

الصورة الذهنية للمؤسسات التربوية لدى الجمهور العراقي

أ.م.د. هيثم عكاب عطية

الجامعة العراقية كلية الاعلام

The mental image of educational institutions among the Iraqi public

Assist. Prf. Dr. Haitham Okab Atiyah

drhaitham177@gmail.com

 10.58564/MABDAA.62.2.2023.571

المستخلص

تناول هذا البحث الصورة الذهنية للمؤسسات التربوية لدى الجمهور العراقي، لما لهذا الموضوع أهمية كبيرة تنتج من دور المؤسسة التربوية في المجتمع من حيث تعدد أدوارها التعليمية والتربوية والاجتماعية وبالتالي انعكاس كل ذلك على المجتمع سلباً او ايجاباً. وقام الباحث بعد تحديد مشكلة بحثه (ما هي طبيعة الصورة الذهنية للمؤسسات التربوية لدى الجمهور العراقي؟) باعداد استمارة استبيان مع مقياس تكونت من محاور عدة ووزعت على عينة عشوائية (٤٠٠ مبحوث) من جمهور مدينة بغداد بجانيها (الكرخ - الرصافة) مستخدماً المنهج المسحي، وقد حدد الباحث اهداف للبحث أهمها :

- ١- التعرف على مصادر تشكيل الصورة الذهنية لدى الجمهور العراقي .
 - ٢- معرفة مدى إسهام الأساليب الاتصالية في تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسات التربوية لدى الجمهور العراقي وخرج البحث باستنتاجات عدة أهمها :
 - ١- تصدر مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة اتصالية يعتمد عليها الجمهور في تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسات التربوية .
 - ٢- اتضح لنا من خلال النتائج أن إسهام الأساليب الاتصالية في زيادة معلومات ومعارف الجمهور كانت محايدة .
 - ٣- تبين لنا من خلال نتائج البحث أن متابعة الجمهور لأنشطة المؤسسات التربوية وعلاقة ذلك بتشكيل الصورة الذهنية كان محايداً .
- (الكلمات المفتاحية : الصورة الذهنية ، المؤسسات التربوية) .

Abstract

This research dealt with the mental image of educational institutions among the Iraqi public, because this topic is of great importance resulting from the role of the educational institution in society in terms of the multiplicity of its educational, pedagogical and social roles, and thus the reflection of all of this on society, negatively or positively. After defining the problem of his research (what is the nature of the mental image of educational institutions among the Iraqi public?), the researcher prepared a questionnaire with a scale consisting of several axes and distributed it to a random sample (٤٠٠ respondents) from the public of the city of Baghdad, along its two sides (Al-Karkh - Al-Rusafa), using the survey method. The researcher identified the objectives of the research, the most important of which are:

- ١- Identifying the sources of forming the mental image of the Iraqi public.
- ٢- Knowing the extent to which communication methods contribute to shaping the mental image of educational institutions among the Iraqi public.

The research came out with several conclusions, the most important of which are:

- ١- Social networking sites are considered a means of communication that the public relies on in forming the mental image of educational institutions.

٢- It became clear to us from the results that the contribution of communication methods to increasing the public's information and knowledge was neutral.

٣- It became clear to us through the results of the research that the public's follow-up of the activities of educational institutions and its relationship to the formation of the mental image was neutral

. **Keywords: mental image, educational institutions.**

المقدمة

تعد المؤسسات التربوية عاملاً أساسياً في تطوير المجتمعات وتحقيق التنمية الشاملة. فهي تؤدي دوراً حاسماً في بناء أسس التعليم وتوجيه مسارات المعرفة والتعلم. ومن المعروف أن الصورة الذهنية للمؤسسات التربوية لدى الجمهور لها تأثير كبير على كيفية تقديرهم وتفاعلهم مع هذه المؤسسات. تأخذ الصورة الذهنية شكل مجموعة من الاعتقادات والتصورات التي يحملها الأفراد حول المؤسسات التربوية. ومن خلال فهم هذه الصورة الذهنية وتحليلها بعمق، يمكننا الوصول إلى رؤى قيمة حول كيفية تحسين الأداء والجودة التعليمية في البيئة التعليمية العراقية. إن هذا البحث العلمي يهدف إلى معرفة الصورة الذهنية للمؤسسات التربوية لدى الجمهور العراقي. ومحاولة فهم كيفية انعكاس هذه الصورة الذهنية على الجمهور واتخاذ القرارات المتعلقة بالتعليم.

الفصل الأول الإطار المنهجي للبحث

أولاً: مشكلة البحث

في عالم التعليم، تمتلك المؤسسات التربوية صورة ذهنية تؤثر بشكل كبير على التفاعل والتعاطف معها من قبل الجمهور. في السياق العراقي، تتعرض هذه المؤسسات للعديد من التحديات والضغط، والتي يمكن أن تؤثر بشكل كبير على الجمهور والأفراد المرتبطين بها. يشكل فهم الصورة الذهنية للمؤسسات التربوية لدى الجمهور موضوع بحث حيوي، حيث يمكن أن يكون له تأثير كبير على الجودة التعليمية وتقدم التعليم في العراق. يُمكن للبحث حول هذه المسألة أن يبين كيفية تكوين وإدارة الصورة الذهنية للمؤسسات التربوية لدى الجمهور العراقي، وكيف يمكن تحسين هذه الصورة بما يخدم التعليم والمجتمع. سيُشمل البحث دراسة متعمقة لأفكار وآراء الأفراد تجاه هذه المؤسسات وكيف يمكن تحسين الاتصال وبناء الثقة. ويمكن تحدد المشكلة البحثية بالتساؤل الرئيس (ما هي طبيعة الصورة الذهنية للمؤسسات التربوية لدى الجمهور العراقي؟) وتتبع من هذا التساؤل الرئيس اسئلة فرعية عدة :

١- ما هي مصادر تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسات التربوية لدى الجمهور ؟

٢- ما هي اهم الوسائل الاتصالية التي ساهمت في تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسات التربوية لدى الجمهور ؟

٣- ما مدى إسهام الأساليب الاتصالية في تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسات التربوية لدى الجمهور ؟
٤- ما مدى متابعة الجمهور لأنشطة المؤسسات التربوية وعلاقتها في تشكيل الصورة الذهنية ؟

ثانياً: أهمية البحث

١. تحسين الجودة التعليمية: يمكن لفهم الصورة الذهنية التي يحملها الجمهور حول المؤسسات التربوية أن يساعد في تحديد نقاط القوة والضعف في هذه المؤسسات. وبالتالي، يمكن توجيه الجهود نحو تحسين الجودة التعليمية وتلبية توقعات الجمهور.

٢. توجيه السياسات التعليمية: يمكن للبحث أن يقدم توجيهات قيمة لصانعي القرار والسياسيين في مجال التعليم. فهم الصورة الذهنية يمكن أن يساعد في تشكيل السياسات التعليمية التي تتناسب مع توقعات الجمهور واحتياجاته.

٣. تعزيز التفاهم الاجتماعي: من خلال البحث حول الصورة الذهنية، يمكن تحليل كيفية تأثير الإعلام والتجارب الشخصية على تصورات الأفراد حول المؤسسات التربوية. هذا يمكن أن يساهم في تعزيز التفاهم الاجتماعي وتحقيق التواصل الفعال.

٤. تعزيز التمويل والاستثمار: إذا تبين أن الجمهور يمتلك صورة ذهنية إيجابية للمؤسسات التربوية، فإن ذلك قد يشجع على زيادة التمويل والاستثمار في التعليم. وهذا يمكن أن يؤدي إلى تحسين مستوى المرافق والموارد التعليمية.

٥. تعزيز مشاركة الجمهور: إذا شعر الجمهور بأن آرائهم وتصوراتهم تؤخذ بعين الاعتبار في تطوير المؤسسات التربوية، فإن ذلك قد يزيد من مشاركتهم والمساهمة في تحسين النظام التعليمي.

ثالثاً: أهداف البحث

١- التعرف على مصادر تشكيل الصورة الذهنية لدى الجمهور العراقي.

٢- تحديد اهم الوسائل الاتصالية التي ساهمت في تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسات التربوية لدى الجمهور العراقي.

٣- معرفة مدى إسهام الأساليب الاتصالية في تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسات التربوية لدى الجمهور العراقي.

٤- التعرف على مدى متابعة الجمهور لأنشطة المؤسسات التربوية وعلاقتها في تشكيل الصورة الذهنية

رابعاً: فرضيات الدراسة:

الفرضية الأولى: هناك فروق ذات دلالة احصائية فيما يتعلق بمستوى تعامل منتسبي المؤسسات التربوية مع الطلبة وتبعا للنوع الاجتماعي.

الفرضية الثانية: توجد علاقة ارتباطية بين مدى اسهام وسائل الاتصال في تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسات التربوية لدى الجمهور العراقي

وبين الصورة الذهنية التي يحملها الجمهور العراقي ازاء المؤسسات التربوية.

خامساً: مجتمع البحث وعيته

حدد الباحث مجتمع بحثه بجمهور مدينة بغداد بجميع مكوناته وفئاته كون جمهور مدينة بغداد جمهور متنوع ويضم كافة أطراف الجمهور العراقي

من ناحية الدين والمذهب والقومية وكذلك اختلاف المستويات التعليمية والعمرية والذي يعد أحد مطالب اختيار مجتمع البحث.

اما عينة البحث فقد تم اختيار العينة العشوائية متعددة المراحل والتي بموجبها تم تقسيم مدينة بغداد الى كرخ ورصافة وكذلك تم تقسيم كل جانب

الى عدد من المناطق وتم اختيار من بعض تلك المناطق محلات وازقة بحسب ما تم اختياره من طريقة القرعة لاعتماد أي منطقة واي محلة

واي زقاق سيتم توزيع استمارات المقياس عليه والبالغ عددها ٤٠٠ استمارة تم توزيعها على ٤٠٠ عينة من مجتمع البحث والبالغة أعمارهم ١٨

سنة فما فوق اذ وزعت ٢٠٠ استمارة في جانب الكرخ و ٢٠٠ استمارة في جانب الرصافة.

سادساً: نوع البحث ومنهجه

يندرج هذا البحث ضمن البحوث الوصفية التي تحاول ان تصف الظاهرة بشكلها العامة وتحاول الكشف عن عناصرها ومتغيراتها وعلاقتها من

اجل التعرف على الظاهرة وفهمها بشكل دقيق، اما المنهج الذي اعتمده الباحث في بحثه هو المنهج المسحي من خلال مسح جمهور مدينة بغداد

من اجل التعرف على الصورة التي يحملونها تجاه المؤسسات التربوية من خلال استخدام أداتي الاستبانة والمقياس.

سابعاً: مجالات البحث

أ- **المجال الزمني:** وحددت المدة من ٢٠٢٣/٧/١ الى ٢٠٢٣/٨/١ وهي المدة التي استغرقها الباحث في اكمال الجانب الميداني من البحث

من خلال توزيع استمارات الاستبيان والمقياس على عينة البحث.

ب- **المجال المكاني:** وحدد الباحث مجاله المكاني في مدينة بغداد بجانبها الكرخ والرصافة .

ج- **المجال البشري:** وتحدد بجمهور مدينة بغداد من الذين بلغوا ١٨ سنة فما فوق وتم اختيار عينة منهم بمقدار (٤٠٠) مبحوث .

ثامناً: أدوات جمع المعلومات

اعتمد الباحث على اداتي المقياس والاستبيان من اجل جمع المعلومات اللازمة عن متغيرات البحث، اذ صمم المقياس وتم بناءه وفق الخطوات

العلمية وتكون من ثلاث محاور توزعت مناصفة بين السلبية والايجابية وتضمنت بدائل ثلاثية من اجل الوصول الى اهداف البحث وهو التعرف

عن طبيعة الصورة الذهنية التي يحملها الجمهور العراقي عن المؤسسات التربوية من خلال معرفة أهم الوسائل والأساليب الاتصالية ومدى

إسهامها في تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسات التربوية.

تاسعاً: الصدق والثبات

تم اجراء الصدق والثبات لاستمارة الاستبيان من حيث صدق المحتوى والصدق الظاهري.

الصدق الظاهري: للتأكد من الصدق الظاهري تم عرض الاستمارة على مجموعة من المحكمين (*) المتخصصين في مجال الإعلام للحكم على

صلاحية استمارة الاستبيان للتطبيق والتأكد من أنها تقيس ما وضعت لقياسه، وبلغت نسبة الاتفاق بين المحكمين على وضع الأسئلة وحسن

ترتيبها ومدى تغطيتها لموضوع الدراسة بنسبة (٩٠٪).

الثبات: يرجع أهمية ثبات القياس لكونه شرطاً أساسياً لصدق القياس وللتأكد من ثبات القياس قام الباحث بإجراء اختبار Test-retest بتطبيق

الاستمارة على عينة قوامها ٣٠ مفردة من الذين سبق لهم ملئ الاستمارة وبعد اسبوعين تم توزيع الاستمارة على نفس العينة التي تم التطبيق عليها

للتأكد من اجاباتهم وبعد اجراء اختبار بيرسون بين التطبيق الأول والتطبيق الثاني بلغت نسبة الثبات (٠.٨٩٦). وهو نسبة ومقبولة ويمكن

الاعتماد عليها

- ١- الصورة الذهنية: هي تمثيل عقلي لشيء أو فكرة أو مفهوم بصورة تشبه الواقع. يمكن أن تتضمن الصورة الذهنية تصوراً بصرياً أو مفهوماً لشيء معين، وهي تُستخدم في عمليات التفكير والتخيل. هذه الصور قد تكون واضحة أو غامضة، ويمكن أن تتعلق بذكرات سابقة أو تكون منتجة عن طريق الخيال. الصور الذهنية تلعب دوراً مهماً في التفكير الإبداعي والتصور البصري وعمليات الاتصال.
- ٢- المؤسسات التربوية: هي هياكل أو منظمات تُنشأ وتُدير بهدف تقديم التعليم والتدريب للطلاب والمتعلمين. تشمل هذه المؤسسات مدارس الابتدائية والمدارس الثانوية والجامعات والكليات والمعاهد والمدارس الخاصة والعامية. يتم تصميم المؤسسات التربوية لتوفير بيئة تعليمية تساهم في تطوير المهارات والمعرفة وتنمية القدرات الأكاديمية والاجتماعية للطلاب. تختلف هذه المؤسسات في هيكلها وأهدافها ومستويات التعليم التي تقدمها، ولكنها جميعاً تلعب دوراً حاسماً في نظام التعليم وتأهيل الأفراد لمواجهة التحديات الاجتماعية والاقتصادية.

الفصل الثاني الصورة الذهنية للمؤسسات التربوية

أولاً: تعريف الصورة الذهنية تعرف الصورة اصطلاحاً بأنها (انطباعات ثابتة لا تؤثر فيها الحادث المتغيرة وهي ذات محتوى غاية في البساطة، حيث لا تحتوي إلا على العناصر المتميزة للموضوع، وهي تعد أحد شروط تكوين المعتقدات والاتجاهات)^(١)؛ فالصورة تتسم بالثبات والبساطة وهي من أهم شروط تكوين المعتقدات وتشكيل الاتجاهات. أما قاموس وبستر فيعرف الصورة بأنها (تصور عقلي شائع بين أفراد جماعة معينة يشير إلى اتجاه هذه الجماعة نحو شواهد أو نظام أو جنس بعينه أو فلسفة سياسية أو قومية أو أي شيء آخر)^(٢). وتعرفها إيمان زكريا بأنها (الخريطة التي يستطيع الإنسان عبرها أن يفهم ويدرك ويفسر الأشياء أي: أن الصورة الذهنية هي الفكرة التي يكونها الفرد عن موضوع معين وما يترتب عن ذلك من أفعال سواء اكانت سلبية أو إيجابية وهي فكرة تكون عامة مبنية على المباشرة أو على الإيماء المركز والمنظم بحيث تتألف عن طريقها سلوكيات الأفراد المختلفة)^(٣).

ثانياً: أهمية الصورة الذهنية: نظراً لإدراك الإنسان المحدود على نحو عام للعالم من حوله بما فيه من دول وحكومات وشركات ومؤسسات وأفراد، فإنه يستعين على هذا القصور للمدركات الحسية بصورة ذهنية عن العالم الخارجي بما فيه من مؤسسات وأفراد وأشياء، ويعتمد على هذه الصورة في تشكيل مدركاته ومعارفه وتوقعاته وسلوكياته وردود أفعاله اتجاه القضايا المهمة، بل على حياته بشكل عام^(٤). وهذه الصور الذهنية لدى شخص عما حوله، (بما في ذلك الشركات والمؤسسات والدول والأفراد) قابلة للتغير وإضافة معلومات جديدة للمشهد الكلي للصورة الذهنية عن شركة أو شخص أو شيء ما، إذ نتيجة هذه المعلومات الجديدة تحدث مراجعات قد تكون طفيفة أو إعادة بناء كاملة للصورة أو الصور الذهنية^(٥). لقد شهدت السنوات الأخيرة من هذا القرن تزايداً مطرداً في الاهتمام بتأليف وبناء الصورة الذهنية، ولاسيما في مجالات الدراسات الاجتماعية والنفسية والإعلامية، نتيجة تأثير الصورة الذهنية لدى الإنسان في إدراكه الأشياء والأشخاص، وكذلك في حكمه على تلك الأشياء وأولئك الأشخاص؛ لأنها تمثل جزءاً من إطاره الدلالي. ومن هذا المنطلق أدركت المنظمات والشركات والمؤسسات والأفراد أهمية صورتها الذهنية لدى جماهيرها، وضرورة تهيئة البيئة النفسية لتكوينها، والتي تتمثل بحسب رأي واتجاهات الجماهير نحوها، وقد لقيت بحوث الصورة الذهنية اهتماماً مزايداً لدى المنظمات والأفراد من المجتمعات الغربية، وينبغي أن تحظى باهتمام أكبر في المجتمعات المسلمة على وجه العموم، ومن المؤسسات الإعلامية والمؤسسة الدينية، والمؤسسات التربوية.

ثالثاً: سمات الصورة الذهنية

- تعد الصورة الذهنية ظاهرة انسانية خاصة بالإنسان فهي تلك الظاهرة النفسية التي ندرکها على انها حالة او مجموعة انطباعات حسية منعكسة بين أدوات الحس المختلفة لذا فإنها تتميز بمجموعة من السمات والخصائص تتمثل بالاتي^(٦):
١. انها ليست مجرد محاكاة ولكنها أطار للذاكرة وعملية بناء تصور .
 ٢. انها قد تتسم بالوضوح او الغموض أو الحقيقة او عدم الحقيقة .
 ٣. انها تتسم بالعمومية والخصوصية وفقاً لمدى مشاركة الآخرين في هذه الصورة ،اي انها شيء خاص بالفرد وحده اذ يلجا الجمهور الى التعميم فيما يكون من صور ذهنية عن الواقع الاجتماعي ،ولا يركز بالضرورة على تفاصيل هذه الصورة لدرجة قد يصل فيها التعميم الى التبسيط المخل .
 ٤. الوعي واللاوعي فنحن لا نستطيع ادراك كل أجزاء الصورة في نفس الوقت وبنفس درجة الكثافة .
 ٥. انها تعد محصلة لكل خبرات الفرد السابقة.
 ٦. انها تتسم بالمرونة والتفاعل المستمر فتتطور وتنمو وتتسع وتقبل التغيير طوال الحياة.

٧. انها نتاج تفاعل المعرفة والإدراك كما ان السياق الاجتماعي والتاريخي يؤثر في تشكيل الصور الذهنية المختلفة.
٨. تستغرق الصورة الذهنية وقتاً طويلاً في البناء فالصورة الذهنية الصادقة يستغرق بناؤها وقتاً طويلاً من خلال اسلوب التفكير المنطقي، وذلك على عكس الصورة الذهنية الزائفة فهي لا تشتمل الا على اكثر الجوانب بروزاً وهذه الصورة سهلة التكوين^(٧).
٩. الصورة الذهنية عملية ديناميكية تتسم بالمرونة والتطور الداخلي، وتحظى بقدرة كبيرة على النمو الذاتي فقد يصل الى الانسان رسائل او معلومات ناقصة عن العالم الخارجي يقوم باستكمالها في ذهنه مما يسمح للصورة بأن تنمو وتتعمق على مدى حياته^(٨).
- رابعاً- مكونات الصورة الذهنية:**

تتميز الصورة الذهنية بان عدد من المكونات المترابطة والتي لا تنفصل عن بعضها البعض تسهم في تكوين الانطباع في اذهان الجمهور، حيث تتمثل هذه المكونات ب:

١. **المكون المعرفي:** وهو عبارة عن مجموعة الصفات المعرفية التي نستطيع ان ندرك بها الأشياء فالإنسان يولد وليس لديه معلومات، ولكن سرعان ما يضيفي على العالم معنى ليجعل الحياة مفهومة لديه .
 ٢. **المكون الوجداني:** ويقصد به الميل لموضوع او كرهه حيث يرتبط هذا البعد بالمشاعر، اذ ان الصورة الذهنية تتأثر بالمشاعر والعواطف، ويرتبط هذا البعد بالبعد المعرفي حيث تؤثر السمات المدركة في مدى قبولنا أو رفضنا للأشياء^(٩).
 ٣. **المكون السلوكي:** يتكون هذا المكون من مجموعة الاستجابات للموضوع الذي يراه الشخص في ضوء السمات المدركة في ذهنه ويعد تكوين الصورة الذهنية استجابة معينة ترتبط بنوعية الصورة المكونة وتعبّر عنها، وهو ما يسمى بالسلوك وهذا السلوك اما عضليا او نفسيا^(١٠).
- خامساً: وظائف الصورة الذهنية**

للصورة الذهنية العديد من الوظائف في شتى المجالات أهمها:

- ١- تحقق الصورة الذهنية للفرد اكبر قدر من التكيف مع ظروف الحياة من خلال دورها في اختصار جهد الفرد بما تقدمه له من اطر جاهزة تكفل له التعامل مع الآخر بل التنبؤ بسلوكه دون إمعان النظر في خصائصه الفردية .
- ٢- إن التصور الذهني يضيق نطاق الجهل بالآخرين من خلال استعانة الأفراد بالنتائج التي يقدمها التصور الذهني للتعرف على ما يمكن إن تكون عليه صور الآخرين خلال التعامل معهم⁽¹¹⁾.
- ٣- تسهم الصورة الذهنية في تفسير مواقف الفرد وأراءه وأنماط سلوكه في الحياة الاجتماعية وتفسر أساسا فلسفته في الحياة وذلك لارتباطها بقيمه ومعتقداته وثقافته .
- ٤- للصور الذهنية دور كبير في تكوين الرأي العام ذلك لأنها اللبنة الأولى التي يتكون منها الرأي باعتبار تأثيرها في آراء الناس ومواقفهم .
- ٥- تختصر الصورة الذهنية الجهد والوقت على الفرد وتقدم له تصورا عن العالم الذي يعيش فيه وعن العالم المحيط به .
- ٦- تسهم الصور الذهنية في التنبؤ بالسلوك والتصرفات المستقبلية للأفراد تجاه المواقف والقضايا والأزمات المختلفة ، فالصورة الذهنية المنطبعة لديهم عن الموضوعات والقضايا والأشخاص يمكن إن تنبئ بالسلوكيات التي قد تصدر عن هؤلاء الأفراد تجاه تلك القضايا أو الأشخاص⁽¹²⁾.
- ٧- خلق توقعات عن سلوك المؤسسة وممارساتها وابداء تفسيرات وتقييمات جاهزة لهذه السلوكيات والتفسيرات.
- ٨- تمد الفرد بمعلومات ضمنية للعلاقات المفترض وجودها بين المؤسسة وجماهيرها⁽¹³⁾.

الفصل الثالث الإطار الابدائي للبحث

النوع الاجتماعي جدول (١) يوضح توزيع المبحوثين من حيث النوع الاجتماعي

النوع الاجتماعي	التكرار	النسبة المئوية
ذكور	270	67.5%
إناث	130	32.5%
المجموع	400	100%

مجلة الجامعة العراقية المجلد (٦٥) العدد (٢) شباط لعام ٢٠٢٤

توضح الأرقام الواردة بالجدول (١) توزيع الباحثين حسب النوع الاجتماعي، فيتضح أن فئة الذكور أكثر من فئة الإناث، إذ حصلت فئة الذكور على نسبة مئوية قدرها (٦٧,٥٪)، وبتكرار (٢٧٠)، من مجموع (٤٠٠) تكرار، وحصلت فئة الإناث على نسبة مئوية قدرها (٣٢,٥٪) وتكرار (١٣٠) من مجموع (٤٠٠) تكرار.

٢- الفئة العمرية جدول (٢) يوضح توزيع الباحثين حسب الفئة العمرية

الفئة العمرية	التكرار	النسبة المئوية %	المرتبة
١٨ - ٢٨ سنة	٩٠	٢٢.٥٪	الثالثة
من ٢٩ - ٣٨ سنة	١٠٥	٢٦.٢٥٪	الثانية
من ٣٩ - ٤٨ سنة	١٤٠	٣٥٪	الاولى
من ٥٨ فأكثر	٦٥	١٦.٢٥٪	الرابعة
المجموع	400	100%	-

أظهرت نتائج الجدول السابق أن الفئات العمرية للباحثين من عينة البحث توزعت على مراتب عمرية تمثل عينة البحث؛ إذ جاءت الفئة العمرية من (٣٩ - ٤٨ سنة) بالمرتبة الأولى وحصلت على (١٤٠) تكراراً وبنسبة بلغت (٣٥٪)، تلتها الفئة العمرية من (٢٩ - ٣٨ سنة) بالمرتبة الثانية بواقع (١٠٥) تكراراً وبنسبة (٢٦,٢٥٪) فيما جاءت الفئة العمرية من (١٨ - ٢٨ سنة) بالمرتبة الثالثة محققة (٩٠) تكراراً وبنسبة بلغت (٢٢,٥٪)، أما الفئة العمرية من (٥٨ سنة فأكثر) بالمرتبة الرابعة وحصلت على (٦٥) تكراراً وبنسبة بلغت (١٦,٢٥٪).

٣- المستوى التعليمي: جدول (٣) يوضح توزيع الباحثين حسب المستوى التعليمي.

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
أقل من إعدادية	٢٨	٧٪	الرابعة
اعدادية	٨٤	٢١٪	الثانية
دبلوم	٣٣	٨.٢٥٪	الثالثة
بكالوريوس	٢٠٦	٥١.٥٪	الاولى
دبلوم عالي	٢٧	٦.٧٥٪	الخامسة
دراسات عليا	٢٢	٥.٥٪	السادسة
المجموع	400	100%	-

تبين الأرقام في الجدول السابق والخاصة بتوزيع الباحثين حسب المستوى التعليمي أن مستوى (شهادة البكالوريوس) جاء في المرتبة الأولى بتكرار (٢٠٦) وبنسبة مئوية قدرها (٥١.٥٪)، تلاها مستوى (شهادة الاعدادية) بالمرتبة الثانية بواقع (٨٤) تكراراً وبنسبة بلغت (٢١٪)، ثم جاء مستوى (شهادة الدبلوم (خريج معهد)) بالمرتبة الثالثة وحقق (٣٣) تكراراً وبنسبة بلغت (٨,٢٥٪)، بينما جاء مستوى (أقل من الاعدادية) بالمرتبة الرابعة بواقع (٢٨) تكراراً وبنسبة (٧٪)، في حين جاء مستوى (دبلوم عالي) بالمرتبة الخامسة وحصل على (٢٧) تكراراً وبنسبة بلغت (٦,٧٥٪)، تلاها مستوى (دراسات عليا) بالمرتبة السادسة بواقع (٢٢) تكرارات، وبنسبة بلغت (٥,٥٪).

٤- الحالة الاجتماعية: جدول (٤) يبين توزيع الباحثين حسب الحالة الاجتماعية.

ت	الحالة الاجتماعية	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	متزوج	٢٩٨	٧٤.٥٪	الاولى
٢	اعزب	٩١	٢٢.٧٥٪	الثانية
٣	ارمل	٦	١.٥٪	الثالثة

٤	مطلق	٥	١.٢٥%	الرابعة
المجموع		400	100%	-

أظهرت بيانات الجدول السابق والخاصة بتوزيع المبحوثين حسب الحالة الاجتماعية أن فئة (متزوج) كانت هي الأكثر؛ إذ جاءت هذه الفئة بالمرتبة الأولى بواقع (٢٩٨) تكراراً وبنسبة مئوية بلغت (٧٤,٥٪)، بينما حلت فئة (أعزب) بالمرتبة الثانية محققة (٩١) تكراراً وبنسبة مئوية قدرها (٢٢,٧٥٪)، ثم فئة (ارمل) بالمرتبة الثالثة وحصلت على (٦) تكراراً وبنسبة (١,٥٪)، وأخيراً جاءت فئة (مطلق) بالمرتبة الرابعة بواقع (٥) تكرارات وبنسبة مئوية بلغت (١,٢٥٪).

٥- طبيعة العمل جدول (٥) يبين توزيع المبحوثين حسب المهنة أو الوظيفة.

ت	طبيعة العمل	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	موظف	١٦٤	٤١٪	الأولى
٢	أعمال حرة	٢٦	٦,٥٪	الرابعة
٣	متقاعد	٨٨	٢٢٪	الثالثة
٤	كاسب	١٠٠	٢٥٪	الثانية
٥	طالب	٢٢	٥,٥٪	الخامسة
	المجموع	400	100%	-

أظهرت بيانات الجدول السابق والخاصة بتوزيع المبحوثين حسب المهنة أن فئة (موظف) كانت هي الأكثر؛ إذ جاءت هذه الفئة بالمرتبة الأولى بواقع (١٦٤) تكراراً وبنسبة بلغت (٤١٪)، تلتها فئة (كاسب) بالمرتبة الثانية محققة (١٠٠) تكراراً وبنسبة (٢٥٪)، وتأتي فئة (متقاعد) بالمرتبة الثالثة بواقع (٨٨) تكراراً وبنسبة مئوية (٢٢٪)، بينما حلت فئة (أعمال حرة) بالمرتبة الرابعة بواقع (٢٦) تكراراً وبنسبة مئوية بلغت (٦,٥٪)، وأخيراً جاءت فئة (طالب) بالمرتبة الخامسة وحقت (٢٢) تكراراً وبنسبة مئوية بلغت (٥,٥٪).

المحور الثاني: تشكيل الصورة الذهنية عن المؤسسات التربوية.

١- ماهي وسائل الاتصال برأيك التي ساهمت في تشكيل صورة المؤسسات التربوية لديك (يمكن تأشير أكثر من خيار)

جدول (٦) يبين وسائل الاتصال التي ساهمت في تشكيل صورة المؤسسات التربوية لدى المبحوثين.

ت	وسائل الاتصال	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	وسائل الاعلام	246	34.31%	الثانية
٢	مواقع التواصل الاجتماعي	257	35.84%	الأولى
٣	المواقع الالكترونية عبر شبكة الانترنت	125	17.43%	الثالثة
٤	الاتصال الشخصي	89	12.41%	الرابعة
	المجموع	717*	100%	-

كشفت لنا نتائج تحليل الجدول أعلاه إلى أن فئة (مواقع التواصل الاجتماعي) جاءت في مقدمة وسائل الاتصال التي ساهمت في تشكيل صورة المؤسسات التربوية من وجهة نظر المبحوثين؛ حيث احتلت المرتبة الأولى بواقع (٢٥٧) تكراراً وبنسبة بلغت (٣٥,٨٤٪)، تلتها فئة (وسائل الاعلام) بالمرتبة الثانية محققة (٢٤٦) تكراراً وبنسبة (٣٤,٣١٪)، بينما جاءت فئة (المواقع الالكترونية عبر شبكات الانترنت) بالمرتبة الثالثة وحقت (١٢٥) تكراراً وبنسبة بلغت (١٧,٤٣٪)، أما فئة (الاتصال الشخصي) فقد حلت في المرتبة الرابعة بواقع (٨٩) تكراراً وبنسبة (١٢,٤١٪)، ويمكن أن يرجع سبب حصول مواقع التواصل الاجتماعي لإلتاحتها بشكل كبير وكذلك يمكن الوصول إليها بطرق عدة.

٢- ما رأيك في مستوى تعامل منتسبي المؤسسات التربوية مع الجمهور؟

جدول (٧) يبين مستوى تعامل منتسبي المؤسسات التربوية مع الجمهور.

ت	الاستجابات	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة	درجة الحرية	قيمة كا ٢		مستوى الدلالة
						المحسوبة	الجدولية	
١	ممتاز	٣٢	٨%	٣	٢	١٧٧.٠١	٥.٩٩	٠.٠٥
٢	جيد	١٢٠	٣٠%	2				
٣	متوسط	٢٤٨	62%	١				
المجموع		400	100%	-				

كشفت بيانات جدول اعلاه أن (٦٢%) من أفراد عينة الدراسة أنهم يرون أن مستوى تعامل منتسبي المؤسسات التربوية مع الجمهور متوسط، بينما أشار (٣٠%) من أفراد عينة الدراسة أن أنهم يرون أن مستوى تعامل منتسبي المؤسسات التربوية مع جمهورهم جيد، في حين أشار (٨%) من أفراد عينة الدراسة أن مستوى تعامل منتسبي المؤسسات التربوية مع جمهورهم ممتاز. وبإجراء اختبار Chi-Square Tests تبين وجود فروق ذات دلالة احصائية في مستوى تعامل منتسبي المؤسسات التربوية مع جمهورهم حيث بلغت قيمة كا ٢ المحسوبة (١٧٧.٠١)، وهي أكبر من القيمة الجدولية (٥.٩٩) وهي دالة احصائياً عند مستوى دلالة (٠.٠٥) ودرجة الحرية (٢) ولصالح استجابة متوسط، أي أن نسبة كبيرة من المبحوثين يرون أن مستوى تعامل منتسبي المؤسسات التربوية مع جمهورهم متوسط. وتعكس هذه النتيجة أن على المؤسسات التربوية أن تعيد النظر في مستوى تعاملها مع الجمهور لما لهذا التعامل من دور ايجابي ويخلق صورة ذهنية جيدة لدى الجمهور.

٣- أي من الوسائل الاتصالية الاتية التي ساهمت في تشكيل الصورة الذهنية عن المؤسسات التربوية؟ (يمكن اختيار اكثر من بديل)
جدول (٨) يبين الوسائل الاتصالية الاتية التي ساهمت في تشكيل الصورة الذهنية عن المؤسسات التربوية.

ت	الوسائل الاتصالية	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	الصحف المحلية	١٦	2.9%	السابعة
٢	الإذاعات المحلية	٣٤	6.2%	السادسة
٣	القنوات الفضائية	١٤٤	26.1%	الثانية
٤	مواقع التواصل الاجتماعي	١٦٢	29.35%	الاولى
٥	الاعلانات والملصقات	٤١	7.43%	الخامسة
٦	الموقع الرسمي لوزارة التربية	58	10.51%	الرابعة
٧	الاتصال الشخصي مع الاخرين	٨٧	15.76%	الثالثة
٨	أخرى تذكر	١٠	1.81%	الثامنة
المجموع		552(*)	100%	-

كشفت لنا نتائج تحليل الجدول اعلاه إلى أن فئة (مواقع التواصل الاجتماعي) جاءت في مقدمة الوسائل الاتصالية الاتية التي ساهمت في تشكيل الصورة الذهنية عن المؤسسات التربوية من وجهة نظر المبحوثين؛ حيث احتلت المرتبة الأولى بواقع (١٦٢) تكراراً ونسبة بلغت (٢٩,٣٥%)، تلتها فئة (القنوات الفضائية) بالمرتبة الثانية محققة (١٤٤) تكراراً ونسبة (٢٦,١%)، بينما جاءت فئة (الاتصال الشخصي مع الاخرين) بالمرتبة الثالثة وحققت (٨٧) تكراراً ونسبة بلغت (١٥,٧٦%)، أما فئة (الموقع الرسمي لوزارة التربية) فقد حلت في المرتبة الرابعة بواقع (٥٨) تكراراً ونسبة (١٠,٥١%)، وتأتي فئة (الاعلانات والملصقات) بالمرتبة الخامسة بواقع (٤١) تكراراً ونسبة (٧,٤٣%)، ثم فئة (الإذاعات المحلية) بالمرتبة السادسة بواقع (٣٤) تكراراً ونسبة بلغت (٦,٢%)، بينما حلت فئة (الصحف المحلية) بالمرتبة السابعة بواقع (١٦) تكراراً ونسبة (٢,٩%)، في حين حلت فئة (أخرى تذكر) بالمرتبة الثامنة بواقع (١٠) تكراراً ونسبة (١,٨١%).

المحور الثالث: مقياس رأي المبحوثين حول الفقرات الاتية التي تعبر عن صورة المؤسسات التربوية لدى الجمهور العراقي؟ السؤال الاول: مدى اسهام وسائل الاتصال في تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسات التربوية لدى الجمهور العراقي؟ جدول (٩) يبين مدى اسهام وسائل الاتصال في تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسات التربوية لدى الجمهور العراقي. ن = ٤٠٠

مجلة الجامعة العراقية المجلد (٦٥) العدد (٢) شباط لعام ٢٠٢٤

ت	وسائل الاتصال	موافق	محايد	غير موافق	الوسط المرجح	الوزن المنوي	المرتبة	الاتجاه
١	تعزز وسائل الاعلام الصورة الذهنية المتشكلة عن المؤسسات التربوية	ك	١٦٢	٢٨	٢,٣٣٥	٧٧,٨٣	٣	محايد
		%	٤٠,٥	٧				
٢	تسهم وسائل الاعلام في زيادة الوعي لدى الجمهور العراقي وحثهم على التعاون المؤسسات التربوية	ك	١٨٠	٣٠	٢,٣٧٥	٧٩,١٧	١	محايد
		%	٤٥	٧,٥				
٣	تساهم وسائل الإعلام في زرع الثقة عند الجمهور عن المؤسسات التربوية	ك	١٧٠	٤٨	٢,٣٠٥	٧٦,٨٣	٤	محايد
		%	٤٢,٥	١٢				
٤	تركز وسائل الاعلام أحياناً في ابراز السلبيات عن واقع الخدمات التي تقدمها المؤسسات التربوية	ك	١٦٢	٥٠	٢,٢٨	٧٦	٥	محايد
		%	٤٠,٥	١٢,٥				
٥	تنقل وسائل الاعلام التجارب المتميزة التي تقوم بها المؤسسات التربوية	ك	١٧٢	٣٠	٢,٣٥٥	٧٨,٥	٢	محايد
		%	٤٣	٧,٥				

يتضح من بيانات الجدول ترتيب مدى اسهام وسائل الاتصال في تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسات التربوية لدى الجمهور العراقي حسب اتجاهات أفراد عينة الدراسة، والتي تشير في مجملها إلى موافقة عينة الدراسة على الاسهام في هذه الوسائل والتي جاءت كما يلي: جاءت (تسهم وسائل الاعلام في زيادة الوعي لدى الجمهور العراقي وحثهم على التعاون المؤسسات التربوية) في مقدمة اسهامات وسائل الاتصال في تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسات التربوية من وجهة نظر الجمهور العراقي بمتوسط حسابي (٢.٣٧٥) وبوزن مؤوي قدره (٧٩,١٧٪)، تلاها (تنقل وسائل الاعلام التجارب المتميزة التي تقوم بها المؤسسات التربوية) بالمرتبة الثانية بمتوسط حسابي (٢.٣٥٥) وبوزن مؤوي قدره (٧٨,٥٪)، وجاءت (تعزز وسائل الاعلام الصورة الذهنية المتشكلة عن المؤسسات التربوية) بالمرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (٢,٣٣٥) وبوزن مؤوي قدره (٧٦,٨٣٪) ثم (تساهم وسائل الإعلام في زرع الثقة عند الجمهور عن المؤسسات التربوية) بالمرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (٢,٣٠٥) وبوزن مؤوي قدره (٧٦,٨٣٪)، وأخيراً (تركز وسائل الاعلام أحياناً في ابراز السلبيات عن واقع الخدمات التي تقدمها المؤسسات التربوية) بالمرتبة الخامسة بمتوسط حسابي (٢,٢٨) وبوزن مؤوي قدره (٧٦٪).

ثانياً:- مدى اسهام الأساليب الاتصالية في زيادة معلومات ومعارف الجمهور عن طبيعة عمل المؤسسات التربوية.

جدول (١٠) يبين مدى اسهام الأساليب الاتصالية في زيادة معلومات ومعارف الجمهور عن طبيعة عمل المؤسسات التربوية. ن=٤٠٠

ت	وسائل الاتصال	موافق	محايد	غير موافق	الوسط المرجح	الوزن المنوي	المرتبة	الاتجاه
١	تهدف الأساليب الاتصالية التي تستخدمها المؤسسات التربوية على مراعاة الجمهور	ك	١٤٨	٥٤	٢,٢٣٥	٧٤,٥	٦	محايد
		%	٣٧	١٣,٥				
٢	تحرص المؤسسات التربوية على توضيح الرسائل التوعوية التي تقدمها للجمهور	ك	١٦٠	٤٦	٢,٢٨٥	٧٦,١٧	٣	محايد
		%	٤٠	١١,٥				
٣	تؤدي وسائل الاعلام وشبكات التواصل الاجتماعي دوراً كبيراً في توعية الجمهور بطبيعة عمل المؤسسات التربوية	ك	١٦٢	٣٦	٢,٣١٥	٧٧,١٧	٢	محايد
		%	٤٠,٥	٩				
٤	تعمل المؤسسات التربوية على توعية الجمهور بضرورة المحافظة على ممتلكاتها العامة.	ك	١٥٢	٤٠	٢,٢٨	٧٦	٤	محايد
		%	٣٨	١٠				
٥	تقوم المؤسسات التربوية بزيادة روابط التعاون بين المنتسبين والجمهور.	ك	١٧٢	٣٢	٢,٣٥	٧٨,٣٣	١	محايد
		%	٤٣	٨				

٦	تسهم المؤسسات التربوية في تمكين الجمهور من التعبير عن آرائهم وإيصال اصواتهم للمسؤولين	ك	١٤٤	٢١٨	٣٨	٧٥,٥	٥	محايد
		%	٣٦	٥٤,٥	٩,٥			

يتضح من بيانات الجدول ترتيب مدى اسهام الأساليب الاتصالية في زيادة معلومات ومعارف الجمهور عن طبيعة عمل المؤسسات التربوية حسب اتجاهات أفراد عينة الدراسة، والتي تشير في مجملها إلى موافقة عينة الدراسة على الاسهام في هذه الأساليب الاتصالية والتي جاءت كما يلي: جاءت (تقوم المؤسسات التربوية بزيادة روابط التعاون بين المنتسبين والجمهور). في مقدمة اسهامات الأساليب الاتصالية في زيادة معلومات ومعارف الجمهور عن طبيعة عمل المؤسسات التربوية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة بمتوسط حسابي (٢.٣٥) وبوزن مؤوي قدره (٧٨,٣٣)٪، تلاها (تؤدي وسائل الاعلام وشبكات التواصل الاجتماعي دوراً كبيراً في توعية الجمهور بطبيعة عمل المؤسسات التربوية) بالمرتبة الثانية بمتوسط حسابي (٢.٣١٥) وبوزن مؤوي قدره (٧٧,١٧)٪، وجاءت (تحرص المؤسسات التربوية على توضيح الرسائل التوعوية التي تقدمها للجمهور) بالمرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (٢.٢٨٥) وبوزن مؤوي قدره (٧٦,١٧)٪، ثم (تعمل المؤسسات التربوية على توعية الجمهور بضرورة المحافظة على ممتلكاتها العامة). بالمرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (٢.٢٨) وبوزن مؤوي قدره (٧٦)٪، تلاها (تسهم المؤسسات التربوية في تمكين الجمهور من التعبير عن آرائهم وإيصال اصواتهم للمسؤولين) بالمرتبة الخامسة بمتوسط حسابي (٢.٢٦٥) وبوزن مؤوي قدره (٧٥,٥)٪، وأخيراً (تهدف الأساليب الاتصالية التي تستخدمها المؤسسات التربوية على مراعاة الجمهور) بالمرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (٢.٢٣٥) وبوزن مؤوي قدره (٧٤,٥)٪.

ثالثاً: مدى متابعة الجمهور لأنشطة المؤسسات التربوية في تشكيل الصورة الذهنية

جدول (١١) يبين مدى متابعة الجمهور لأنشطة المؤسسات التربوية في تشكيل الصورة الذهنية. ن = ٤٠٠

ت	متابعة الجمهور لأنشطة المؤسسات التربوية	موافق	محايد	غير موافق	الوسط المرجح	الوزن المنوي	المرتبة	الاتجاه
١	تعمل المؤسسات التربوية على تعريف الجمهور بأهمية احترام اللوائح والقوانين التي تصدر عنها	ك	١٦٢	٢١٢	٢٦	٧٨	١	محايد
		%	٤٠,٥	٥٣	٦,٥			
٢	تهدف المؤسسات التربوية إلى اظهار صورتها بشكل إيجابي لدى الجمهور	ك	١٣٨	٢٢٤	٣٨	٧٥	٢	محايد
		%	٣٤,٥	٥٦	٩,٥			
٣	تحرص المؤسسات التربوية على معرفة آراء الجمهور حول أنشطتها التربوية	ك	١٣٢	٢٢٠	٤٨	٧٣,٦٧	٤	محايد
		%	٣٣	٥٥	١٢			
٤	تعمل المؤسسات التربوية على توفير المعلومات الكافية بخصوص توعية الجمهور بالدور التربوي لعمل مؤسساتها	ك	١٣٩	٢١٠	٥١	٧٤	٣	محايد
		%	٣٤,٧٥	٥٢,٥	١٢,٧٥			
٥	تحرص المؤسسات التربوية إلى إيضاح خططها وبرامجها التربوية للجمهور	ك	١٤٧	٢٠٦	٤٧	٧٥	٢	محايد
		%	٣٦,٧٥	٥١,٥	١١,٧٥			
٦	تعمل المؤسسات التربوية على توفير المستلزمات الدراسية للطلبة	ك	٩٨	٢٣٢	٧٠	٦٩	٥	محايد
		%	٢٤,٥	٥٨	١٧,٥			
٧	تعمل المؤسسات التربوية على حل موضوع الأبنية المدرسية وفق خطط معدة مسبقاً	ك	٨٨	٢٤٣	٦٩	٦٨,٣٣	٦	محايد
		%	٢٢	٦٠,٧٥	١٧,٧٥			

يتضح من بيانات الجدول ترتيب مدى متابعة الجمهور لأنشطة المؤسسات التربوية في تشكيل الصورة الذهنية حسب اتجاهات أفراد عينة الدراسة، والتي تشير في مجملها إلى موافقة عينة الدراسة على هذه المتابعة والتي جاءت كما يلي: جاءت (تعمل المؤسسات التربوية على تعريف الجمهور بأهمية احترام اللوائح والقوانين التي تصدر عنها) في مقدمة متابعات الجمهور لأنشطة المؤسسات التربوية في تشكيل الصورة الذهنية حسب اتجاهات أفراد عينة الدراسة بمتوسط حسابي (٢,٣٤) وبوزن مؤوي قدره (٧٨)٪، تلاها كل من فئتا (تهدف المؤسسات التربوية إلى اظهار

صورتها بشكل إيجابي لدى الجمهور) بمتوسط حسابي (٢,٢٥) وبوزن مؤي قدره (٧٥٪) و (تحرص المؤسسات التربوية إلى إيضاح خططها وبرامجها التربوية للجمهور) بالمرتبة الثانية بمتوسط حسابي (٢,٢٥) وبوزن مؤي قدره (٧٥٪) بالمرتبة الثانية ، وجاءت (تعمل المؤسسات التربوية على توفير المعلومات الكافية بخصوص نوعية الجمهور بالدور التربوي لعمل مؤسساتها) بالمرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (٢,٢٢) وبوزن مؤي قدره (٧٤٪)، ثم (تحرص المؤسسات التربوية على معرفة آراء الجمهور حول أنشطتها التربوية) بالمرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (٢,٢١) وبوزن مؤي قدره (٧٣,٦٧٪)، تلاها (تعمل المؤسسات التربوية على توفير المستلزمات الدراسية للطلبة) بالمرتبة الخامسة بمتوسط حسابي (٢,٠٧) وبوزن مؤي قدره (٦٩٪)، وأخيراً (تعمل المؤسسات التربوية على حل موضوع الأبنية المدرسية وفق خطط معدة مسبقاً) بالمرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (٢,٠٥) وبوزن مؤي قدره (٦٨,٣٣٪).

رابعاً: الصورة الذهنية التي يحملها الجمهور العراقي ازاء المؤسسات التربوية

جدول (١٢) يبين الصورة الذهنية التي يحملها الجمهور العراقي ازاء المؤسسات التربوية. ن=٤٠٠

ت	الصورة الذهنية التي يحملها الجمهور العراقي نحو المؤسسات التربوية	موافق	محايد	غير موافق	الوسط المرجح	الوزن المؤي	المرتبة	الاتجاه
١	تؤدي المؤسسات التربوية دورها بشكل جيد ومنضبط ازاء حقوق جمهورها	٨٨	٢٤٣	٦٩	٢,٠٥	٦٨,٣٣	٢	محايد
		٢٢ %	٦٠,٧٥	١٧,٢٥				
٢	تسهم المؤسسات التربوية في حل الكثير من المشكلات التي يعاني منها جمهورها	١٣٦	٢١٦	٤٨	٢,٢٢	٧٤	١	محايد
		٣٤ %	٥٤	١٢				
٣	لم توفر المؤسسات التربوية ابسط الخدمات التي يحتاجها جمهورها	٦٨	١٧٤	١٥٨	١,٧٧٥	٥٩,١٧	٤	محايد
		١٧ %	٤٣,٥	٣٩,٥				
٤	تشجع المؤسسات التربوية جمهورها على حرية الراي	١١٤	١٧٠	١١٦	١,٩٩٥	٦٦,٥	٣	محايد
		٢٨,٥ %	٤٢,٥	٢٩				

يتضح من بيانات الجدول ترتيب الصورة الذهنية التي يحملها الجمهور العراقي نحو المؤسسات التربوية حسب اتجاهات أفراد عينة الدراسة، والتي تشير في مجملها إلى موافقة عينة الدراسة على الصورة الذهنية التي يحملها الجمهور ازاء المؤسسات التربوية والتي جاءت كما يلي: جاءت (تسهم المؤسسات التربوية في حل الكثير من المشكلات التي يعاني منها جمهورها) في مقدمة الصورة الذهنية التي يحملها الجمهور العراقي نحو المؤسسات التربوية حسب اتجاهات أفراد عينة الدراسة بمتوسط حسابي (٢,٢٢) وبوزن مؤي قدره (٧٤٪)، تلاها (تؤدي المؤسسات التربوية دورها بشكل جيد ومنضبط ازاء حقوق جمهورها) بالمرتبة الثانية بمتوسط حسابي (٢,٠٥) وبوزن مؤي قدره (٦٨,٣٣٪)، وجاءت (تشجع المؤسسات التربوية جمهورها على حرية الراي) بالمرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (١,٩٩٥) وبوزن مؤي قدره (٦٦,٥٪)، وأخيراً جاءت (لم توفر المؤسسات التربوية ابسط الخدمات التي يحتاجها جمهورها) بالمرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (١,٧٧٥) وبوزن مؤي قدره (٥٩,١٧٪).
فرضيات الدراسة:

الفرضية الأولى: هناك فروق ذات دلالة احصائية فيما يتعلق بمستوى تعامل منتسبي المؤسسات التربوية مع الطلبة وتبعاً للنوع الاجتماعي.

١- النوع الاجتماعي: للتحقق من الفرضية الأولى بحسب النوع الاجتماعي لمعرفة دلالة الفرق في مستوى تعامل منتسبي المؤسسات التربوية مع الطلبة المبحوثين من الذكور والإناث، استعمل الباحث الاختبار التائي T- test لعينتين مستقلتين فأتضح له أن متوسط الذكور (2.5896) و بانحراف معياري (4.8623)، و متوسط الإناث (1.6203) و بانحراف معياري (4.9376) و بدرجة حرية (398) درجة، و أن القيمة التائية المحسوبة (12.110) أكبر من القيمة الجدولية (1.96).

و تشير هذه النتيجة إلى أن الفرق دال إحصائياً عند مستوى (0.05) و جدول () يوضح ذلك.

جدول () القيمة التائية لدلالة الفرق بين الذكور والإناث في متوسطات درجات مستوى تعامل منتسبي المؤسسات التربوية مع الطلبة.

النوع الاجتماعي	العدد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية	القيمة التائية		الحكم
					المحسوبة	الجدولية	
ذكور	270	2.5896	.48623	398	12.110	1.96	دالة عند مستوى دلالة ٠,٠٥
إناث	130	1.6203	4.9376	398	12.110	1.96	

وهذه النتيجة تشير إلى وجود فروق ذات دلالة احصائية بين الذكور والإناث فيما يتعلق بمتوسطات درجات مستوى تعامل منتسبي المؤسسات التربوية مع الطلبة عند مستوى دلالة (0.05) ولصالح الذكور بمتوسط حسابي قدره (2.5896). وبذلك ثبت صحة الفرضية الأولى
الفرضية الثانية: توجد علاقة ارتباطية بين مدى اسهام وسائل الاتصال في تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسات التربوية لدى الجمهور العراقي وبين الصورة الذهنية التي يحملها الجمهور العراقي ازاء المؤسسات التربوية. جدول () يبين العلاقة بين مدى اسهام وسائل الاتصال في تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسات التربوية لدى الجمهور العراقي وبين الصورة الذهنية التي يحملها الجمهور العراقي ازاء المؤسسات التربوية.

المتغير			الصورة الذهنية التي يحملها الجمهور العراقي ازاء المؤسسات التربوية
الحكم	قيمة بيرسون	درجة الحرية	مدى اسهام وسائل الاتصال في تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسات التربوية لدى الجمهور العراقي
دالة عند مستوى دلالة ٠,٠٠١	المحسوبة	٣٩٨	
	الجدولية	٠.873**	
	0.232		

توضح بيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة بين مدى اسهام وسائل الاتصال في تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسات التربوية لدى الجمهور العراقي وبين الصورة الذهنية التي يحملها الجمهور العراقي ازاء المؤسسات التربوية، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون 0.873^{**} . وهي أكبر من القيمة الجدولية (٠.٢٣٢) عند مستوى دلالة (٠.٠٠١) ودرجة حرية (٣٩٨) وبذلك ثبت صحة الفرضية الثانية.

✪ الاستنتاجات :

- ١- تصدر مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة اتصالية يعتمد عليها الجمهور في تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسات التربوية ، ويرجع ذلك لسهولة الاستخدام وإتاحتها.
- ٢- أن إسهم وسائل الاتصال بتشكيل الصورة الذهنية كان محايداً ويرجع ذلك الى كثرة التعامل المباشر لأفراد العينة مع المؤسسات التربوية.
- ٣- أتضح من خلال النتائج بأن إسهم الأساليب الاتصالية في زيادة معلومات ومعارف الجمهور كانت محايدة ويرجع ذلك لنفس السبب في الاستنتاج الثاني .
- ٤- تبين من خلال نتائج البحث ان متابعة الجمهور لأنشطة المؤسسات التربوية وعلاقة ذلك بتشكيل الصورة الذهنية كان محايداً، ويرجع ذلك ربما الى ضعف الثقة بين المؤسسات التربوية وجمهورها.

✪ نتائج الفرضيات :

- ١- أظهرت نتائج الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة احصائية بين الذكور والإناث فيما يتعلق بمتوسطات درجات مستوى تعامل منتسبي المؤسسات التربوية مع الجمهور ، وبذلك ثبت صحة الفرضية الأولى.
- ٢- كشفت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة بين مدى اسهام وسائل الاتصال في تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسات التربوية لدى الجمهور العراقي وبين الصورة الذهنية التي يحملها الجمهور العراقي ازاء المؤسسات التربوية، وبذلك ثبت صحة الفرضية الثانية.

هوامش البحث

- ١- أ.د. عرسان يوسف عرسان (الجامعة العراقية - كلية الاعلام).
- ٢- أ.د. محمد حامد عبد (جامعة الانبار - كلية الآداب).
- ٣- أ.م.د. كريم مشط (جامعة بغداد - كلية الاعلام).
- ٤- أ.م.د. محمود ياسين سعود (الجامعة العراقية - كلية الاعلام).
- ٥- م.د. صباح عواد محمد (الجامعة العراقية - كلية الاعلام).

(١) Bows, Jistereotyping and communication accuracy Journalism Quarterly Vol : 55, 1977, . 70-76.

(٢) The New international Webster's Comprehensive dictionary (Chicago : J. G, Ferguson Publishing, .

(٣) نقلاً عن د. مالك الأحمد، الصورة الذهنية والمؤسسات الخيرية، الموسوعة الشاملة، السبت، ٢٢/٧/٢٠٢٣، ص ١.

www.K5.ISIAMPort.com/w/qur/web/3387/1.htm

- (٤) سعيد علي الشهراني، الآثار الأمنية لقرارات فصل إدارة دوريات الأمن عن مديريات شرطة المنطقة بالمملكة العربية السعودية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، ١٤٢٤ هجرية، ص ٤٥.
- (٥) جيهان رشدي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، القاهرة، بدون دار نشر ١٩٧٨، ص ٨.
- (٦) ليلي حسين السيد، صورة إفريقيا في وسائل الإعلام المصري ولدى الشباب الجامعي بحث مقدم الى المؤتمر العلمي الثاني لأكاديمية إخبار اليوم تحت عنوان (الصحافة وأفاق التكنولوجيا) ٨_٩ ابريل ٢٠٠٣ ص ٥، ٦.
- (٧) ماهر فريد زهران، الصورة الذهنية للمعلم كما تعكسها الدراما المقدمة بالتلفزيون لدى المراهقين، رسالة ماجستير غير منشورة، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، ٢٠٠٠، ص ٨٧.
- (٨) انجي محمد ابو سريع، الصورة الذهنية لمهنة العلاقات العامة لدى ممارسيها وعلاقتها بمستوى ادائهم لها، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية. (٩) ميرال مصطفى عبدالفتاح، صورة العرب في الفضائيات الإخبارية الأجنبية (القاهرة: دار العالم العربي، ٢٠١٣) ص ٢٤.
- (١٠) فهد عبدالعزيز الطويرقي، الصورة الذهنية ومحاولة لفهم الواقع والاشياء (الرياض: دار طويرق للنشر والتوزيع، ١٩٩١) ص ٥٣.
٣. ايمن منصور نداء، الصورة الذهنية والإعلامية، عوامل التشكيل واستراتيجيات التغيير، كيف يرانا الغرب ص ٢٩-٣١.
- (11) طارق الحاج، اثر الخداع التسويقي في تكوين الصورة الذهنية لدى الزبائن في سوق الخدمات المصرفية، (عمان: مجلة رماح للبحوث والدراسات، العدد ٢٦، ٢٠١٨)، ص ١٥.
- (12) جاسم العقابي، مبادئ العلاقات العامة المعاصرة، بغداد، دار ومكتبة عدنان، ٢٠١٤، ص ٤٣٧.
- (13) سالم جاسم محمد العزاوي، صورة مجلس النواب لدى الجمهور العراقي، اطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة بغداد، ٢٠١٠، ص ٣٥.
- (* يتضح ان عدد التكرارات يبلغ (٧١٧)، بينما حجم عينة البحث هي (٤٠٠)، ويرجع سبب ارتفاع عدد التكرارات كون الإجابة على هذا السؤال كانت تسمح باختيار أكثر من بديل.

()Quoted from Dr. Malik Al-Ahmad, Mental Image and Charitable Institutions, The Comprehensive Encyclopedia, Saturday, 7/22/2023, p. 1.

www.K5.ISIAMP.com/w/qur/web/3387/1.htm

()Saeed Ali Al-Shahrani, The security implications of the decisions to separate the security patrol administration from the regional police directorates in the Kingdom of Saudi Arabia, unpublished master's thesis, Naif Arab University for Security Sciences, Riyadh, 1424 AH, p. 45.

()Jehan Rushdi, Scientific Foundations of Media Theories, Cairo, No Publishing House 1978, p. 8.

()Laila Hussein Al-Sayed, The Image of Africa in the Egyptian Media and Among University Youth, a research presented to the second scientific conference of the Akhbar Al-Youm Academy under the title (Journalism and Technology Horizons), April 8-9, 2003, pp. 5, 6.

()Maher Farid Zahran, The mental image of the teacher as reflected in the drama presented on television among adolescents, unpublished master's thesis, Institute of Graduate Studies for Childhood, Ain Shams University, 2000, p. 87.

()Angie Muhammad Abu Sari', The mental image of the public relations profession among its practitioners and its relationship to their level of performance, unpublished master's thesis, Faculty of Information, Cairo University, 2000, p. 87.

()Miral Mustafa Abdel Fattah, The Image of Arabs on Foreign Satellite News Channels (Cairo: Dar Al-Alam Al-Arabi, 2013) p. 24

()Fahd Abdulaziz Al-Tuwairqi, The Mental Image and an Try to Understand Reality and Things (Riyadh: Dar Tuwairiq for Publishing and Distribution, 1991), p. 53.

٣. Ayman Mansour Nada, Mental and Media Image, Formation Factors and Strategies for Change, How the West Sees Us (Cairo: Al-Madina Press, 2004), pp. 29-31.

()Tariq Al-Hajj, The effect of marketing deception on forming the mental image of customers in the banking services market, (Oman: Rumah Journal for Research and Studies, No. 26, 2018), p. 15.

()Jassem Al-Aqabi, Principles of Contemporary Public Relations, Baghdad, Adnan House and Library, 2014,

()Salem Jassim Muhammad Al-Azzawi, The Image of the House of Representatives among the Iraqi Public, unpublished doctoral thesis, University of Baghdad, 2010, p. 35