

# الصورة الذهنية للجامعة المستنصرية لدى طلبة الثانوية العامة

كلمات مفتاحية (الجامعة المستنصرية ، طلبة الثانوية ، الصورة الذهنية )

## الباحثان

د. حذيفة زيدان خلف

مدرس

قسم إدارة المكتب

معهد الإدارة/ الرصافة

[Huthefa1975@gmail.com](mailto:Huthefa1975@gmail.com)

د. نعمان عباس ندا الحياني

أستاذ مساعد

قسم إدارة المكتب

معهد الإدارة/ الرصافة

# **Mental picture of Mustansiriya University with high school students**

**Keywords (Mustansiriya University, high  
school students, the mental image)**

**researchers**

**Dr. Noman Abbas Nada Hayani**

**Assistant Professor**

**Department of Management Office**

**Institute of Management / Rusafa**

**Dr. Huthefa Zidane Khalaf**

**Teacher**

**Department of Management Office**

**Institute of Management / Rusafa**

**Huthefa1975@gmail.com**

1435H

## المستخلص:-

تتوقف قوة الصورة الذهنية أو ضعفها عند الأفراد الذين تتكون لديهم تبعاً لدرجة الاتصال بينهم وبين المؤسسات المختلفة، ومدى اهتمامهم بهذه المؤسسات. أو التأثر بنشاطها ويمكن التعرف على هذه الصورة وقياس التغيرات التي تكون غالباً بطيئة كما انه من الطبيعي أن يصعب على الفرد تكوين صورة عن شيء لم يعرفه، كما أن الصور التي تتكون عن أشياء بعيدة تكون غالباً ضعيفة وقابلة للتغير.

وتأتي أهمية هذا البحث من خلال التعرف على ماهية الصورة الذهنية التي يكونها طلبة الثانوية العامة نحو الجامعة المستنصرية والتعرف على سبل تعزيز وتحسين الصورة الذهنية لدى الطلبة تجاه الجامعة وتساهم الدراسة في التعرف على مسائل الاتصال التي تستخدمها وحدة العلاقات العامة في الجامعة للوصول إلى هذا الجمهور التي كونت بناء عليها عينة الدراسة صورتها الذهنية تجاه الجامعة.

وقد استخدم الباحثان المنهج المسحي في الدراسة في جانبين، جانب نظري واشتمل على طبيعة الصورة الذهنية ووسائل تحسينها، وكذلك نشأة الجامعة المستنصرية ومفهوم الجمهور، وجانب عملي اشتمل على تحليل نتائج استمارة الاستبيان التي استخدمها الباحثان لإغراض البحث وتم التوصل إلى مجموعة من الاستنتاجات والتوصيات منها أهمية التواصل مع الجمهور الخارجي للجامعة وبناء على ذلك قدم الباحثان مجموعة من التوصيات...

## Abstract:-

Strength or weakness of the mental degree among them and among the different institutions and also on the extent of their concern about these institutions, or depends on the effect of their activities.

And it could be possible to be acquainted on this image and measuring the variable which mostly be slow and it is usual to be difficult for the person to form an image concerning things far away are mostly weak and liable to be changed.

The importance of this research comes out through acquainting on the essences of the mental image which is made by the secondary school students toward AL\_Mustansiriya University and being acquainted on means of improving and consolidating the mental image for the students toward the University. The study as well participates in acquainting on means of communication which are used by Public Relation Unite in the university in order to reach to this public on which the questionnaire of the mental image about the university was done.

In this study, the researchers used systematic survey which are: 1) the theoretical part which includes the nature of the mental image and means of it's improvement and also AL\_Mustansiriya University establishment as well as the public concept and 2) the practical part which includes the analysis of the questionnaire results used by the researchers for the research purpose.

And number of results were reached among which are the importance of contact with the external public of the university and accordingly, the researchers present number of recommendations.

## المبحث الأول- الإطار المنهجي للبحث

أولاً: مشكلة البحث:-

تتحدد مشكلة البحث في التعرف على الصورة الذهنية لطلبة الثانوية العامة في بغداد تجاه الجامعة المستنصرية ويسعى هذا البحث إلى مساعدة إدارة العلاقات العامة في الجامعة للتعرف على الصورة الذهنية المتكونة عن الجامعة، بهدف رسم السياسات المناسبة لبناء صورة ايجابية عن الجامعة من أجل ترغيبهم للإلتحاق بها.

ثانياً: تساؤلات البحث:-

يتطلع البحث إلى الإجابة عن عدة تساؤلات منها:-

1. ما مدى معرفة طلبة الثانوية العامة بالجامعة المستنصرية؟
2. ما مدى توفر الخدمات التعليمية في الجامعة المستنصرية لطلاب الثانوية العامة؟
3. ما مدى اهتمام طلاب الثانوية العامة للإلتحاق بالجامعة؟

ثالثاً: نوع البحث، منهجه:-

يندرج هذا البحث تحت الدراسات الوصفية، التي تهتم بدراسة الحقائق المحيطة بالظاهرة والإحداث بجمع البيانات والمعلومات وتفسيرها لاستخلاص دلالتها وإصدار تعميمات بشأنها<sup>(1)</sup>.  
وضمن هذه الدراسات تم اختيار منهج المسح، وفيه تحدد أساليب الممارسة لجمع البيانات الأولية المطلوبة لتحقيق الهدف من البحث، لأن الأسلوب الذي يهتم بدراسة الجوانب التي يتبعها الطلاب في تخطيط وتنفيذ وتقييم والتعرف على الطرق التي يتم من خلالها ممارسة الطلاب لأنشطتهم الهادفة لخدمة المجتمع<sup>(2)</sup>.

رابعاً: إجراءات البحث:-

استخدم الباحثان استمارة الاستبانة لجمع البيانات والمعلومات وقد مر تصميم الاستبيان بعدة مراحل عملية من خلال الاطلاع على موضوعات البحث ثم تحديد الأهداف المطلوب تحقيقها من هذا البحث وإعداد عدة تساؤلات لتحقيق هدف البحث وعلى ذلك تم تحديد البيانات المطلوب الحصول عليها بواسطة استمارة الاستبانة ومن ثم مدى التأكد من صدق وثبات المقياس- محتوى فقرات الاستمارة- بالصدق الظاهري عن طريق عرضها على عدد من المحكمين<sup>(\*)</sup>، وقد تم التأكد من ثبات المقياس عن طريق حساب معامل ارتباط بيرسون، وبعد الانتهاء من إعداد الصورة الأولية للاستبيان، قام الباحثان بـ (الاختبار القبلي)، وبعد إجراء

التعديلات تم اعداد الاستمارة بالصيغة النهائية وأصبحت جاهزة للجانب الميداني وكما هو موضح في الملحق (1). استخدام الباحثان لتفريغ الاستمارات الطرق والوسائل الإحصائية ومنها التكرار والنسب المئوية.

#### خامسا: مجتمع وعينة البحث:-

يعتبر طلبة الثانوية العامة (طلاب وطالبات) بفرعهم العلمي والأدبي (مجتمع البحث) وتم اختيار أسلوب العينة الحصصية، وفق النحو الآتي:-

اختار الباحثان خمسة مدارس ثانوية اثنتان للبنين وثلاثة للبنات، وبلغ عدد طلاب مدرستي البنين بالفرعين العلمي والأدبي (488) طالب، وعدد الطالبات بالفرعين العلمي والأدبي أيضاً (772) طالبه، ليصبح المجموع الكلي (1260) طالب وطالبة. وسوف يكون البحث على عينة مقدارها ( 10%) من مجموع الطلاب والطالبات.

وهي نسبة مناسبة بحكم ارتفاع عدد أفراد مجتمع البحث حيث من المفترض أن لا تقل العينة لمجتمع مشابه عن (10%) لالتزيد (20%) ولقد اتفق العلماء إلى عدم الإكثار من حجم العينة بطريقة لا تستند إلى معيار<sup>(3)</sup>. وبذلك يصبح عدد استمارات الاستبانة التي ستوزع (126) استمارة والجدول التالي يوضح العينة.

ت	الفئة	عدد الطلاب	عدد الاستبيانات	النسبة
1	طلاب الأدبي	363	36	29%
2	طلاب العلمي	125	13	10%
3	طالبات الأدبي	473	47	37%
4	طالبات العلمي	300	30	24%
	المجموع	1260	126	100%

## المبحث الثاني:- (الإطار النظري)

أولاً:- نشأة الجامعة المستنصرية:-

تأسست الجامعة المستنصرية عام (1963 م) وقد اشتقت اسمها من تراث الحضارة العربية وحملت اسم المستنصرية العباسية التي كانت من أقدم المؤسسات الجامعية في التاريخ العربي والإسلامي والعالمي حيث بدأت الجامعة مسيرتها الأولى بجامعة أهلية لغاية العام الدراسي 1974-1975 ، أصبحت بعدها جامعة رسمية لها إمكاناتها الواسعة لشق طريقها بين الجامعات الرصينة والمتقدمة في العالم<sup>(4)</sup>.

وتمتلك الجامعة المقومات الأساسية للنجاح التي تمكنها من اداء دورها الفاعل في رفع وتطوير المستوى العلمي والتقني والإداري لكلياتها (الآداب والإدارة والاقتصاد والعلوم والقانون والسياسة) ،وتم تهيئة الملاكات لمختلف الاختصاصات العلمية والقيام بالعديد من الفعاليات في مؤسسات الدولة في المجالات الإنسانية والعلوم الصرفة والاقتصادية والإدارية والطبية فضلاً عن إسهامها في تقديم مختلف الخدمات للمجتمع عبر برامج التعليم المستمر والمكاتب الاستشارية المختصة.

رؤية الجامعة:-

نظام تعليمي قادر على إعداد موارد بشرية مؤهلة ومتخصصة في حقول المعرفة طبقاً لمعايير الجودة العالمية التي تلبي احتياجات المجتمع العالمية والمستقبلية.

رسالة الجامعة:-

تهيئة المناخ العلمي والثقافي لإعداد طلبة مزودين بالمؤهلات الأكاديمية والتطبيقية وتقديم خدمات بحثية واستشارية ملبية لحاجات المجتمع الحالية والمستقبلية مع ترصين الأخلاقيات الأكاديمية<sup>(5)</sup>.

أهداف الجامعة:-

- نشر المعرفة العلمية المتخصصة والتواصل العلمي والفكري مع التطور الإنساني.
- وضع الخبرات العلمية والفنية الجامعية في خدمة خطط التنمية والمجتمع.
- تحقيق وتطوير التعاون العلمي والثقافي مع الجامعات العربية والأجنبية.
- إعداد الدراسات والاستشارات الفنية اللازمة لخدمة الجامعات والقطاع العام والمختلط والخاص والأفراد.
- إعداد وتأهيل المختصين ومنحهم الشهادات العلمية في حقول اختصاصهم.

• توظيف وسائل الاتصال العالمية والانترنت لخدمات العلمية والأكاديمية في الجامعة.  
ثانياً: - الجمهور الخارجي للمؤسسة:-

• تعريف الجمهور:-

عندما نصح (أيفي لي) مطلع القرن العشرين المؤسسات إلى الابتعاد عن السرية. والانفتاح على الجمهور الخارجي سمي "أبو العلاقات العامة" وذلك لأنه احدث تغييراً في فكر ومنهج أرباب المؤسسات، إذ أقنعهم أن نجاحهم لا يمكن أن يتحقق إلا من خلال كسب رضى جماهير المؤسسة الداخلية والخارجية.

ولقد ظهرت محاولات عديدة لتوضيح وتعريف الجماهير، واهم هذه التعريفات تعريف قاموس علم الاجتماع للجمهور بأنه "عدد كبير من الأفراد يشتركون في مصلحة عامة أو اهتمام واحد، يعرفون به"<sup>(7)</sup>.

ويعرف الدكتور ابراهيم امام الجمهور بأنه (اصطلاح فني يقصد به خبراء العلاقات العامة جماعة من الناس تتميز عن غيرها بصفات خاصة، كما يرتبط أفرادها بروابط معينة)<sup>(8)</sup>.  
ومن التعريفات السابقة يمكننا أن نحدد مفهوم الجماهير وخصائصها بما يلي:-

- 1 . أن الجماهير اصطلاح فني يستخدمه خبراء العلاقات العامة للدلالة على جمع من الناس، تربطهم مصلحة أو اهتمامات مشتركة إزاء مسائل أو مواقف يثار حولها الجدل، وهم ليسوا بالضرورة تجمعهم حدود جغرافية أو طبيعية محددة.
- 2 . أن الجماهير تتصف بالوعي والإدراك لمصالحها المشتركة والتي تجمع بينهم وهو الذي يساعد على انبثاق (أي عام لهذه الجماهير نحو نفس القضية أو المسألة التي يشتركون فيها).
- 3 . أن الجماهير في العلاقات العامة تمثل جميع المواطنين سواء أكانوا من الجمهور الداخلي أو الجمهور الخارجي، أما الجمهور النوعي في العلاقات العامة فيتكون من فئات مختلفة في المجتمع كجمهور الأطباء أو جمهور الاجتماعيين.
- 4 . يعتبر الميل أو القضية أو المسألة المشتركة هي إحدى العناصر الرئيسة التي يلتقي الجمهور حولها.

## • أنواع الجمهور:-

من المعروف أن جمهور أي منظمة يختلف باختلاف طبيعة العمل الذي تمارسه هذه المنظمة، وتختلف جماهير المنظمة في طبيعتها وسماتها من حيث العدد والسن، فجمهور احد الأندية الرياضية يضم الأطفال والشباب والمسنين ويضم جماهير نوعية من الرجال والإناث ولكل من هذه الجماهير خصائصه ومميزاته. وإذا أضفنا إلى هذه الاختلافات في السن والجنس والدين عوامل أخرى كاختلاف الثقافة والمستوى الاجتماعي والانتماء السياسي، وغير ذلك لإدراكه إلى أي حد يمكن أن يتنوع الجماهير وتختلف اختلافاً كبيراً<sup>(9)</sup>. ويمكن تقسيم جمهور المؤسسة على النحو الآتي :

## • الجماهير الداخلية:-

وتشمل جميع العاملين والموظفين في المؤسسة على اختلاف مستوياتهم الإدارية والفنية، أن البيئة الصحيحة للعلاقات العامة داخل المؤسسة تشكل عنصراً هاماً لنجاحها وليست هناك مؤسسة يمكنها أن تنهج دون أن يكون أداؤها جيداً، وبدونها تتقدم في أدائها وانجازها، وسوف تفشل إدارة المؤسسة في العمل بكفاءة وتحقيق أهدافها إذا كان العاملون لا يتمتعون بولاء للمؤسسة التي ينتمون إليها. ولهذا كانت الحوافز في المؤسسة عاملاً مهماً من العوامل التي تساعد في توفير ظروف ملائمة لعمل العلاقات العامة داخل المؤسسة لرفع درجة الولاء المستخدمين وانتمائهم، إحساسهم بتحقيق الذات والثقة في النفس والإحساس بالأمان، وتلبية الحاجات البدنية<sup>(10)</sup>.

ولعل العلاقات العامة تلعب دوراً هاماً في توفير ظروف ملائمة لخدمة الحاجات الإنسانية داخل المؤسسة وذلك بقيامها بدور هام يخدم الإدارة في مجال تحقيق الحوافز والرضا الوظيفي في المؤسسة فالعلاقات العامة تقوم بدور اتصالي هام، يستطيع تعزيز العلاقات وتنظيم الخدمات التي تساعد في انتماء أفراد المؤسسة وإشباع حاجاتهم. وذلك مثل القيام بالرحلات الرياضية والحفلات والتعاون بعض المشاريع الاجتماعية كالإسكان والتأمين الصحي والتوفير ومن خلال المعلومات الراجعة التي يمكن أن تزود بها الإدارة العليا عن المستخدمين.

## • الجماهير الخارجية<sup>(11)</sup>:-

وهو كل من سيلتقي الرسائل التي توجهها المؤسسة خارج إطارها التنظيمي وهذا يعني إننا سنجد أن هناك نوعين من الجمهور الخارجي:-



أ . **الجمهور الخارجي المباشر**:- وهو المستهدف من الرسالة التي يقوم بها أخصائي العلاقات العامة بتوجيهها إليه، وهذا النوع من الجمهور معني مباشرة بالرسالة فهو الزبون الذي سيتلقى الخدمة، أو الذي يستهلك المنتج.

ب . **الجمهور الخارجي غير المباشر**:- وهو الجمهور الذي نتوقع أن يؤثر في الجمهور الخارجي المباشر للمؤسسة أو يمكن أن يصبح فيها بعد من الجمهور المباشر الذي تتعامل معه المؤسسة.

والجمهور الخارجي بنوعيه يشمل الزبائن المتوقعين مستقبلاً وللوصول إلى الجمهور الخارجي تقوم العلاقات العامة بذلك من خلال مجموعة من الإشهار وحملات الترويج لخدماتها أو سلعها. والنشر سواء كان ذلك كتباً أو ملصقاً أو كتيبات أو مجلات وكذلك عن طريق الأبحاث، والتمويل للمشاريع والخدمات المجتمعية والمشاركة في الندوات والخطابات وتستخدم أدوات ووسائل متعددة للقيام بأنشطتها تلك، وذلك من خلال توزيع الإخبار والصور والزيارات والمعارض وإعداد التقارير السنوية والخطب والمؤتمرات الصحفية والبرامج التلفزيونية والإذاعية.

#### • **جماهير الجامعة:-**

من المعروف أن عدد الجماهير كبير جداً، لذلك فإنه على كل مؤسسة أن تحدد جماهيرها بدقة حتى تستطيع تحديد انساب طرق الاتصال بهم، وابرز جماهير الجامعة. وهم:-

• **جمهور الطلاب:-** يعكس عادة اتجاهات المجتمع المحلي، إضافة لتمثيلهم كافة شرائعه.

• **الإدارة وأعضاء هيئة التدريس:-** يعتبر العمداء وأعضاء هيئة التدريس أعضاء تلقائيين في أي برنامج تعمل به العلاقات العامة.

• **المجتمع المحلي:-** هو المجتمع الذي تنشط فيه الجامعة، والذي تسعى العلاقات العامة إلى التأثير فيه، وكسب ثقته، التعرف على مشاكله، والإسهام في التغلب عليها، تحقيق رفاهيته.

• **أولياء الأمور:-** غالباً ما يكون الاتصال بهذا الجمهور مثمراً إذا ما حصلوا على معلومات كاملة عن انجازات الجامعة ومشروعاتها وسياساتها.

• **الخريجون:-** يعتبر جمهور الخريجين أفضل جمهور يقدم الجامعة للمجتمع المحلي. كما أن لهم دوراً فعالاً في زيادة دعم الجامعة.

• **رجال الإعلام:-** هناك ضرورة لإمداد رجال الأعمال بالمعلومات بشكل مستمر، لما لهم من دور مهم في تشكيل الرأي العام.

### ثالثاً:- الصورة الذهنية:-

الصورة الذهنية مصطلح عميق يحتاج إلى تمعن ودقة إذ أن الصورة تعني لمعظم الناس انه تخيل وتصور من وحي الخيال لايمت إلى الحقيقة والعقل بأي صلة إلا أننا نقول أن الصورة ارتبطت بعواطف معينة دون واقع لتجربة حسية توضح لدى بعواطف معينة ومن واقع تجربة حسية توضح لدى الإنسان خلال تخيل لما أدركته حواسه الخمسة.

وقد وردت تعريفات عدة للصورة الذهنية نعرض البعض منها على النحو التالي:-  
يعرفها كينيث بولدنج بأنها (مجموعة من الانطباعات قد تكون عن القيم الشخصية السياسية، المقدره القيادية، المقدره الفكرية<sup>(12)</sup>).

ويعرفها جفكينز بأن (الصورة الذهنية للعلاقات العامة هي تلك الانطباعات الصحيحة تكونت نتيجة معلومات صادقة وصحيحة ودقيقة)<sup>(13)</sup>.

أما إذا قمنا بوضع تعريف للصورة الذهنية في العلاقات العامة فنستنتج مما سبق عبارة عن انطباعات ذاتية صحيحة أو سيئة تكونت لدى الأفراد نتيجة معلومات صادقة وصحيحة أو معلومات خاطئة تشوبها الشوائب.

ومن هنا كان للعلاقات العامة دور هام في تصحيح الصورة الذهنية لدى الجمهور، وترسيخ الصورة الحسنة في أذهانهم من خلال تقديم معلومات صحيحة واطلاع الجمهور عليها أولاً بأول<sup>(14)</sup>.

### \* طبيعة الصورة الذهنية:-

تتوقف قوة الصورة الذهنية أو ضعفها عند الأفراد الذين تتكون لديهم تبعاً لدرجة الاتصال بينهم وبين المؤسسات المختلفة، ومدى اهتمامهم بهذه المؤسسات، أو تأثيرها بنشاطها ويمكن التعرف على هذه الصورة وقياس التغيرات تكون غالباً بطيئة، كما انه من الطبيعي أن يصعب على الفرد تكوين صورة عن شيء لم يعرفه، كما الصور التي تتكون عن أشياء بعيدة تكون غالباً ضعيفة وقابلة للتغيير.

وقد نشأ الاهتمام بالصورة الذهنية في عصرنا هذا من حقيقة مؤداها أن الناس يفترض أن تكون لديهم صورة صحيحة ويرى كارل دويتش وجود عوامل ومؤثرات يمكنها إحداث تغيير في الصورة القائمة، وبلغت النظر إلى أنها ليست قاصرة على كم المعلومات المتدفقة على الصورة الذهنية القائمة وتغييرها.

غير أنه من الثابت أن الصورة الراسخة والتي تكونت وتدعمت لا يمكن لهذه عتيقة أن تحولها من النقيض إلى النقيض في حين أن الصورة الباحثة أو غير المكتملة أو التي لم يمض على تكونها فترة طويلة تكون فرصة للتغيير فيها أكثر احتمالاً<sup>(15)</sup>.

ومن هنا ظهرت أهمية مراجعة الانجازات التي تتحقق في مجال تكوين الصورة العكسية المحابية والتعرف على آثار التشويه التي يصفها الخصوم ومواجهتها على أسس علمية سليمة، وتبرز أهمية هذه المراجعة في المجالات السياسية الداخلية والخارجية، حيث تلعب القوى المعارضة والمنافسة دوراً خطيراً في تشويه صورة النظام الحاكم والمرشح المنافس، ويبدو ذلك بوضوح من خلال الجهود المقصودة والمستمرة والمخططة التي تبذلها القوى المتحاربة لكي يشوه كل طرف منها صورة الطرف الآخر، ويحسن صورته هو، وما سيتبعه ذلك من إضفاء للمعالم الايجابية على صورة الذات، في نفس الوقت الذي تبذل فيه أقصى الجهود لإضفاء المعالم السلبية على صورة الخصم.

#### \* وسائل تحسين الصورة الذهنية:-

لوسائل الاتصال الجماهيري دور كبير في الطريقة التي نبنى بها تصورنا للعالم أو نكون بها آراء وأفكار جديدة، وإذا كانت وسائل الاتصال الجماهيرية تمارس دورها بصفة أساسية على المستوى القومي في تكوين الآراء وتشكيل الاتجاهات بالنسبة للقضايا العامة للمنظمات الكبرى لما تبيته من مواد إعلامية وتأثيريه، فأن وسائل الاتصال الخاصة بالمنشآت والمؤسسات المختلفة تمارس نفس الدور على المستوى جماهيرها الخاصة، وقد تلجأ هذه المؤسسات إلى الجماهيرية في بعض الأحيان لمخاطبة الجمهور العام أو قطاع كبير منه لعجز وسائلها الخاصة عن الوصول إلى جمهور كبير واسع الانتشار<sup>(16)</sup>.

## المبحث الثالث:- الإطار الميداني للبحث

1

### جدول (1)

مدى معرفة طلاب الثانوية العامة بالجامعة المستنصرية

المرتبة	النسبة المئوية %	التكرار (ك)	الإجابة	ت
الأولى	88,8%	112	نعم	1
الثانية	11.2%	14	لا	2
	100%	126	المجموع	

يتضح من الجدول رقم(1) أن (88.8%) من طلبة الثانوية العامة لديهم معرفة حول الجامعة المستنصرية، بينما (11.2%) من طلبة الثانوية العامة لا يعرفون الجامعة، وهي نسبة عالية وهذا يدل على وجود قصور في عمل العلاقات العامة.

### جدول (2)

كيفية تكوين المعرفة لدى طلاب الثانوية العامة

المرتبة	النسبة المئوية %	التكرار (ك)	الإجابة	ت
الأولى	42,9%	48	الأقارب	1
الثانية	30,4%	34	الأصدقاء	2
الثالثة	7,1%	8	الزيارات	3
الخامسة	3,6%	4	المطبوعات	4
السادسة	1,7%	2	الانترنت	5
الرابعة	5,4%	6	الصحف	6
الخامسة	3,6%	4	الإذاعة	7

الخامسة	3,6%	4	التلفزيون	8
السادسة	1,7%	2	الإعلانات	9
	100%	112	المجموع	

يتبين من الجدول رقم (2) أن (42,8%) من طلاب الثانوية العامة تكونت معرفتهم عن الجامعة المستنصرية من خلال الأقارب، بينما (30,3%) تكونت معرفتهم من خلال الأصدقاء، في حين أن (7,1%) تكونت معرفتهم من خلال الزيارات، بينما (3,5%) تكونت معرفتهم من خلال المطبوعات، في حين نسبة (1,7%) تكونت معرفتهم من خلال الانترنت، بينما (5,3%) تكونت من الصحف، بينما تتشابه النسبة في كل من الإذاعة والتلفزيون حيث بلغت النسبة (3,6%)، بينما (1,8%) يروا أن معرفتهم بالجامعة المستنصرية عن طريق الإعلانات.

ويلاحظ من الجدول السابق أن نسبة طلاب الثانوية العامة الذين تكونت معرفتهم عن الجامعة المستنصرية من خلال الأقارب والأصدقاء عالية جداً، فمن الأجدر أن تتكون المعرفة لدى الطلاب من خلال وسائل الاتصال المختلفة التي تستخدمها العلاقات العامة من الصحف ومطبوعات انترنت وإذاعة وتلفزيون ويرجح ذلك إلى وجود قصور من قبل الجامعة المستنصرية ووحدة العلاقات العامة فيها ويجب أن تأخذ ذلك بعين الاعتبار.

### جدول (3)

مدى زيارة دائرة العلاقات العامة لمدارس الثانوية العامة

المرتبة	النسبة المئوية %	التكرار (ك)	الإجابة	ت
الثانية	46,4%	52	نعم	1
الأولى	53,6%	60	لا	2
	100%	112	المجموع	

يتبين من خلال الجدول رقم (3) أن (46,4%) يرون أنه زارهم احد من الجامعة المستنصرية بينما (53,6%) يرون بأنه لم يزورهم احد من الجامعة المستنصرية، وهي نسبة عالية مما يدل على وجود فجوة كبيرة بين الطلاب والجامعة المستنصرية ومن خلال الزيارة يجب أن تقوم العلاقات العامة بالتعريف وشرح أهداف الجامعة وسياستها.

#### جدول (4)

مدى زيارة طلاب الثانوية العامة إلى الجامعة المستنصرية

المرتبة	النسبة المئوية %	التكرار (ك)	الإجابة	ت
الأولى	50%	56	نعم	1
الأولى مشترك	50%	56	لا	2
	100%	112	المجموع	

يتبين من الجدول رقم (4) أن (50%) من طلاب الثانوية العامة يرون أن مدرستهم تقوم بزيارة للجامعة. بينما يرى نفس النسبة من الطلاب أن مدارسهم لاتقوم بزيارة إلى الجامعة المستنصرية، وهي نسبة عالية ويرجع القصور أما إلى إدارة المدرسة أو للجامعة المستنصرية وحدة العلاقات العامة فيها.

#### جدول (5)

مدى اهتمام دائرة العلاقات العامة بالجامعة في استقبال الطلاب

المرتبة	النسبة المئوية %	التكرار (ك)	الإجابة	ت
الثالثة	25%	12	نعم	1
الأولى	46,4%	26	إلى حد ما	2
الثانية	28,6%	16	لا	3
	100%	56	المجموع	

نستنتج من الجدول رقم (5) أن نسبة (25%) من طلبة الثانوية العامة يروا أنهم وجدوا اهتمام إثناء استقبالهم عند زيارتهم للجامعة، بينما يرى (46,4%) وجدوا اهتمام إلى حد ما إثناء استقبالهم من قبل وحدة العلاقات العامة، في حين نجد (28,6%) منهم لم يجدوا أي اهتمام وان وحدة العلاقات العامة لاتقوم باستقبالهم وتوجيههم وإرشادهم داخل الجامعة وهي نسبة تعتبر عالية وهذا يدل على عدم فهم وحدة العلاقات العامة بالجامعة لأهمية طلبة الثانوية العامة والدور الذي يلعبونه في نجاح الجامعة وازدهارها، ويدل هذا على وجود خلل وقصور في العلاقات العامة بالجامعة.

جدول (6)

مدى معرفة طلاب الثانوية العامة للجامعة المستنصرية  
من خلال الزيارة

المرتبة	النسبة المئوية %	التكرار (ك)	الإجابة	ت
الرابعة	10,8%	6	أهداف الجامعة	1
الثانية	21,4%	12	أنشطة الجامعة	2
الثالثة	17,8%	10	سياسات الجامعة	3
الأولى	46,4%	26	تخصصات الجامعة	4
الخامسة	3,6%	2	مباني الجامعة	5
	100%	56	المجموع	

يتبين من الجدول (6) أن (10,8%) من طلبة الثانوية العامة قد عرفوا أهداف الجامعة من خلال زيارتهم، وان (21,4%) من الطلاب عرفوا أنشطة الجامعة إثناء زيارتهم، في حين يرى ما نسبته (17,8%) قد عرفوا سياسات الجامعة، وان (46,4%) من الطلاب قد عرفوا تخصصات الجامعة إثناء زيارتهم بينما (3,6%) من طلبة الثانوية العامة يرى أنهم عرفوا مباني الجامعة من خلال زيارتهم.

جدول (7)

يوضح إذا ما كان قد شاهد طلاب الثانوية العامة أفلام

خلال زيارتهم داخل الجامعة

المرتبة	النسبة المئوية %	التكرار (ك)	الإجابة	ت
الثانية	-	-	نعم	1
الأولى	100%	56	لا	2
	100%	56	المجموع	

نستنتج من الجدول رقم (7) أن (100%) من الطلاب أنهم لم يشاهدوا خلال زيارتهم للجامعة المستنصرية أي أفلام عن الجامعة. تدل هذه النسبة وهي عالية جداً أن الجامعة المستنصرية ووحدة العلاقات العامة لم تهتم بعرض أفلام وثائقية عن الجامعة إثناء زيارة طلبة الثانوية العامة وهذا يوضح قصور وحدة العلاقات العامة في هذا الجانب.

#### جدول (8)

مدى حصول طلاب الثانوية العامة على مطبوعات عن  
الجامعة المستنصرية

المرتبة	النسبة المئوية %	التكرار (ك)	الإجابة	ت
الثانية	41,1%	46	نعم	1
الأولى	58,9%	66	لا	2
	100%	112	المجموع	

يتضح من خلال الجدول رقم (8) أن ما نسبته (41,1%) من طلبة الثانوية العامة قد حصلوا على إحدى مطبوعات الجامعة وان (58,9%) من الطلاب لم يحصلوا على مطبوعات الجامعة وهذا يدل على عدم اهتمام الجامعة المستنصرية ووحدة العلاقات العامة فيها بطريقة عرض وتوزيعها للمواد المطبوعة.

#### جدول (9)

مدى احتواء مطبوعات العلاقات العامة على معلومات كافية عن الجامعة

المرتبة	النسبة المئوية %	التكرار (ك)	الإجابة	ت
الثانية	21,7%	10	نعم	1
الأولى	60,9%	28	إلى حد ما	2
الثالثة	17,4%	8	لا	3
	100%	46	المجموع	



يتبين من خلال الجدول رقم (9) أن ما نسبته (21,7%) من طلاب الثانوية العامة يرون أن مطبوعات العلاقات العامة في الجامعة المستنصرية تحتوي معلومات كافية حول الجامعة، وهي نسبة منخفضة، بينما يرى (60,9%) من الطلاب يرون أن المطبوعات تحتوي معومات كافية حول الجامعة إلى حد ما ، في حين يرى (17,4%) أن مطبوعات العلاقات العامة لاتحتوي على معلومات كافية حول الجامعة .

#### جدول (10)

مدى مشاركة الجامعة المستنصرية في الأنشطة التي يقيمها

طلاب الثانوية العامة

المرتبة	النسبة المئوية %	التكرار (ك)	الإجابة	ت
الثانية	33,9%	38	نعم	1
الأولى	66,1%	74	لا	2
	100%	112	المجموع	

نستنتج من الجدول رقم (10) أن ما نسبته (33,9%) من طلاب الثانوية العامة يرون أن الجامعة المستنصرية تقوم بالمشاركة في الأنشطة المختلفة التي يقومون بها في مدارسهم في حين يرى (66,1%) أن الجامعة المستنصرية لاتقوم بمشاركة طلاب الثانوية العامة في الأنشطة التي يقيمونها في مدارسهم، وهي نسبة مرتفعة جداً وهذا يدل على تجاهل الجامعة المستنصرية والعلاقات العامة فيها لطلبة الثانوية العامة وعدم فهمهم لأهمية الطلبة في نجاح الجامعة وتقديمها وازدهارها.

#### جدول (11)

مدى اهتمام الجامعة المستنصرية بطلاب الثانوية العامة

المرتبة	النسبة المئوية %	التكرار (ك)	الإجابة	ت
الثالثة	21,4%	24	نعم	1
الأولى	50%	56	إلى حد ما	2
الثانية	28,6%	32	لا	3
	100%	112	المجموع	

يتضح من الجدول رقم (11) أن ما نسبته (21,4%) من طلاب الثانوية العامة يرون أن الجامعة المستنصرية تهتم بهم، بينما يرى (50%) من طلاب الثانوية العامة أن الجامعة المستنصرية تهتم بهم إلى حد ما في حين يرى (28,6%) من الطلاب أن الجامعة لا تهتم بهم وهي نسبة عالية جداً. وهذا يدل على وجود قصور من قبل الجامعة وعليها أن تبدي اهتمام بطلبة الثانوية العامة والمشاركة في الأنشطة التي يقيمها الطلاب لأنهم سوف يكونوا الجمهور الداخلي لها في المستقبل القريب.

### جدول (12)

مدى اعتقاد طلبة الثانوية العامة أن الجامعة المستنصرية

هي المكان المناسب لإكمال دراستهم فيها

المرتبة	النسبة المئوية %	التكرار (ك)	الإجابة	ت
الثالثة	30,4%	34	نعم	1
الثانية	33,9%	38	إلى حد ما	2
الأولى	35,7%	40	لا	3
	100%	112	المجموع	

تبين من خلال الجدول رقم (12) أن (30,4%) من طلاب الثانوية العامة يعتقدون أن الجامعة المستنصرية هي المكان المناسب لهم لإكمال دراستهم فيها، في حين يرى (33,9%) من الطلاب أن الجامعة إلى حد ما هي المكان المناسب لهم لإكمال دراستهم فيها، بينما يرى (35,7%) من الطلاب أن الجامعة المستنصرية ليست المكان المناسب لإكمال دراستهم فيها، وهي نسبة عالية جداً وتدل على قصور وخلل في الجامعة المستنصرية ووحدة العلاقات العامة فيها في تشجيع الطلاب وترغيبهم في الالتحاق بها، ويدل على عدم الاهتمام بطلبة الثانوية العامة.

جدول (13)

إمكانية توفير الجامعة المستنصرية للتخصصات التي يحتاجها  
طلبة الثانوية العامة

المرتبة	النسبة المئوية %	التكرار (ك)	الإجابة	ت
الأولى	60,7%	68	نعم	1
الثالثة	17,9%	20	إلى حد ما	2
الثانية	21,4%	24	لا	3
	100%	112	المجموع	

يوضح الجدول رقم(13) أن ما نسبته (60,7%) من الطلاب يرون أن الجامعة المستنصرية توفر التخصصات التي يحتاجها طلبة الثانوية العامة، ويرى (17,9%) من الطلاب أن الجامعة المستنصرية توفر إلى حد ما التخصصات التي يحتاجها طلبة الثانوية العامة، في حين يرى (21,4%) من الطلاب بأن الجامعة لاتأخذ بعين الاعتبار احتياجات طلبة الثانوية العامة ورغبتهم في التخصصات التي يريدون دراستها.

جدول (14)

مدى رغبة طلاب الثانوية العامة في الالتحاق  
بالجامعة المستنصرية للدراسة بها

المرتبة	النسبة المئوية %	التكرار (ك)	الإجابة	ت
الأولى	53,6%	60	نعم	1
الثانية	46,4%	52	لا	2
	100%	112	المجموع	

نستنتج من الجدول رقم (14) أن ما نسبته (53,6%) من طلبة الثانوية العامة لديهم رغبة في الالتحاق بالجامعة المستنصرية للدراسة فيها، وهي نسبة متدنية جداً وهذا يدل على انه لا يوجد إقبال كبير من طلبة الثانوية العامة على الدراسة في الجامعة المستنصرية، ويعزى عدم

الإقبال إلى قصور الجامعة ووحدة العلاقات العامة فيها، وعدم التركيز على اهتمامات ونشاطات والتخصصات التي يرغبها طلبة الثانوية العامة، في حين يرى (46,4%) من الطلبة لا رغبة لديهم في الالتحاق بالجامعة وهي تعتبر نسبة عالية جداً ويرجح ذلك لنفس السبب السابق.

### جدول (15)

التخصصات التي يرغب طلاب الثانوية العامة بدراستها

المرتبة	النسبة المئوية %	التكرار (ك)	الإجابة	ت
الأولى	60%	6	آداب	1
الرابعة	13,3%	8	هندسة	2
الخامسة	6,7%	4	علوم	3
السابعة	3,3%	2	تربية	4
السابعة	3,3%	2	علوم سياسية	5
الثالثة	23,3%	14	طب	6
السادسة	3,7%	4	قانون	7
الثانية	26,7%	16	صيدلة	8
الخامسة	6,7%	4	أخرى	9
	100%	60	المجموع	

يتضح من الجدول رقم (15) أن ما نسبته (10%) من طلاب الثانوية العامة يرغبون بدراسة تخصص الآداب، وأن (13,3%) من الطلبة يرغبون بدراسة الهندسة، بينما يرغب (6,7%) بدراسة العلوم. في حين يرغب (3,3%) من الطلاب بدراسة تربية، بينما يرغب (3,3%) من الطلاب دراسة العلوم السياسية في حين يرغب نسبة (23,3%) من الطلاب دراسة الطب بينما يرغب (6,7%) من الطلاب بدراسة القانون، في حين (26,7%) من الطلاب بدراسة الصيدلة، بينما يرغب (6,7%) بدراسة تخصصات أخرى (كاللغات والإعلام... الخ).

جدول (16)

مدى تمتع الجامعة المستنصرية بسمة طيبة

المرتبة	النسبة المئوية %	التكرار (ك)	الإجابة	ت
الأولى	57,1%	64	نعم	1
الثانية	42,9%	48	إلى حد ما	2
—	-	-	لا	3
	100%	112	المجموع	

نستنتج من الجدول رقم (16) أن نسبة (57,1%) من طلاب الثانوية العامة يرون أن الجامعة المستنصرية تتمتع بسمة طيبة، في حين يرى (42,9%) من الطلاب أن الجامعة المستنصرية تتمتع بسمة طيبة إلى حد ما، وهي نسبة عالية فهي تدل على وجود خلل وقصور وعدم اهتمام بطلبة الثانوية العامة.

جدول (17)

مستوى الدراسة في الجامعة المستنصرية قوي

المرتبة	النسبة المئوية %	التكرار (ك)	الإجابة	ت
الأولى	58,9%	66	نعم	1
الثانية	41,1%	56	إلى حد ما	2
—	-	-	لا	3
	100%	112	المجموع	

يتضح من الجدول رقم (17) أن نسبة (58,9%) من طلاب الثانوية العامة يرون أن مستوى الدراسة في الجامعة المستنصرية، وان (41,1%) من الطلاب يرون أن مستوى الدراسة في الجامعة المستنصرية يتمتع بقوة إلى حد ما. وتدل هذه النسب على أن طلاب الثانوية العامة يجدون مستوى الدراسة في الجامعة المستنصرية قوي وذلك يتضح من خلال عدم الإجابة بـ (كلا).

### جدول (18)

يوضح إذا ما درس طلاب الثانوية العامة على يد احد خريجي

الجامعة المستنصرية

المرتبة	النسبة المئوية %	التكرار (ك)	الإجابة	ت
الأولى	80,3%	90	نعم	1
الثانية	19,7%	22	لا	2
	100%	112	المجموع	

يتبين من الجدول رقم (18) أن نسبة (80,3%) من طلبة الثانوية العامة قد درسوا على يد احد من خريجي الجامعة المستنصرية في حين أن ما نسبته (19,7%) الطلبة لم يدرسوا على يد احد خريجي الجامعة المستنصرية.

### جدول (19)

يوضح إذا كان خريجي الجامعة المستنصرية قد اخبروا طلاب الثانوية العامة

عن الجامعة المستنصرية

المرتبة	النسبة المئوية %	التكرار (ك)	الإجابة	ت
الثانية	24,5%	22	نعم	1
الأولى	75,5%	68	لا	2
	100%	90	المجموع	

نستنتج من الجدول رقم (19) أن ما نسبته (24,5%) من خريجي الجامعة المستنصرية قد اخبروا طلاب الثانوية العامة شيئاً عن الجامعة المستنصرية، في حين أن ما نسبته (75,5%) من خريجي الجامعة المستنصرية لم يخبروا طلاب الثانوية العامة شيئاً عن الجامعة.

## جدول (20)

يوضح هذا الجدول إذا ما كانت تتميز الجامعة المستنصرية بقوة وكفاءة خريجها

المرتبة	النسبة المئوية %	التكرار (ك)	الإجابة	ت
الأولى	60%	54	نعم	1
الثانية	35,5%	32	إلى حد ما	2
الثالثة	4,5%	4	لا	3
	100%	90	المجموع	

يبين الجدول رقم (20) إن ما نسبته (60%) من طلاب الثانوية العامة يرون أن الجامعة المستنصرية تتميز بقوة وكفاءة خريجها في حين يرى ما نسبته (35,5%) من طلبة الثانوية العامة أن الجامعة المستنصرية تتمتع إلى حد ما بقوة وكفاءة خريجها، بينما يرى (4,5%) من طلبة الثانوية العامة أن الجامعة المستنصرية لا تتمتع بقوة وكفاءة خريجها.

## الاستنتاجات والتوصيات

أولاً: - الاستنتاجات: -

- توصل الباحثان من خلال الجانب العملي للبحث إلى مجموعة من الاستنتاجات أهمها: -
- 1 . وجود نسبة (11,2%) من عينة البحث لم تسمع بالجامعة المستنصرية وهذا يعتبر قصور وخلل في عمل العلاقات العامة في الجامعة من اجل التعريف بالجامعة وتكوين صورة ايجابية عنها وهذا يتضح أيضاً من أن معرفة الطلاب بالجامعة جاء بدرجة الأولى عن طريق الأقارب.
  - 2 . وجود فجوة كبيرة بين طلبة الثانوية العامة والجامعة المستنصرية فيما يخص الزيارات المتبادلة بينهما ومدى الاهتمام بالطلبة وتعريفهم بالجامعة كونهم الجمهور الداخلي المستقبلي للجامعة.
  - 3 . ظهور ما نسبته (46,4%) من الطلاب لا يرغبون بالالتحاق بالجامعة المستنصرية كونها لاتوفر التخصصات التي يرغبون بالدراسة فيها.
  - 4 . عدم توعية الخريجين من الجامعة وفي الاختصاصات التي تدرس في مدارس الثانوية العامة بضرورة تقديم صورة جيدة عن الجامعة المستنصرية، حيث أنها تساهم في تكوين صورة ذهنية ايجابية عن الجامعة وهذا ما نجده في أن نسبة (75,5%) من الطلاب لم يسمعا عن الجامعة من خلال أساتذتهم من خريجي الجامعة المستنصرية.
  - 5 . كون الطلاب صورة ذهنية عن الدراسة في الجامعة المستنصرية بأنها تتمتع بقوة إلى حد ما وبنسبة (41,1%) من الطلبة، وهذا اثر على رغبتهم بالالتحاق بالجامعة.
  - 6 . عدم الاهتمام بأعداد الأفلام الوثائقية والمطبوعات عن الجامعة وتوفيرها للطلبة من اجل تكوين صورة ذهنية جيدة عن الجامعة والدراسة فيها.



## ثانياً: - التوصيات:-

- في ضوء الاستنتاجات التي توصلنا إليها نضع مجموعة من التوصيات التي يمكن أن تسهم في تكوين صورة ذهنية ايجابية عن الجامعة المستنصرية:-
- 1 . قيام وحدة العلاقات العامة في الجامعة المستنصرية بتقديم برامج موجهة للإعلام الخارجي ويتولى هذا الإعلام توصيل المعلومات الخاصة بالجامعة إلى الجمهور المستهدف. ويشتمل هذا البرنامج عدة نواحي من بينها التلفزيون والانترنت، الكتيب الموجه لجمهور معين، إعداد أفلام تستعرض الانجازات التي حققتها الجامعة.
  - 2 . القيام بالزيارات إلى المدارس الثانوية وإقامة الندوات التعريفية بالجامعة ودعوة المدارس إلى القيام بزيارات للتعرف على الجامعة لكي تساهم في تكوين صورة ايجابية عن الجامعة.
  - 3 . معرفة الاختصاصات التي يرغب الطلبة بالالتحاق بها عن طريق استطلاعات الرأي والعمل على توفيرها مما يساعد في رفع رغبة الطلبة بالالتحاق بالجامعة.
  - 4 . القيام بحملات توعية لطلبة الجامعة المستنصرية حول طرق نقل المعلومات الصحيحة والايجابية عن الجامعة كونهم هم سفراء الجامعة في المجتمع.
  - 5 . ضرورة الاهتمام بطلبة الثانوية العامة وذلك بأجراء عمليات استطلاع رأي للجمهور بشكل دوري للتعرف على آراءه وحاجاته وطريقة تفكيره، لان ذلك من شأنه أن يوطد العلاقة بين الجامعة والجمهور.

## الهوامش

1. السيد احمد مصطفى عمر "البحث الإعلامي ومفهومه واجراءاته ومناهجه"، ط1، (بنغازي : منشورات جامعة قاربيونس، 1998)، ص179.
2. حميد جاعد ، "اساسيات البحث العلمي" (بغداد : شركة الحضارة، 2004)، ص61.  
(\* الأساتذة الأفاضل اللذين قاموا بتحكيم الإستمارة :  
أ.م محمد عواد محمد ،  
أ.م رضا عبد الرزاق عبد الوهاب ،  
م كريم يونس كاظم ،
3. محمود الأستاذ ، "مقدمة في تصميم البحث العلمي " (غزة : مكتبة الطالب، 2004)، ص100.
4. الموقع الرسمي للجامعة المستنصرية [www.uomustansiriyah.edu.iq](http://www.uomustansiriyah.edu.iq)
5. دليل الجامعة المستنصرية، 2012 .
6. المصدر نفسه.
7. محمد عبد الفتاح ،"العلاقات العامة في المؤسسات الإجتماعية"(الأسكندرية : مكتب العلمي، 1997)، ص62.
8. ابراهيم امام ، "فن العلاقات العامة والإعلام"، ( القاهرة : مكتبة الانجلو مصرية، 1968)، ص6.
9. فرج الشناوي ، " الإعلام وتشكيل الوعي " عدد 39، 1985، ص 60.
10. صالح ابو اصبع ، " العلاقات العامة والإتصال الإنساني ، ط2، (عمان :دار الشروق، 1996)، ص131.
11. المصدر نفسه، ص 46.
12. علي عجوة ، " العلاقات العامة والصورة الذهنية " ( القاهرة : عالم الكتب، 1983)، ص6.
13. المصدر نفسه، ص 8 .
14. ابراهيم امام ،"العلاقات العامة والمجتمع " (القاهرة : مكتبة الإنجلو مصرية ، 1976)، ص 23 .
15. هناء فاروق ، "صورة الأمم المتحدة وجامعة الدول العربية لدى الرأي العام المصري" (القاهرة : دار العالم العربي، 2009 ) ، 97.
16. سليمان صالح ، " وسائل الإعلام وصناعة الصورة الذهنية (الكويت :مكتبة الظلال للنشر والتوزيع، 2005) ، ص63.

## المصادر

1. ابراهيم امام ،"العلاقات العامة والمجتمع " (القاهرة : مكتبة الإنجلو مصرية ، 1976)،.
2. ابراهيم امام ، "فن العلاقات العامة والإعلام"، (القاهرة : مكتبة الانجلو مصرية ،1968).
3. السيد احمد مصطفى عمر "البحث الإعلامي ومفهومه واجراءاته ومناهجه"، ط1، (بنغازي : منشورات جامعة قاريونس ،1998).
4. الموقع الرسمي للجامعة المستنصرية [www.uomustansiriyah.edu.iq](http://www.uomustansiriyah.edu.iq)
5. حميد جاعد ، "اساسيات البحث العلمي" (بغداد : شركة الحضارة ،2004).
6. دليل الجامعة المستنصرية ،2012 .
7. سليمان صالح ، " وسائل الإعلام وصناعة الصورة الذهنية (الكويت :مكتبة الظلال للنشر والتوزيع ،2005).
8. صالح ابو اصبع ، " العلاقات العامة والإتصال الإنساني ،ط2، (عمان :دار الشروق ،1996).
9. علي عجوة ، " العلاقات العامة والصورة الذهنية " ( القاهرة : عالم الكتب ،1983).
10. فرج الشناوي ، " الإعلام وتشكيل الوعي " (مصر : مجلة الدراسات الإعلامية ، عدد 39 ، 1985 ).
11. محمد عبد الفتاح ،"العلاقات العامة في المؤسسات الإجتماعية"(الأسكندرية : مكتب العلمي ،1997).
12. محمود الأستاذ ، "مقدمة في تصميم البحث العلمي " (غزة : مكتبة الطالب ،2004).
13. هناء فاروق ، "صورة الأمم المتحدة وجامعة الدول العربية لدى الرأي العام المصري" (القاهرة : دار العالم العربي ، 2009 ).