة الذهنية، القاهرة: عالم الكتب.

عساف، ديماء. (2020). استخدام العلاقات العامة الرقمية في عمل مؤسسات التعليم العالي: جامعتنا العربية الأمريكية، وبير زيت، نموذجاً، (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة العربية الأمريكية، كلية الدراسات العليا.

عساف، محمود عبد المجيد. (2016). الدور التربوي لمجالس طلبة الجامعات الفلسطينية في تشكيل الوعي السياسي وسبل تفعيله (جامعة الأقصى-دراسة حالة). مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات التربوية والنفسية، (21)، (1).

العموش، فلاح محمد (2021): واقع دور وسائل الإعلام في تنمية الوعي بالمشاركة السياسية لدى طلبة الجامعات الأردنية استناداً إلى النظريات السياسية المعاصرة، بحث منشور، م (37)، ع (8)، كلية العلوم التربوية، الجامعة الأردنية، عمان - الأردن

عيساوي، نجم. (2019). نظرية الاتصال الحواري في العلاقات العامة، مقال علمي منشور على مدونة العلاقات العامة والإعلام، 8 مايو 2019، تمت زيارة الموقع بتاريخ 2020/3/6، متاح على الرابط: <https://najmaleessawi.blogspot.com/2019/05/blog-post.html>

غياضه، عماد. (2000). الحركة الطلابية الفلسطينية، الممارسة والفاعلية، مؤسسة مواطن، الطبعة الأولى، رام الله - فلسطين.

فايد، رامي. (2021). دور الإعلام الجديد في تنمية ممارسات العلاقات العامة بالجامعات الفلسطينية بقطاع غزة: دراسة تطبيقية، (رسالة دكتوراه غير منشورة). القاهرة: جامعة المنصورة، كلية الأدب، قسم الإعلام

المشهداني، محمد جواد. (2019). العلاقات العامة الإلكترونية وعلاقتها ببناء صورة المؤسسة الجامعية، مجلة آداب الفراهيدي، جامعة تكريت (11)، (36)

المصري، ياسمين أشرف. (2019). أثر الهوية البصرية للشركة في بناء الصورة الذهنية: بالتطبيق على عملاء شركة الاتصال الخلوية جوال قطاع غزة. مجلة الجامعة الإسلامية غزة.

المعداوي، كريم طلعت. (2020). استخدام ممارسي العلاقات العامة لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمصداقية المؤسسة لدى الجمهور: دراسة ميدانية على الجامعات النصرية، (رسالة دكتوراه غير مشورة). المنصورة، كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي.

موسى، باقر. (2017). الصورة الذهنية في العلاقات العامة. بغداد: مكتبة نور

هلال، حمد. (2017). استخدام وسائل الاتصال في إدارة الصورة الذهنية في الدول الخليجية: دراسة على دولة الامارات. (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة. الهيتي، حافظ. (2016). واقع أنشطة العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية العراقية: دراسة ميانية، مجلة بحوث العلاقات العامة-الشرق الأوسط، (11)، ابريل.

وانيس، بلال. (2014). المواقع الإلكترونية للعلاقات العامة في المؤسسات الحكومية دراسة مقارنة بين موقعي جامعة بسكرة، وجامعة ورقلة، (رسالة ماجستير غير منشورة). بسكرة: جامعة محمد خيضر.

قائمة المراجع الأجنبية

Allister-Spooner, S. M., & Kent, M. L.(2009). Dialogic public relations and resource dependency: New Jersey community colleges as models for web site effectiveness. *Atlantic Journal of Communication*, 17(4). Retrieved on: 20/8/2016

Andrea N. E. (2013): Acceptance, motivations, and usage of social media as a
Arora, N., & Khurana, P. (2012). The Public Relations Practice & Impact on *Sport Management Review*, Vol. 16, Iss. 4, Pp 488-497.

Dennis L. Wilcox. (2019): Dialogic Communication Theory in the Age of Corporate Activism: A Postmodern Perspective. San José State University, California, U.S.A.

Edward Lordan, (1999). Guidelines for Implementing New Technology in Public Relations, *Public Relations Quarterly*, Vol. 44, No.3.

Edward Lordan, (1999). Guidelines for Implementing New Technology in Public Relations, *Public Relations Quarterly*, Vol. 44, No.3.

Edward Lordan,(1999). Guidelines for Implementing New Technology in Public Relations, *Public Relations Quarterly*, Vol. 44, No.3.

Gavilan & Avello, Diana, Maria. (2020). Brand -Evoked mental imagery: The Role Of Brands in Eliciting mental imagery., *SAGA journals*

Julie O'Neil (2014): An Examination of Fortune 500 Companies' and Philanthropy 200 Nonprofit

Kent, M. L., & Taylor, M. (2002) Toward a dialogic theory of public relations *Public relations review*, 28(1), 21-37

Kent, M., & Taylor, M. (1998). Building dialogic relationships through the World Wide Web. *Public Relations Review*, 24(3).

marketing communications tool amongst employees of sport national governing Organizations' Relationship Cultivation Strategies on Facebook, *Public Relations Journal*, Vol. 8, No. 1, Pp. 1-27.

Rohman, F. Y. (2023). Influence of Facebook and the User's Perception of Emoticons during the Student Council Election: A Study of Student Community of Guwahati, Assam.

Strenski James. (1998) Public Relations in the New Millennium, *Public Relations Quarterly*, Vol. 43, No. 3,

الملاحق

ملحق (1)



الجامعة العربية الأمريكية

كلية الدراسات العليا

أخي الطالب، أختي الطالبة،

يجري الطالب دراسة بعنوان: " دور الأنشطة التواصلية للمجالس الطلابية في الجامعات الفلسطينية في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة- الجامعة العربية الأمريكية وجامعة بيرزيت حالة دراسية"، وهي من متطلبات الحصول على درجة الماجستير من كلية الدراسات العليا، تخصص العلاقات العامة، في الجامعة العربية الأمريكية. نرجو من حضراتكم التكرم بالإجابة عن الفقرات الواردة في الاستبانة، ووضع إشارة (X) في المكان المناسب، يُرجى العلم بأن هذه البيانات ستستخدم لأغراض البحث العلمي فقط.

الطالب: علي بلال كميل

إشراف: د. علاء عياش

القسم الأول: البيانات الديمغرافية

يرجى وضع إشارة (X) أمام ما تنطبق عليه الحالة:

1. النوع الاجتماعي: ذكر () أنثى ()
 2. الجامعة: جامعة بيرزيت () الجامعة العربية الأمريكية ()
 3. السنة الدراسية: سنة أولى () سنة ثانية () سنة ثالثة () سنة رابعة () سنة خامسة ()
 4. هل انت منتمي لأي حزب سياسي: نعم () لا ()
- القسم الثاني: عادات وأنماط متابعة أنشطة مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية.

1 هل تتابع أنشطة مجلس الطلبة في جامعتك؟

-دائماً ()

-أحياناً ()

-أبداً ()

ملحوظة: لمن أجاب أبداً، بعد الانتهاء من الإجابة عن السؤال التالي (رقم 2) سلم الاستبانة مشكوراً

2 لماذا لا تتابع أنشطة مجلس الطلبة في جامعتك؟ يمكنك اختيار أكثر من إجابة.

- لا يقدم مجلس الطلبة لي الخدمة التي أحتاجها ()
- مجلس الطلبة الحالي يمثل انتماء مختلف عن انتمائي ()
- أنشطة مجلس الطلبة غير مفيدة ()
- مجلس الطلبة الحالي لا يتعامل بمساواة وعدل مع الطلبة ()
- عدم المصادقية ()
- لا أملك الوقت الكافي لمتابعة أنشطة المجلس ()
- مجلس الطلبة الحالي يتهرب من المسؤولية ()
- مجلس الطلبة الحالي لا يفعل آليات التواصل مع الطلبة ()
- أخرى أذكرها:.....

3- ما أسباب متابعتك لأنشطة مجلس الطلبة في جامعتك؟ يمكنك اختيار أكثر من إجابة.

- متابعة أخبار الدوام ()
- متابعة مواعيد الأنشطة داخل الجامعة ()
- متابعة الحصول على منح دراسية ()
- متابعة مشكلات أكاديمية عامة ()
- متابعة أزمات طارئة خاصة بالجامعة وحرمها ()
- متابعة مواعيد انتخابات مجلس الطلبة ()
- متابعة أنشطة طلابية معينة قد تفيدني ()
- أخرى اذكرها:.....

4 ما أنواع الأنشطة التواصلية لمجلس الطلبة التي تتابعها في جامعتك؟ يمكنك اختيار أكثر من إجابة.

- الندوات ()
- دورات أكاديمية متخصصة ()
- ورش عمل ()
- المسابقات الثقافية ()
- فعاليات اجتماعية متنوعة ()
- الأنشطة الخيرية والتطوعية ()

-الأنشطة الرياضية ()

-حملات التبرع ()

أخرى اذكرها.....

5 متابعتك للأنشطة التواصلية لمجلس الطلبة: بالصدفة () قاصداً ()

6 ما عدد مرات مشاركتك في الأنشطة التواصلية لمجلس الطلبة في جامعتك خلال فترة دراستك؟

-لم أشارك إطلاقاً ()

-مرة واحدة ()

-شاركت مرتين ()

-ثلاث مرات فأكثر ()

7 ما الوسيلة التي ترى أنها الأفضل للحصول على المعلومات المتعلقة بأنشطة مجلس الطلبة والكتل الطلابية؟ (بالإمكان اختيار أكثر من وسيلة)

-وسائل تواصل الاجتماعي: فيس بوك () تيك توك () انستغرام () منصة اكس () تليغرام () واتساب () يوتيوب ()

-وسائل تقليدية: لوحة إعلانات داخل حرم الجامعة () من خلال زميل () من خلال منشورات مجلس الطلبة ()

القسم الثالث: فقرات الاستبانة: الأنشطة الاتصالية

الرجاء ضع/ي إشارة (x) في المكان الذي تراه مناسباً.

المجال الأول: أهمية وجود الأنشطة التواصلية في مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية				
1	تساعد الأنشطة التواصلية في مجالس الطلبة على تعزيز التفاعل الايجابي بين الطلبة وأعضاء المجلس.			
2	توفر الأنشطة التواصلية فرصاً للطلبة للتعرف على مبادرات المجلس وبرامجه.			
3	تسهم الأنشطة التواصلية في تعزيز وعي الطلاب بحقوقهم وواجباتهم داخل الجامعة.			
4	تسهم الأنشطة التواصلية في بناء جسور الثقة بين الطلاب ومجالس الطلبة.			
5	تعزز الأنشطة التواصلية في مجالس الطلبة الشعور بالانتماء لدى الطلبة.			
6	تسهم الأنشطة الطلابية في تعزيز القيم الوطنية.			
7	تساعد الأنشطة التواصلية في الترويج لأهمية المجالس الطلابية في خدمتهم.			
8	تساعد الأنشطة التواصلية في تطوير سياسة الجامعات.			
المجال الثاني: تأثير الأنشطة التواصلية لمجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية في تحسين صورتها الذهنية				

1	تؤدي أنشطة التواصل لمجالس الطلبة دورًا فعالًا في تحسين الحياة الجامعية مما يحسن صورتها الذهنية.				
2	تساهم أنشطة التواصل لمجالس الطلبة في حل المشكلات التي تواجه الطلاب داخل الجامعة ما يحسن صورتها الذهنية.				
3	تعتبر الأنشطة التواصلية لمجالس الطلبة منصة فعالة لتوصيل صوت الطلبة لإدارة الجامعة ما يحسن صورتها الذهنية.				
4	تساعد الأنشطة التواصلية لمجالس الطلبة في الحد من المشكلات بين الطلبة والجامعات ما يعزز صورتها الذهنية.				
5	تساعد الأنشطة التواصلية لمجلس الطلبة في إيجاد بيئة جامعية إيجابية آمنة ما يحسن صورتها الذهنية.				
6	تساعد الأنشطة التواصلية لمجلس الطلبة في التوعية (الأخلاقية، والسياسية والوطنية) للطلبة ما يساهم في تحسين الصورة الذهنية.				
7	تساهم الأنشطة التواصلية في تعزيز الثقة بين الطلبة ومجالس الطلبة في أوقات الأزمات ما يحسن صورتها الذهنية.				
8	تساعد الأنشطة التواصلية في توضيح (رؤية وأهداف) مجالس الطلبة للطلاب.				

المجال الثالث: تطبيق مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية لمبادئ الاتصال الحواري في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة.

1	تساهم مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية في تبادل الآراء وتوثيق الارتباط بين الإدارة العليا والطلبة.				
2	تساهم مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية في تعزيز مشاركة الطلبة في الحوار واستعدادهم للتفاعل والمشاركة الفعالة.				
3	تؤثر مجالس الطلبة في الجامعات الفلسطينية في الطلبة وتعزز العلاقات الوثيقة بينهم وبين الإدارة.				
4	توفر مجالس الطلبة جواً من الدعم والثقة بين الطلبة والإدارة الجامعية.				
5	تعترف مجالس الطلبة برأي الطلبة وتوظفه لتعزيز الصورة الذهنية الإيجابية للمجلس.				
6	تعزز مجالس الطلبة ميل الإدارة إلى تأسيس برنامج تواصل حواري فعال مع الطلبة.				
7	تعمل مجالس الطلبة على حل المشكلات والنزاعات بين الطلبة من خلال الحوار والتواصل الفعال.				
8	تعمل مجالس الطلبة على تنظيم ورش عمل وندوات تهدف إلى تحسين مهارات التواصل بين الطلبة.				

9	تشجع مجالس الطلبة على تبني مبادرات تعزز من التفاعل الاجتماعي والثقافي بين الطلبة.
---	---

القسم الرابع: مقترحات الطلبة حول الأنشطة التواصلية والصعوبات التي يواجهها الطلبة للمشاركة في هذه الأنشطة التي تقدمها مجالس الطلبة من أجل تحسين صورتها الذهنية.

1. ما الأنشطة التي تقترحها لتحسين الصورة الذهنية لمجلس الطلبة؟ يمكنك اختيار أكثر من إجابة.

-أنشطة أكاديمية، مثل: ورش عمل، مسابقات أكاديمية، ندوات هادفة. ()

-أنشطة اجتماعية وثقافية: مثل: الحفلات والمناسبات الاجتماعية ()

-الأنشطة الخيرية والتطوعية، مثل: حملات التبرع، الترويج لعمل الخير عبر وسائل التواصل الاجتماعي، عمل يوم مفتوح للطلاب المحتاج ()

-الأنشطة الرياضية، مثل: البطولات الرياضية، الأيام الرياضية المفتوحة ()

-الأنشطة الفنية والإبداعية، مثل: المعارض الفنية، مسابقات الرسم والتصوير، ورش العمل الإبداعية ()

-أنشطة الصحة النفسية، مثل: جلسات الدعم النفسي، ورش العمل التوعوية بالصحة النفسية ()

-أخرى، أذكرها:

2. ما الصعوبات والمشكلات التي تعترض وتمنع مشاركتك في الأنشطة التواصلية لمجلس الطلبة في جامعتكم؟ يمكنك اختيار أكثر من إجابة.

- عدم توفر معلومات كافية عن الأنشطة ()

-كثرة الالتزامات الدراسية ()

-تعارض مواعيد الأنشطة مع الجدول الدراسي ()

-عدم توافق الأنشطة مع الاهتمامات الشخصية ()

- بعد مكان إقامة الأنشطة عن كليتي ()

-مشاكل شخصية أو عائلية تمنعني من المشاركة ()

- قلة التحفيز من قبل مجلس الطلبة ()

- عدم شعوري بالانتماء أو التفاعل مع مجلس الطلبة ()

- عدم إعجابي بأداء مجلس الطلبة الحالي ()

- عدم وجود تنوع في الأنشطة المقدمة ()

-أخرى، أذكرها:

انتهت الاستبانة شاكرين حسن تعاونكم

ملحق: (2)

قائمة المحكمين لأدوات الدراسة- تم ترتيب الأسماء بناءً على الترتيب الهجائي

الرقم	اسم المحكم	الدرجة العلمية والوظيفة	مكان العمل
1	د. إبراهيم العكة	أستاذ الصحافة والإعلام المساعد	جامعة النجاح الوطنية- فلسطين
2	د. إبراهيم حروب	أستاذ الإعلام والعلاقات العامة المساعد	الجامعة العربية الأمريكية- فلسطين
3	د. أسامة عبد الله	أستاذ الإعلام والاتصال المساعد	جامعة فلسطين التقنية- خضوري- طولكرم- فلسطين
4	د. إلياس كوكلي	أستاذ الإعلام والاتصال المساعد	الجامعة العربية الأمريكية- فلسطين
5	أ.د. أيمن يوسف	استاذ دكتور في العلاقات الدولية وإدارة الازمات	الجامعة العربية الأمريكية- جنين
6	د. ثائر أبو خليل	إدارة تربوية	وزارة التربية والتعليم
7	د. حسين الأحمد	أستاذ الإعلام والاتصال المساعد	الجامعة العربية الأمريكية- فلسطين
8	د. حسين سعد	أستاذ الإعلام المساعد	جامعة القدس المفتوحة- فرع غزة- فلسطين
9	د. شادي أبو عياش	أستاذ الإعلام المساعد	الجامعة العربية الأمريكية- فلسطين
10	د. عمر أبو عرقوب	أستاذ الإعلام والاتصال المساعد	الجامعة العربية الأمريكية- فلسطين
11	د. فادي جمعة	أستاذ مساعد في العلاقات الدولية	الجامعة العربية الأمريكية- فلسطين
12	د. مي عبد الغني	أستاذ الإعلام المشارك	جامعة بنغازي- ليبيا
13	أ. د. نهلة عساف	أستاذ الإعلام	جامعة دمشق- سوريا
14	د. يوسف حرفوش	إدارة تربوية	وزارة التربية والتعليم

ملحق 3

Arab American University
Faculty of Graduate Studies



الجامعة العربية الأمريكية
كلية الدراسات العليا

2024/9/30

السادة في جامعة بيرزيت المحترمين

تسهيل مهمة بحثية

تحية طيبة وبعد،

تُهديكُم كلية الدراسات العليا في الجامعة العربية الأمريكية أطيب التحيات، وبالإشارة إلى الموضوع أعلاه، تشهد كلية الدراسات العليا في الجامعة أن الطالب علي بلال علي كميل والذي يحمل الرقم الجامعي 201912694 هو طالب ماجستير في برنامج العلاقات العامة المعاصرة ويعمل على رسالة الماجستير الخاصة به بعنوان:

" دور الأنشطة التواصلية للمجالس الطلابية في الجامعات الفلسطينية في تحسين صورتها الذهنية لدى الطلبة -الجامعة العربية الأمريكية وجامعة بيرزيت حالة دراسية"، تحت إشراف الدكتور علاء عياش. نأمل من حضرتكم الإيعاز لمن يلزم لمساعدته للحصول على المعلومات اللازمة للدراسة علماً أن المعلومات ستستخدم لغاية البحث فقط وسيتم التعامل معها بغاية السرية، وقد أعطي هذه الرسالة بناءً على طلبه.

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام

عميد كلية الدراسات العليا

نوار قطب



Page 1 of 1

Jenin Tel: +970-4-2418888 Ext.:1471,1472 Fax: +970-4-2510810 P.O. Box:240
Ramallah-Tel: +970-2-2941999 Fax: +970-2-2941979 Abu Qash - Near Alrehan
E-mail: FGS@aaup.edu : PGS@aaup.edu Website: www.aaup.edu

ملحق(4) أسماء السادة رؤساء مجالس الطلبة الذين تمت مقابلتهم

الاسم	الجامعة	الوصف
عدي كميل	العربية الأمريكية	رئيس مجلس
محمد شراونة	العربية الأمريكية	نائب الرئيس
أمير سلوادي	بيرزيت	قائم بأعمال رئيس المجلس المعتقل
نزار أبو حماد	بيرزيت	عضو المجلس لجنة اجتماعية

Abstract

The study aimed to explore the role of the communicative activities of student councils in Palestinian universities in enhancing their image. It also sought to identify the importance of communication activities, investigate how such activities impact the improvement of the student councils' image, and examine the extent to which student councils in Palestinian universities apply the principles of dialogic communication. Additionally, the study aimed to identify differences in the average responses of the study sample regarding the role of the communicative activities of student councils in improving their image based on demographic variables (gender, university, faculty, academic year, level of study, and affiliation with any student framework).

To achieve the study's objectives, the researcher employed the descriptive mixed-method approach (quantitative and qualitative). The study population consisted of all students at Birzeit University and the Arab American University, with a stratified random sample of (765) students selected. The researcher also conducted personal interviews with a purposeful sample of four student council presidents. The research tools included a questionnaire and personal interviews.

The main findings of the study indicated that the vast majority of the sample consistently follow the activities of student councils. The analysis revealed that the most-followed activities in the two universities include announcements related to academic schedules, resolving certain academic issues, and addressing emergency crises specific to the university. The key events that students follow include various social activities, seminars, charitable and voluntary initiatives, specialized academic courses, workshops, and fundraising campaigns.

The communicative activities were found to significantly promote the importance of student councils in serving students, with a very high degree of effectiveness in the Arab American University and a high degree in Birzeit University.

Based on the findings, the researcher recommends promoting communicative activities through various communication platforms, especially social media, ensuring diversity in these activities to suit all students and their levels. The activities should be inclusive and continuous to ensure their positive impact on students and council members, thereby building bridges of trust between them and enhancing the student councils' image in Palestinian universities.

Keywords: Communicative activities, Student councils, Palestinian universities, Mental image