



جامعة 8 ماي 1945 قالمة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر
في علوم الإعلام والاتصال
تخصص: اتصال وعلاقات عامة
بمعنوان :

اتجاه الرأي العام الجزائري نحو سمعة الجامعة الجزائرية لدى
محيطها الاجتماعي والاقتصادي
جامعة 08 ماي 1945 قالمة - أنموذجاً.

إشراف الأستاذ:

زودة مبارك

إعداد الطلبة:

- ❖ لعلايمية سميحة
- ❖ بلادة صبرينة
- ❖ مغيرس سميرة

السنة الجامعية: 2018 / 2019

-كلمة شكر وعرfan-

بسم الله الرحمن الرحيم

بداية نشكر الله عز وجل على فضله ونعمته التي لا تعد ولا تحصى.
نحمد الله عز وجل الذي أنعم علينا بإتمامنا هذا البحث ونسأله مزيدا من
النجاح والتوفيق في نجاحات مقبلة بإذنه تعالى ثم نتوجه بخالص الشكر
والعرفان والامتنان لأستاذنا الفاضل والمشرف الأستاذ: مبارك زودة
الذي تفضل بالإشراف على هذا البحث ولم ييخل علينا بتوجيهاته ودعمه لنا
والأكثر من هذا تواضعه وصبره علينا،

مصداقا لقول رسول الله صلى الله عليه وسلم: " من استعانكم فاعينوه،
ومن سألكم بالله فأعطوه، ومن دعا لكم فاجيبوه، ومن صنع لكم معروفا فكافئوه،
فان لم تجدوا ما تكافئوا فادعوا له حتى تروا أنكم كفافتموه".

ونشكر كذلك كافة أساتذة قسم الاعلام والاتصال وعلى رأسهم الأستاذتين
اللتين لهما فضلا كبيرا علينا الدكتورة: حمدي بثينة، والدكتورة دحدوح منية،

ونشكر كل من ساندنا من قريب أو من بعيد ولو بكلمة طيبة.
الى كل من حمل لواء العلم امانة على عاتقه لينير به درب الاجيال.

إهداء:

أهدي إلى من رباني منذ كنت صغيرة وأفنيا عمرهما من أجل إنارة دربي ولم
يبخلوا علي يوما بشيء

والدي

لى من أوصاني بهما ربي برا وإحسانا إلى أعلى ما أملك في الوجود وإلى نبع
الحياة وقرّة عيني أُمي الغالية والتي إهتمت كثيرا بمشواري الدراسي وفرحت
لفرحتي، وترقبت طويلا تخرجي، أحبك أُمي الغالية الحنونة.

إلى كل من تعب لأرتاح وهياً لي كل أسباب النجاح والدي العزيز.

إلى أحب خلق لي إخوتي إلهام، صلاح الدين.

وإلى الكتكوت الصغير يوسف

إلى رفيق دربي في الحياة الذي كان عوناً لي وقف معي

في نهاية مشواري الدراسي "زوجي الغالي"

إلى حبيبتي سميرة وصديقتي صبرينة اللتان رافقتاني في مشواري الدراسي

سميحة

إهداء:

بسم الله الرحمن الرحيم

(قل اعملوا فسير الله عملكم ورسوله والمؤمنون)

صدق الله العظيم

إلهي لا يطيب الليل إلا بشكرك ولا يطيب النهار إلا بطاعتك ..
ولا تطيب اللحظات إلا بذكرك .. ولا تطيب الآخرة إلا بعفوك ..
ولا تطيب الجنة إلا برويتك
إلى من بلغ الرسالة وأدى الأمانة .. ونصح الأمة .. إلى نبي الرحمة
ونور العالمين سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم
إلى من كلفه الله بالهبة والوقار .. إلى من علمني العطاء بدون انتظار ..
إلى من أحمل اسمه بكل افتخار ..
أرجوا من الله أن يمد في عمرك لتري ثمارا قد حان قطافها بعد طول انتظار
والذي العزيز.
إلى ملاكي في الحياة .. إلى معنى الحب والحنان .. إلى بسملة الحياة وسر
الوجود .. إلى من كان دعائها سر نجاحي .. وحنانها بلسم جراحي ..
إلى أعلى الحبايب أمي الحبيبة
إلى شريك حياتي وسندي في هذه الحياة زوجي الغالي
إلى أبي الثاني وأمي الثانية إلى الحب وكل الحب إخوتي وأخواتي هاجر، سارة،
لامية، صونيا، إبراهيم، سيف الدين، مهدي،
إلى الكتاكيت الصغار توبة، رزان، ضياء، مهند، عبو
إلى زميلاتي في الدراسة سميرة وسميحة

صبرينة

إهداء:

أهدي ثمرة جهدي إلى الإطلالة المشرقة والإبتسامة المورقة، إلى البحر والواسع والإسم الشاسع، إلى التي أسعدتني بحبها وأضاءت مسيرتي بنصائحها، وحنانها وعطفها، إلى التي سهرت معي الليالي وهي تدعوا ربي أن يحقق لي حلم حياتي، " أُمي الغالية " صاحبة الفضل القلب الحنون حفظها الله.

إلى من أعانني بالعون المعنوي والمادي ومهد لي الطريق ولم يدخر الجهد والمال من أجل تعليمي وتربتي، رمز القوة والعطاء الذي لم يبخل علي يوما " أبي العزيز " حفظه الله وأطال الله في عمره.

الذين شاركوني ظلمات الرحم، إخوتي الأعزاء: مهدي، سمير، هاني.

والكتكوت الصغير محمد أمين

إلى حبيبتي سميحة وصديقتي صبرينة اللتان رافقتاني في إنجاز هذه المذكرة

إلى كل من جمعني معهم المحبة والصدقة.

سميرة

ملخص الدراسة:

يدور موضوع هذه الدراسة حول سمعة الجامعة لدى الرأي العام الاجتماعي والاقتصادي حيث ركزنا على التعمق في واقع هذه السمعة من حيث نظرة كل من المجتمع والمؤسسات الاقتصادية إليها ومعرفة الاتجاهات والانطباعات التي يكونها عنها وذلك من خلال طرح التساؤل التالي:

✓ ما هو اتجاه الرأي العام الجزائري نحو سمعة الجامعة الجزائرية في محيطها الاجتماعي والاقتصادي؟

ومن أجل بلوغ أهداف الدراسة تم جمع المادة النظرية وتحليلها كذا تفرغ وتفسير البيانات المتحصل عليها من الدراسة الميدانية على المجتمع والمؤسسات الاقتصادية ليتم بعد ذلك الخروج بنتائج حول موضوع الدراسة حيث استدعت الدراسة الاعتماد على منهجين المنهج الوصفي لوصف الظاهرة المدروسة أما المنهج المقارن لمقارنة اتجاه الرأي العام في المحيط الاجتماعي بالرأي العام في المحيط الاقتصادي نحو سمعة الجامعة، وتم استخدام الاستمارة كأداة لجمع البيانات.

خلصت الدراسة في الأخير إلى جامعة قلمة تكتسب سمعة عادية وذلك يعود إلى أن جامعة قلمة منفتحة نوعا ما على المجتمع من خلال وجود جمعيات لقداماء خريجي الجامعة Alumni فمن هنا تسعى الجامعة إلى تحقيق الاحتكاك والاتصال المباشر معهم وبالتالي أصبحت الجامعة مطلب اجتماعي للمجتمع والتي يجب أن تنهض به إلى الأفضل. وكذلك انغلاق الجامعة على محيطها الاقتصادي وذلك بغياب العقود والاتفاقيات والقوانين والتشريعات، ما أدى إلى معاناة الطلبة من أجل الحصول على فرصة للتربص والاندماج في عالم الشغل نهاية مشوارهم الدراسي. نظرا لوجود فجوة بين ما هو نظري في الجامعة وتطبيقي في المؤسسات الاقتصادية لذلك فالاحتكاك القوي للجامعة بمحيطها الاجتماعي والاقتصادي ضروري لأنها تعبر أول خطوة لتطور المجتمعات من الناحية الاقتصادية.

Résumé :

Le sujet de cette étude porte sur la réputation de l'université dans l'opinion publique sociale et économique. Nous nous sommes concentrés sur la profondeur de la réalité de cette réputation en termes de vision de la communauté et des institutions économiques et pour connaître ses tendances et impressions en posant la question suivante :

Quelle est l'opinion de l'opinion publique algérienne sur la réputation de l'université algérienne dans son environnement social et économique ?

Afin d'atteindre les objectifs de l'étude, le matériel théorique a été collecté et analysé sous la forme d'une analyse des données obtenues de l'étude de terrain sur la société et les institutions économiques seront après les résultats sur le sujet de l'étude où l'étude a appelé à s'appuyer sur deux approches descriptives pour décrire le phénomène étudié approche comparative pour comparer la tendance de l'opinion publique dans l'environnement social l'opinion publique dans l'environnement économique à la réputation de l'Université, Le formulaire en tant qu'outil de collecte de données.

L'étude a récemment conclu que l'Université de Allumni acquiert une réputation normale parce que l'Université de Guelma s'ouvre quelque peu à la société grâce à l'existence d'associations d'anciens diplômés, ce qui lui permet de nouer des contacts directs avec l'Université. Pour le mieux

Outre la fermeture de l'université en raison de l'environnement économique et l'absence de contrats et de conventions, de lois et de législations, les étudiants ont souffert pour pouvoir tomber dans le monde du travail et la fin de leur carrière. En raison du décalage entre la théorie à l'université et mon application dans les institutions économiques, la forte interaction de l'université avec ses aspects sociaux et économiques est nécessaire car elle reflète le premier pas sur la voie du développement économique des sociétés.

مقدمة:

إن سعي المجتمعات للاهتمام بجامعاتها واستحداث المزيد منها ومدتها بأسباب القوة والتطور، بعد خيارا يتصدر الأولويات، كما تسعى الجامعات في الوقت نفسه لتبرير دواعي وجودها، من خلال تحقيق الاتساق والملائمة بين رسالتها ورؤيتها وأهدافها مع ثوابت وأهداف مجتمعاتها بالضرورة، إذ تمثل الجامعة قمة المنظومة التعليمية وتاج المسار الدراسي ونهاية المطاف التعليمي النظامي، بالنسبة للطلاب والدارسين، وما فتئت أهميتها تزداد وخاصة في العقود الأخيرة، وفي المجتمعات المتقدمة أصبحت مؤسسات التعليم العالي، مركز صناعة القرار الثقافي وموطن رسم الاتجاهات الاستراتيجية، وأصبحت النخب الجامعية، تعتبر كذلك من القيادات الفاعلة والمؤثرة في المجتمع، فضلا عن مساهمة الجامعة في التنمية الاجتماعية والاقتصادية والثقافية للبلاد.

ونظرا لهذه الأهمية اشتد التنافس بين الجامعات لتحتل المراكز الأولى داخل أهم التصنيفات العالمية، لأنه يمكن الاستدلال بها على جودة المؤسسات التعليمية، ومدى تقدم أدائها فاختراف اسم الجامعة في إحدى التصنيفات أو تأخرها في تصنيف آخر، يدل على قصورها في جوانب معينة، وهذا ما يعكس سمعة الجامعة لدى الرأي العام حيث يمكن القول بأن الرأي العام يعتبر ظاهرة اجتماعية، تعكس وجهات نظر الناس ومواقفهم اتجاه قضايا معينة، وأن الرأي العام لا يثبت على حالة واحدة، بل أنه يستجيب للمثيرات والدوافع المستقلة أو غير المستقلة، التي تتصل بالحياة الاجتماعية والاقتصادية للشعب.

كما يمكن أن يكون للرأي العام تأثير ملحوظ وواضح على مسار النشاطات الاجتماعية والاقتصادية، خصوصا في المجتمعات الديمقراطية، وهذه المجتمعات تتعدد فيها وجهات النظر يوجد فيها الرأي والمعارض، وعلى كل حال فإن من يريد التصدي لقيادة الجماهير أو توجيهها، لا بد أن يتعرف على آراء الجماهير واتجاهاتها، من أجل حظي الرأي العام باهتمام متزايد من القيادة والسياسيين، رجال الأعمال، الفلاسفة والعلماء وغيرهم.

أما في دراستنا الحالية سوف نحاول دراسة موضوع "اتجاه الرأي العام الجزائري نحو سمعة الجامعة الجزائرية في محيطها الاجتماعي والاقتصادي" وعليه فقد كانت الدراسة متكونة من خمسة فصول وكل فصل يحتوي على تمهيد وخاتمة، الفصل الأول يتمثل في الإجراءات المنهجية للدراسة، الفصل الثاني مدخل للرأي العام، الفصل الثالث السمعة بين المجالات والمقاييس والنماذج، الفصل الرابع المؤسسات العالمية لتصنيفات الجامعات ومعاييرها، أما بالنسبة للفصل الخامس فقد تضمن على الإطار التطبيقي، حيث خصصنا الفصل الأول للدراسة لنحدد فيه إشكالية الدراسة وتساؤلاتها، أسباب اختيارنا للموضوع، أهمية وأهداف الدراسة، منهج الدراسة ونوعها، تحديد أدوات جمع البيانات، مجتمع وعينة ومجالات الدراسة، وتحديد المفاهيم، إضافة إلى الدراسات السابقة والصعوبات في الأخير.

وتناولنا في الفصل الثاني أربعة مباحث، حيث المبحث الأول يخص مفهوم الرأي العام، والمبحث الثاني أنواعه وتصنيفاته، والمبحث الثالث مؤسسات أو مقومات الرأي العام، أما المبحث الرابع أساليب وطرق تغييره.

أما الفصل الثالث تم التطرق فيه إلى خمسة مباحث: المبحث الأول يخص مفهوم السمعة وأهميتها، المبحث الثاني أبعاد السمعة، المبحث الثالث بناء سمعة المنظمة والمبحث الرابع مقاييس السمعة، والمبحث الخامس مجالات السمعة والأخير نماذج السمعة.

أما الفصل الرابع تطرقنا فيه إلى أربعة مباحث: يخص المبحث الأول تعريف تصنيف الجامعات، والمبحث الثاني أهمية التصنيفات العالمية للجامعات، أما المبحث الثالث أبرز التصنيفات العالمية للجامعات، والمبحث الرابع أسباب غياب الجامعة الجزائرية عن أبرز التصنيفات العالمية.

أما الفصل الخامس للدراسة أو الجانب، احتوى على خمسة مباحث: المبحث الأول مظاهر وتجليات سمعة جامعة قلمة نحو محيطها الاجتماعي، المبحث الثاني اتجاه الرأي العام الجزائري نحو سمعة جامعة قلمة في محيطها الاجتماعي، أما بالنسبة للمبحث الثالث تناولنا فيه مظاهر وتجليات سمعة جامعة قلمة نحو محيطها الاقتصادي، المبحث الرابع اتجاه الرأي العام الجزائري نحو سمعة جامعة قلمة في محيطها الاقتصادي والخامس والأخير قمنا بمقارنة نتائج الجداول (المحيط الاجتماعي، المحيط الاقتصادي)، لتأتي نتائج الدراسة، وانتهت الدراسة بخاتمة تؤكد على أن مستقبل الجامعة وسمعتها مرتبط بمحيطها الاجتماعي والاقتصادي.

تمهيد الفصل المنهجي:

يحتاج أي عمل في بدايته إلى تخطيط مسبق ورسم للأهداف التي يسعى إلى تحقيقها، والبحث العلمي كعمل بحثي يقوم على أساس تحديد الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها من خلال رسم حدود الفهم وإطار تصوري ومفهومي، يتحرك الباحث ضمنه، ليعي موقعه داخل الإشكالية الواحدة، ويعي تصوره بين اشكالياته وقضايا عديدة، أنتجت الأطر والاتجاهات الفكرية والنظرية المختلفة، كما يعطي هذا الإطار الفرصة للباحث لكي يحدد المسائل الجوهرية في بحثه من تلك التي يراها ثانوية محددًا بذلك الأسئلة التي يود الإجابة عنها باتباع طرق وأدوات منهجية محكمة.

وسنتطرق في هذا الفصل إلى مايلي:

- ❖ إشكالية الدراسة وتساؤلاتها
- ❖ أسباب اختيار الموضوع وأهمية الدراسة وأهدافها
- ❖ منهج الدراسة ونوعها
- ❖ أدوات جمع البيانات
- ❖ مجتمع الدراسة والعينة
- ❖ مجالات الدراسة
- ❖ تحديد المفاهيم
- ❖ الدراسات السابقة
- ❖ صعوبات الدراسة

أولاً: إشكالية الدراسة وتساؤلاتها:

يتزايد الاهتمام بالجامعة كاستراتيجية قومية لكل الشعوب وأداة فعالة للتحويل الاجتماعي، ومدخلاً طبيعياً لأي تنمية اقتصادية لهذا اعتنت معظم الدول بالجامعة وعملت على تطويرها واصلاحها فالواقع والتاريخ يعكس ما عرفته الجامعة من تغيرات شملت جميع مراحل التعليم ومستوياته، دعت لذلك أسباب اقتصادية واجتماعية ... الخ¹.

حيث يمكننا القول بأن الجامعة تعتبر مصدر للمعرفة الايداعية والأداة الأساسية للاستثمار في الموارد البشرية لأي دولة حيث تساهم في تطوير المجتمع وتنميته من خلال بناء أجيال المستقبل لأن التعليم الجامعي يهدف بالدرجة الأولى إلى التعليم ونقل المعرفة والثقافة من جيل إلى آخر وذلك هو أساس التنمية ومفهوم التطور وعليه فقد حظيت الجامعة كمؤسسة تعليمية باهتمام بالغ من جانب الباحثين والمختصين حيث اختلفوا في تعريفهم للجامعة بين من يعرفها على أساس عنصرها ومن يعرفها على أساس طبيعتها إذ يعرفها "أبراهام فلكر" Abraham flocer على أنها "مركز للتعليم للحفاظ على المعرفة وزيادة المعرفة الشاملة وتدريب الطلاب الذين فوق مستوى المرحلة الثانوية".

كما يعرفها عبد الله محمد عبد الرحمان على أنها "احدى المؤسسات الاجتماعية والثقافية والعلمية، فهي بمثابة تنظيمات معقدة وتتغير بصفة مستمرة مع طبيعة المجتمع المحلي أو ما يسمى بالبيئة الخارجية"².

ومن هنا يمكن اعتبار الجامعة أنها المجال الذي يضم كل الشعب العلمية والعلوم أكثر من الإنسانية والاجتماعية التي تدعم من طرف الدولة من أجل تسمية المجتمع اقتصاديا والمعرفة اجتماعيا ودفع البلاد نحو التقدم الثقافي والتكنولوجي.³

ونظرا لهذه الأهمية أصبحت الجامعات تعمل جاهدة على تحسين مكانتها العالمية الأمر الذي جعل التنافس على أشده، لذلك ظهرت الحاجة إلى جهات متخصصة لضبط الجودة والتميز الجامعي حيث بدأت فكرة التصنيف العالمي للجامعات بمفهومه الحديث في مطلع القرن الماضي، وأنشأت هيئات وجهات مستقلة للحكم على تميز تلك الجامعات وترتيبها محليا وعالميا بناء على مجموعة من المعايير والمؤشرات وصارت نتائج هذه

¹: رزقان ليلي، اصلاح التعليم العالي الراهن، LMD، و مشكلات الجامعة الجزائرية، دراسة ميدانية بجامعة فرحات عباس، سطيف، جامعة سطيف 2، ص 05.

²: يسمينة خدنة، البحث العلمي في الجامعات الجزائرية دراسة ميدانية ببعض جامعات الشرق الجزائري، جامعة محمد أمين دباغين، بسطيف 2، مذكرة ماجستير (رسالة منشورة)، 2017-2018، ص 53.

³: أيمن يوسف، تطور التعليم العالي، الإصلاح و آفاق السياسة، دراسة ميدانية، لمجموعة من الأساتذة لجامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، جامعة الجزائر، 2007-2008، مذكرة ماجستير رسالة منشورة، ص 29.

التصنيفات تنشر عبر وسائل الاعلام المختلفة والمواقع على الشبكات العالمية وتلقى ردود أفعال تشبه جوائز نوبل¹.

ومن تلك المؤسسات العالمية التي اهتمت بتصنيف الجامعات دوليا جياجونغ شنغهاي وهو من أشهر التصنيفات الاكاديمية وأول تصنيف عالمي للجامعات تم إصداره أول مرة سنة 2003 من قبل مركز البحث الجامعات العالمية لمعهد التربية والتعليم التابع لجا وتجونغ شنغهاي بالصين سنة وينشر قائمة لأحسن 500 جامعة في العالم، ويتم اعداد هذه القائمة بالاعتماد على معايير ومؤشرات موضوعية والهدف الأساسي لهذا التصنيف هو تحديد مكانة الجامعات الصينية قصد العمل على تصنيف الفجوة بينها وبين ما يسمى جامعات النخبة العالمية.²

أما التصنيف الثاني الذي يعرف بتصنيف ويومتركس يعتمد على قياس أداة الجامعات من خلال مواقعها الالكترونية³، الذي يعتبر بمثابة مؤشرا لالتزام الجامعات بالاستفادة من الانترنت لعرض ما لديها لكي تتم الاستفادة من قبل الآخرين وإذا ما أرادت أي جامعة إبراز تقدم في هذا الترتيب فإن عليها أن تعيد النظر في محتوياتها على الانترنت لتتناسب مع مكانتها العلمية وستجد أن مركزها في التقييم قد تغير إلى الأفضل وتم عمل هذا التصنيف في الشهر الأول والسابع من كل سنة ميلادية⁴، فهذا النظام يشجع جميع المؤسسات التعليمية والعلماء والباحثين ليكون لهم وجود في شبكات الريب وإظهار أبرز نشاطاتهم العلمية وكذلك زيادة وتشجيع المنشورات الالكترونية التي يكون لها دور في وجود عمليات البحث وأنشطة الجامعة في محركات البحث العالمية⁵.

أما التصنيف الاخر وهو تصنيف تايمز Times الاسباني، ويعرف بأنه تصنيف سنوي لأفضل 800 جامعة في العالم وينشر على يد شركة كواكواريلي سيمونندس المختصة بالتعليم التي تأسست عام 1990 ولها مكاتب رئيسية في كل من لندن وباريس وسنغافورة وكذلك لها مكاتب فرعية أخرى متفرقة أما هدفه فيتمثل في إيجاد طريقة للمقارنة بين الأداء البحثي والأكاديمي للجامعات العالمية وكذا رفع مستوى المعايير العالمية للتعليم العالمي والحصول على معلومات عن برامج الدراسة في مختلف الجامعات⁶.

¹ وفاء محمد عون، نجاة على عبد الله الشمراي و آخرون ، تطوير أداء الجامعات السعودية في التصنيفات العالمية لتحقيق رؤية المملكة 2030، (التجربة الكندية النموذج) جامعة الملك سعود، ص55.

² محمد دهان ، دلال بوعتروس: ترتيب الجامعات الجزائرية ضمن التصنيف العالمية أين يكمن الخلل؟ وما هو الحل؟، دراسات العلوم التربوية عدد خاص من مؤتمر كلية العلوم التربوية بعنوان (مؤتمر التعليم العاليفي الوطن العربي)، 2017، ص175.

³ اسراء محمد أحمد مصطفى : التصنيف العالمي للجامعات ، إدارة مشروع الطرق المؤدية إلى التلعليم العاليفي ضمن متطلبات الحصول على شهادة حضور البرنامج التدريبي ، محافظة التدريب حلوان، 2009.

⁴ د. غازي محمد راتب عصاصو وآخرون :تأثير البوابات الالكترونية و النشر الدلي على ترتيب جامعة بنها في التصنيفات العالمية.

⁵ أزهر عباس عادي : دراسة حول تصنيفات الويبو ماتريكس ، مجلة بابل العلوم الصرفة و التطبيقية، مجلد25، عدد4، 2017، ص1268.

⁶ يسمينة خدنة: المرجع السابق، ص 106.

حيث عرفت هذه التصنيفات العالمية غياب العديد من جامعات العالم وبالتحديد الجامعات العربية والجزائر في هذا السياق بذلك مجهودات فعالة منذ الاستقلال لتطوير هذه المنظومة التعليمية وربطها بجميع مجالات الحياة، فلا يمكن تحقيق مواكبة التطور السريع بدون رجوع الجزائر إلى الجامعة والاستثمار فيها وأن زيادة التوسع في إنشاء مؤسسات التعليم العالي في الجزائر وإدراك الدولة لأهميتها وجودتها ومدى تحقيقها للأهداف المطلوبة ومعرفة مكانتها العالمية لا يمكن قياسه إلا من خلال الكشف عن ترتيب الجامعات الجزائرية ضمن أهم التصنيفات العالمية لا سيما تصنيف والبحث عن مكان الخلل وعدم ظهورها ضمن هذه التصنيفات أو ظهورها المتدني في بعض التصنيفات¹

ففي تصنيف شنغهاي 2014-2015 نجد الغياب التام للجامعات الجزائرية ضمن هذا التصنيف حيث لاحظنا أن أفضل جامعة عربية احتلت المراتب من 150 إلى 200 في ترتيب أفضل 500 جامعة عالمية عربية واحتلت فيه الجامعات السعودية الصدارة بأربعة جامعات نتيجة الخطة التي اعتمدها المملكة العربية السعودية في تطوير جامعاتها كما جاءت مصر ضمن هذا الترتيب بجامعة القاهرة.

لكن الجامعة الجزائرية تتغنى بتصنيف ويومتركس Webometrics حيث حققت مراتب لا بأس بها وهذا ما بينته مختلف الاحصائيات، أين حظيت بنتائج مبشرة سواء على المس توى العربي أو المستوى الافريقي وبخاصة عند مقارنتها بدول المغرب العربي والتي تتميز بنفس خصوصيات الجامعات الجزائرية وبهذا تمكنت الجامعات الجزائرية من تحقيق نتائج إيجابية حسب هذا التصنيف جعلها تحصل على المرتبة الثالثة ضمن أفضل 15 بلد افريقي لسنتي 2015 و2016.²

إلا أن الانتقادات التي وجهت لتصنيف ويومتركس لأن أساسا في هذا التصنيف لا يصنف الجامعات من حيث أدائها الأكاديمي والعلمي وجودة بحوثها العلمية وإنما يقتصر على تصنيف موقعها الالكتروني لتحقيق هدفين أولهما تشجيع النشر على الشبكة العنكبوتية والثاني فهو تجاري ما أثر على سمعة الجامعة الجزائرية لدى الرأي العام الاجتماعي والاقتصادي.³

وهذا ما يعد من المشكلات المطروحة بقوة لدى الرأي العام الجزائري فسمعة الجامعة الجزائرية موضوع حساس فرغم ما شهدته الجامعة الجزائرية من إصلاحات منذ الاستقلال وذلك بهدف إعطاء صيغة جديدة للجامعة الجزائرية إلا أن المشاكل والعوائق لازالت تلاحق هذه المنظومة التربوية لدى محيطها الاجتماعي والاقتصادي.

¹ محمد دهان ، دلال بوعتروس: المرجع السابق، ص173.

² محمد دهان ، دلال بوعتروس : المرجع نفسه، ص ص 178-179.

³:بسمينة خدنة، المرجع السابق، ص109.

فالجامعة الجزائرية على احتكاك بالرأي العام في المحيط الاجتماعي و الاقتصادي و منه تتكون اتجاهات و معتقدات و أفكار سائدة نحو سمعة الجامعة و هذه الآراء تكون متداولة لدى الرأي العام الاجتماعي و الاقتصادي أحيانا تكون صائبة و أحيانا خاطئة حيث يشاع عند الأغلبية رؤية واضحة حول سمعة الجامعة الجزائرية و بما اننا طلبة جامعيين و نحتك بالمحيطين الاجتماعي و الاقتصادي قبل اجراء هذه الدراسة لاحظنا ان هناك تضارب في الآراء حول سمعة الجامعة فهناك من يراها بنظرة إيجابية و هناك من يراها بنظرة سلبية لذلك توجد عدة عوامل تتحكم في هذه الآراء و الاتجاهات من خلالها يمكن بناء اتجاه رأي نحو سمعة الجامعة و هذا ما دفعنا لدراسة هذا الموضوع.

فلقد أردنا من خلال هذه الإشكالية معرفة واقع الجامعة الجزائرية وسمعتها لدى الرأي العام الجزائري وخاصة القلمي واتجاهاتهم نحوها .

وعليه يمكن طرح التساؤل الرئيسي التالي: ما هو اتجاه الرأي العام القلمي نحو سمعة جامعة قلمة في محيطها الاجتماعي والاقتصادي؟

وتتفرع منها تساؤلات فرعية:

1. ما هو واقع سمعة جامعة قلمة لدى الرأي العام القلمي في محيطها الاجتماعي والاقتصادي؟
2. ما هي مظاهر وتحليلات سمعة جامعة قلمة لدى محيطها الاجتماعي والاقتصادي؟
3. ما هو اتجاه الرأي العام القلمي نحو سمعة جامعة قلمة في محيطها الاجتماعي والاقتصادي؟

ثانيا: أسباب اختيار الموضوع، أهمية الدراسة وأهدافها:

يمكن تقسيم الأسباب إلى ذاتية وموضوعية:

1/ الأسباب الذاتية:

- 1- الحصول على شهادة الماستر في الاتصال والعلاقات العامة.
- 2- الرغبة الشخصية في التعرف على اتجاه الرأي العام الجزائري نحو سمعة جامعة قلمة لدى محيطها الاجتماعي والاقتصادي.
- 3- محاولة تحليل اتجاه الرأي العام نحو سمعة جامعة قلمة واقتراح حلول وتوصيات للمؤسسة محل الدراسة مما يسمح لها بأداء مهامها بأحسن وجه ولتحقيق أهدافها.
- 4- توفير دراستنا للدفعات التي ستتخرج في المستقبل كسند علمي.

2/ الأسباب الموضوعية:

- 1- ارتباط الموضوع مباشرة بدائرة اختصاصنا وهو " الاتصال والعلاقات العامة ".
- 2- قابلية الموضوع للدراسة.
- 3- قلة البحوث في هذا المجال خاصة الدراسات المتعلقة بسمعة الجامعة.
- 4- موضوع الرأي العام وسمعة الجامعة موضوع حساس يستدعي النظرة الجيدة والبحث المركز.
- 5- عدم وجود استراتيجية واضحة وبناءة بين الجامعة ومحيطها الاجتماعي والاقتصادي.
- 6- حاجة المكتبة الجزائرية الى هذا النوع من الدراسات والتي تشرح الآراء والمواقف والانطباعات التي يكونها كل من المحيط الاجتماعي والاقتصادي نحو سمعة جامعة قلمة.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في كونها تطرح موضوعا غاية في الأهمية وهو " اتجاه الرأي العام الجزائري نحو سمعة الجامعة الجزائرية لدى محيطها الاجتماعي والاقتصادي " حيث سلطنا الضوء على أهم مؤسسة في المجتمع وهي الجامعة وعلاقتها بالبيئة الخارجية، وبما ان الجامعة هي أساس تسيير البلاد وتلعب دورا هاما في التنمية الاجتماعية والاقتصادية فإنه من الضروري السعي للبحث عن المظاهر المرتبطة بسمعة الجامعة والقضاء على الانطباعات والاتجاهات التي تؤثر في سمعتها لأن الجامعة كانت ولازالت اليوم تحتل مكانة مرموقة ولها أهمية كبيرة باعتبارها قاطرة للتنمية.

أهداف الدراسة:

- 1- التعمق والفحص الجيد لسمعة الجامعة الجزائرية لدى محيطها الاقتصادي والاجتماعي.
- 2- الإجابة على الإشكالية المطروحة بطريقة موضوعية ومنهجية سليمة.
- 3- معرفة اتجاه الرأي العام الجزائري نحو سمعة جامعة قلمة لدى محيطها الإقتصادي والاجتماعي.
- 4- إثراء المكتبة الجامعية بهذا النوع من الدراسات التي تهتم باتجاه الرأي العام الجزائري نحو سمعة جامعة قلمة.

ثالثا: منهج الدراسة ونوعها:

يعرف المنهج بأنه مجموعة من القواعد التي يتم وضعها بغرض الوصول الى الحقيقة العلمية بمعنى أنه الطريقة أو الخطة التي يتبعها الباحث في دراسته للمشكلة لاكتشاف الحقيقة المتعلقة بموضوع أو مشكلة البحث¹. كما يعرفه موريس أنجرس هو مجموع الإجراءات والخطوات المتبناة من أجل الوصول الى نتيجة، وهو فن التنظيم الصحيح لسلسلة من الأفكار العديدة إما من أجل الكشف عن حقيقة مجهولة أو من أجل البرهنة على حقيقة لا يعرفها الآخرون².

وبالنظر إلى طبيعة الموضوع وإشكاليته بما يحتويها من أهداف وعلى نوع البيانات المراد جمعها تبين لنا أن أنسب منهج لهذه الدراسة هو المنهج الوصفي، حيث سنحاول من خلاله الوصول الى تحليل وصف دقيق لمعرفة اتجاه الرأي العام الجزائري نحو سمعة جامعة قلمة في محيطها الاجتماعي والاقتصادي، وعليه يعرف المنهج الوصفي: ويعتمد على الملاحظة بالإضافة الى عمليات التصنيف والاحصاء مع بيان وتفسير تلك العمليات ويعد المنهج الوصفي أكثر مناهج البحث ملائمة للواقع الاجتماعي، كسبيل لفهم الظواهر واستخلاص سماته:

كذلك يمكن تعريف المنهج الوصفي بأنه أسلوب من أساليب التحليل المرتكز على معلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد من خلال فترة أو فترات زمنية معلومة وذلك من أجل الحصول على نتائج عملية ثم تفسيرها بطريقة موضوعية وبما ينسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة:

ويتميز المنهج الوصفي بأنه يقوم بتقديم معلومات وحقائق عن واقع الظاهرة الحالي، يوضح العلاقة بين الظواهر المختلفة والعلاقة داخل نفس الظاهرة، سيقدم تفسيراً للظواهر والعوامل التي تؤثر فيها مما يساعد على فهم الظاهرة ويساعد في التنبؤ بمستقبل الظاهرة.

ومن عيوبه: إمكانية اعتماد الباحث على معلومات خاطئة من مصادر خاطئة، محدودية الدراسات الوصفية على التنبؤ بسبب صعوبة الظاهرة الاجتماعية، إمكانية تمييز الباحث في جمع المعلومات الى مصادر معينة³.

بالإضافة الى المنهج الوصفي استخدمنا المنهج المقارن لأننا سنقوم بإجراء مقارنة بين اتجاه الرأي العام الجزائري نحو سمعة الجامعة في محيطها الاقتصادي والاجتماعي، حيث يعرف بأنه تلك الخطوات التي يتبعها الباحث في مقارنته للظواهر محل البحث والدراسة، يقصد به معرفة العناصر التي تتحكم في أوجه التشابه

¹: محمود احمد درويش، مناهج البحث في العلوم الانسانية، مؤسسة الامة العربية للنشر والتوزيع، مصر، 2018، ص 61.

²: بنت طاعة الله بكار، دور العلاقات العامة لمجلس الامة في ادارة صورته الذهنية، دراسة تحليلية وميدانية مقارنة بين الصورة المدركة والصورة المرغوبة والصورة المنقولة (اعلام)، جامعة الجزائر، 3، 2014-2015، رسالة ماجستير (رسالة جامعية منشورة)، ص 10.

³: اسماعيل ابراهيم، مناهج البحوث الاعلامية، دار الفجر للنشر والتوزيع، ص 55.

والاختلاف في تلك الظواهر وهو يستهدف التفسير العلمي عبر كشفه للعلاقات بين المتغيرات لأنه في كشفه للعلاقة بين متغيرين أو أكثر قد يعزل تأثير بقية العوامل والمتغيرات الأخرى، فالمقارنة العلمية لا تقف عند التصنيف المبسط لأوجه الشبه والاختلاف وإنما تسعى لإعطاء دلالات لصور ذلك التشابه والاختلاف وإرجاع تلك الظواهر إلى عوامل.

وكل هذا من أجل الوصول إلى نظريات كبرى تفسر الظواهر المختلفة أو على الأقل التوصل إلى صياغة نظريات متوسطة من شأنها أن تفسر بعض الظواهر¹.

وعليه تندرج الدراسة التي بين أيدينا ضمن نوع الدراسات الاستكشافية حيث تتمثل كما يعبر عنها إسمها في استكشاف مسالك البحث على غرار ما يفعله تقريبا المغامر الذي يستكشف بيئة جديدة لا يعرف عنها الشيء الكثير². يعد شكلا من أشكال البحث التي يتم إجراؤها عن المشاكل التي لم يتم تحديدها بوضوح ويساعد البحث الاستكشافي على تحديد أفضل تصميم للبحث وطريقة لجمع البيانات وتحديد المواضيع واستخلاص استنتاجات حاسمة وكثيرا ما يستخدم البحث الاستكشافي في الدراسات النادرة التي لم يخض فيها الباحثون كثيرا³.

¹: أمل سريسي، مفهوم اللغة في ضوء مناهج البحث اللغوي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير (دراسة منشورة)، جامعة سعد دحلب، البلدة 2012، ص 34.

²: ألامامي وب غالي، البحث في الاتصال عناصر منهجية، ترجمة ميلود سفاري فضيل دليو، رابح كعباش، مولود سعادة حليلة بوشاقور، مخبر علم الاجتماع والاتصال للبحث والترجمة، 2004، ص ص 223، 224.

³: محمود احمد درويش، المرجع السابق، ص 56.

رابعاً: أدوات جمع البيانات:

إعتمدنا في دراستنا على أداة الاستبيان لأنها الأداة المناسبة لمنهج الدراسة وموضوعها كما انها توافق إشكالية هذه الدراسة وفرضياتها، وباعتبارها الأنسب في جمع المعلومات الكمية ذات العلاقة بقياس درجة الإهتمام بموضوع لدى الجمهور¹.

فعن طريقها يمكن جمع البيانات حول:

- المواقف والآراء التي يكونها الرأي العام الجزائري نحو سمعة الجامعة الجزائرية ومعرفة اتجاهاتهم.

حيث يعرف الاستبيان بأنه: أحد الوسائل التي يعتمد عليها الباحث في تجميع البيانات والمعلومات من مصادرها الأصلية، وهي من أكثر أدوات البحث شيوعاً مقارنة بالأدوات الأخرى².

كذلك هو عبارة عن عدد من الأسئلة المحددة يعرض على عينة من الأفراد ويطلب إليهم الإجابة عنها كتابة فلا يتطلب الأمر شرحاً شفوياً مباشراً أو تفسيراً من الباحث، وتكتب الأسئلة أو تطبع على ما يسمى استمارة استبيان³.

ويتميز الاستبيان بأنه:

- يساعد في الحصول على معلومات حساسة ومخرجة⁴.

- يوفر وقتاً للفرد للإجابة على أسئلة الاستمارة أكثر مما لو سائل مباشرة وطلب منه الإجابة عقب توجيه السؤال⁵.

- يعتبر أكثر الوسائل تقنياً⁶.

- لا يتضمن أسئلة مفتوحة open-ended إلا إذا كان ذلك ضرورياً⁷.

¹: زواوي الحاج سعد، المرجع السابق، ص 47.

²: ناهدة عبد زيد الدليمي، أسس وقواعد البحث العلمي، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان 2016، ص 133.

³: مروان عبد المجيد ابراهيم، اسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص 180.

⁴: نحي سعدي احمد مغازي، اسس البحث العلمي، دار الوفاء لندنيا الطباعة والنشر، الاسكندرية، 2013، ص 212.

⁵: مروان عبد المجيد ابراهيم، المرجع السابق، ص 185.

⁶: أد عقيل حسين عقيل، خطوات البحث العلمي مع تحديد المشكلة الى تفسير النتيجة، دار غبن كثير، ص 212.

⁷: د منذر الضامن، اساسيات البحث، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2007، ص 94.

عيوب الاستبيان:

- 1- كثرة أسئلة الاستبيان أو إطالتها قد تجعل الملل في نفوس المبحوثين مما يضطرهم لملاؤه هكذا عشوائياً.¹
- 2- قد يستعين المبحوث بآخرين في الإجابة على استمارة الاستبيان وبالتالي تكون المعلومات المتحصل عليها خالية المصدقية.
- 3- قد يكون بعض المبحوثين لا يجدون القراءة والكتابة مما يجعلهم لا يولون اهتماما لاستمارة البحث.
- 4- من المعروف انه لا يعيد جميع الافراد الذين ترسل إليهم استبيانات تلك الاستمارات مما يقلل من تمثيل المعلومات للعينات التي وزع عليها.²

وشمل الاستبيان على استمارتين: حيث قمنا بتوزيع 40 استمارة على المحيط الإجتماعي المتمثل في الطلبة الجامعيين والطلبة السابقين والأولياء، والأقارب (زوجة لطالب جامعي، زوج لطلبة جامعية، أخ أو أخت لطالب(ة) جامعي(ة) و40 استمارة بالنسبة للمحيط الاقتصادي والمتمثل في العاملين في المؤسسة من رئيس مصلحة، ومتصرف، وعون إدارة في كل من المؤسسات الاقتصادية التالية: مجمع بن عمر، بنك الخليج، اتصالات الجزائر لولاية قالمة، مؤسسة سونلغاز، مؤسسة موبيلس. وذلك بهدف معرفة كل الآراء حول الموضوع وكان الرد بنسبة 100% .

حيث تضمنت استمارة المحيط الإجتماعي ثلاث محاور:

المحور الأول: البيانات الشخصية وتضمن أربعة أسئلة.

المحور الثاني: مظاهر وتحليلات سمعة جامعة قالمة في محيطها الاجتماعي وتضمن تسعة أسئلة.

المحور الثالث: اتجاه الرأي العام نحو سمعة جامعة قالمة في محيطها الاجتماعي وتضمن عشرة عبارات.

كما شملت استمارة المحيط الاقتصادي على ثلاث محاور:

المحور الأول: البيانات الشخصية وتضمن 5 أسئلة.

المحور الثاني: مظاهر وتحليلات سمعة جامعة قالمة في محيطها الاقتصادي وتضمن تسعة أسئلة.

المحور الثالث: اتجاه الرأي العام الجزائري نحو سمعة جامعة قالمة في محيطها الاقتصادي وتضمن عشرة عبارات.

¹: اعقيل حسين عقيل، المرجع السابق، ص ص 213-214.

²: عبود عبد الله العسكري، المرجع السابق، ص ص 176-177.

خامسا: مجتمع الدراسة والعينة:

1-مجتمع الدراسة:

عندما يقوم الباحث بدراسة ظاهرة معينة، ومشكلة ما، فإن الأمر يتطلب أن يحدد مجتمع بحثه، ويتمثل مجتمع البحث في جمع الأفراد والأحداث أو الأشياء الذين يكونون موضوع البحث¹، أي أنه المجموع الكلي من المفردات والأشياء الأخرى المحدودة أو غير المحدودة².

وبناء على موضوع الدراسة وإشكالياتها وأهدافها المطروحة إعتدنا في دراستنا هذه المقسمة إلى محيطين إجتماعي واقتصادي على ما يلي:

المحيط الاجتماعي: يتمثل مجتمع دراسته في الأفراد القاطنين بولاية قلمة، وقد تم توزيع 40 استمارة في المحيط الاجتماعي حيث قدر عدد سكان ولاية قلمة بـ 550073 نسمة³.

المحيط الاقتصادي: يتمثل مجتمع دراسته في توزيع 40 استمارة على مجموعة من المؤسسات بولاية قلمة والمتمثلة في: اتصالات الجزائر، بنك الخليج الجزائري، عمر بن عمر، وكالة موبيليس ومؤسسة سونلغاز

اتصالات الجزائر: Algérie télécom: مؤسسة عمومية جزائرية تأسست عام 2003 تنشط في مجال الهاتف الثابت والنقل موبيليس، وخدمات الانترنت جواب والاتصالات الفضائية، نشأت بموجب قانون فبراير 2000 المرتبط بإعادة هيكلة قطاع البريد والمواصلات بفصل قطاع البريد عن قطاع الاتصالات، وقد دخلت رسميا في سوق العمل في 1 يناير 2003⁴.

بنك الخليج الجزائري: تأسس بنك الخليج الجزائري في 15 ديسمبر 2003 بموجب القانون الجزائري برأس مال قدره 10 مليار دينار جزائري، يمكنها ثلاث بنوك ذات سمعة دولية مرموقة وهي Burgan Bank بقيمة 60% وبنك تونس العالمي Tunis International بـ: 30% و10% من البنك الأردني الكويتي Jordan Kuwait Bank، وهي تنتمي إلى مجموعة مشاريع الكويت القابضة.

¹: إلهام بن فردي، سهيلة بلزوح، دور الإعلان في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الخدمتية لدى جمهورها الخارجي، مذكرة ماستر، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2014/2015، ص43.

²: أحمد بن مرسي، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1983، ص166.

³: مصدر من المؤسسة.

⁴: المصدر من المؤسسة.

وبنك الخليج الجزائري بنك تجاري بدأ عمله في 2004 يمارس عمله الآن في بيئة اقتصادية وبنكية مليئة بالتغيرات والتقلبات¹. ويقع بنك الخليج الجزائري يقع في حي الكرمة، شارع رم 27 الحالي بقلمة.²

مؤسسة عمر بن عمر: هي فرع من فروع المجمع الصناعي عمر بن عمر، الذي تأسس من قبل الأب الراحل عمر بن عمر والذي استطاع أن يفرض نفسه كرائد في السوق الوطنية للأغذية الصناعية والأعمال التجارية الأسرية، وهذا منذ تأسيس الشركة الأم 1984 (مصبرات الطماطم CAB)، فالمجمع اليوم يحتل مكانة مرموقة في السوق الجزائرية، وحتى العالمية نظرا للإمكانيات عالية الجودة المعتمدة في الإنتاج.

يبلغ عدد عمال الشركة ذات المسؤولية المحدودة مطاحن عمر بن عمر 770 عامل، مقسمين كالاتي:

13 إطار سامي، 130 إطار، 148 عون تحكم (ماهر)، و479 منفذ، ويرقم أعمال بـ 66 مليون أورو سنويا.³

مؤسسة موبيليس: إن ظهور مؤسسة اتصالات الجزائر موبيليس جاء كنتيجة لانفتاح السوق الوطنية للاتصالات على المناقشة من خلال هذا سنتطرق الى التعريف بشركة موبيليس وهذا بالتطرق الى تطورها.

عمد القانون 2000/03 المؤرخ في 05 اوت 2000م الى فتح قطاع البريد والاتصالات السلكية واللاسلكية للمنافسة. مما ترتب مباشرة على هذا الاجراء مايلي:

1- تحول وزارة البريد والمواصلات الى وزارة البريد وتكنولوجيا الاعلام والاتصال، والتي اوكلت مهمة الضبط ووضع استراتيجية قطاعية لتطوير تكنولوجيا الاعلام والاتصال.

2- في شهر اوت منحت الرخصة الاولى لمجمع ORASCOM لوضع شبكة الهاتف النقال، وتقديم الخدمات المرتبطة به في عام 2002 استفادت شركة الاتصالات بالجزائر من رخصة لتنظيم نشاطها للهاتف الثابت والنقال GSM ودخلت الرخصة حيز التنفيذ من الفاتح جانفي 2003، حيث اوكلت مهمة توفير خدمة الهاتف النقال لشركة اتصالات الجزائر باستعمال شبكة GSM الموروثة عن وزارة البريد وتكنولوجيا الاعلام والاتصال.⁴

¹: كمال بوطي، دور جودة الخدمات المصرفية في تحسين تنافسية البنوك، جامعة محمد خيضر، بسكرة، مذكرة ماستر في العلوم الاقتصادية، 2012-2013، ص 102، مذكرة منشورة.

²: www.agb.dz18-06-2019-12:00PM

³: المصدر من المؤسسة.

⁴: بداوي هدى، رزقي بسمة، ظفري عفاف، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في ترقية المبيعات في المؤسسة الخدمية، مذكرة لنيل شهادة الماستر تكنولوجيا المعلومات والاتصال والمجتمع، جامعة 8 ماي 1945 قلمة، 2015-2016، ص ص 78، 79.

مؤسسة سونلغاز: هي مؤسسة اقتصادية عمومية جزائرية، مجال نشاطها انتاج ونقل الطاقات وتوزيعها، يقع مركزها بولاية الجزائر العاصمة، تم انشائها سنة 1947. اسند إليها الكهرباء ونقله وتوزيعه وكذلك توزيع الغاز، وتضم المؤسسات السابقة لإنتاج والتوزيع وهي تنتمي الى قانون اساسي خاص منها لوبون (lobon) وشركاءه (SAE) (الشركة الجزائرية للكهرباء والغاز).

- وفي عام 1962 اي بعد الاستقلال حاولت المؤسسة مواصلة التنمية الاقتصادية والاجتماعية على المستوى الوطني، وفي عام 1969 وبمقتضى الامر 59-69 تم حل مؤسسة كهرباء وغاز الجزائر، وتحويلها الى مؤسسة وطنية للغاز والكهرباء.
- وفي سنة 1983 كانت اول اعادة الهيكلة لسونلغاز، حيث اصبحت كل مؤسسات الاشغال وتصنيع الفناء مؤسسات مستقلة.
- وفي عام 2002 وبموجب المرسوم الرئاسي رقم (02-195) المؤرخ في فيفري 2002، المتضمن القانون الاساسي للشركة، تحولت سونلغاز من مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري الى شركة مساهمة قابضة ذات أسهم.
- وهذا الانتقال تمليه ضرورة قيام سونلغاز يتكيف نفسها للتلاؤم مع القواعد الجديدة لتسيير القطاع التي اوجبتها القانون ولاسيما انفتاح الاعمال والانشطة وولوج باب المنافسة، وإمكانية اللجوء الى التساهمية الخاصة، ومن ناحية اخرى فإن هذا القانون الاساسي الجديد يحول المؤسسة استقلالية أكبر ويسمح لها بأن تمارس مسؤولياتها كاملة¹.

2- العينة:

فهي تمثل جزء من المجتمع الذي تجري عليه الدراسة، يختارها الباحث لإجراء دراسته عليه وفق قواعد خاصة لكي تمثل المجتمع تمثيلا صحيحا².

إن العينة أيا كان نوعها لا يمكن للباحث في إطار البحوث الإجتماعية والإنسانية وخاصة البحوث الميدانية الاستغناء عنها لأنها تعتبر من أبرز الطرق التي يستعملها الباحث في جمع المعلومات والبيانات التي تساعد في دراسته وتحليله وتفسيره للظاهرة التي يكون الباحث بصدد دراستها³.

ونظرا لاقتصار عينتنا على المحيط الاجتماعي والاقتصادي في مدينة قلمة دون غيرهم.

¹: براهيمية ماجدة، صويلح حمزة، مخلوف أسامة، مساهمة تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة في تحسين الأداء الوظيفي بالمؤسسة الاقتصادية العمومية الجزائرية: دراسة ميدانية لإطارات مؤسسة سونلغاز، مذكرة لنيل شهادة الماستر، اتصال وعلاقات عامة، جامعة 08 ماي 1945 قلمة، 2017-2018، مذكرة منشورة، ص 80.

²: رحيم يونس كرو الغراوي، مقدمة في منهج البحث العلمي، سلسلة المنهل في العلوم التربوية، دار دجلة عمان، 2008، ص 161.

³: إيمان يوسف، تطور التعليم العالي الاصلاح والآفاق السياسية، دراسة ميدانية لمجموعة من الاساتذة بجامعة بن يوسف بن خدة-الجزائر، 2007-2008، رسالة ماجستير، رسالة جامعية منشورة ص 81.

تم الاعتماد على العينة المتاحة وتعتمد على ما هو متاح، بحيث يختار الباحث المفردات الميسرة، مثل الطلبة في الجامعة أو المدرسة وعلى الرغم من هذا النوع من العينات يساعد إلى حد كبير في جمع المعلومات الاستكشافية.

إلا أن أهم عيوب هذه العينات أنها تسبب حدوث كم كبير من الأخطاء ويكثر حديث النقاد عن عدم تمثيل العينة الميسرة لمجتمع الدراسة وبالتالي لا تحتوي على أي صلاحية خارجية، أي خارج حدود مفردات العينة، واستخدم العينات الميسرة في إجراء الاختبارات القبليّة على صحيفة الاستقصاء أو في الدراسات الاستطلاعية، حيث تساعد المعلومات التي يجمعها الباحث من أفراد العينة في التعرف على المشاكل التي تحدث أن يواجهها عند إجراء البحث.¹

وعليه فقد اخترنا عينة تتكون من 40 مفردة بالنسبة للمحيط الاجتماعي و40 مفردة بالنسبة للمحيط الاقتصادي، وقد تمت عملية توزيع الاستمارة في الفترة الممتدة ما بين 14 ماي إلى 16 ماي 2019.

توصيف العينة:

توصيف عينة المحيط الاجتماعي.

محور البيانات الشخصية:

جدول رقم (01): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس.

النسبة المئوية %	التكرار	الجنس
40%	16	ذكر
60%	24	أنثى
100%	40	المجموع

من خلال الجدول تبين ان نسبة الاناث تمثل أغلب عينة البحث وهي أكبر من الذكور إذ قدرت ب 60% و24 مفردة من أصل 40 وهذا راجع الى طبيعة المجتمع الحالي الذي يغلب فيه الجنس الأنثوي في حين نجد أن نسبة الذكور قد بلغت 40 % و16 مفردة من أصل 40.

¹: عمر نصر الله، مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص ص 352-353.

جدول رقم (02): يمثل توزيع افراد العينة حسب متغير الفئة العمرية.

العمر	التكرار	النسبة المئوية %
أقل من 18 سنة	3	7.5%
18-28 سنة	22	55%
28-38 سنة	10	25%
38-48 سنة	1	2.5%
أكثر من 48 سنة	4	10%
المجموع	40	100%

يوضح الجدول خصائص العينة المدروسة من خلال متغير الفئة العمرية حيث تبين ان الفئة العمرية 18-28 هي أكبر نسبة حيث قدرت ب 55% و 22 مفردة من أصل 40، الفئة العمرية 28-38 سنة بنسبة 25% و 10 من أصل 40 مفردات أما الفئة العمرية الأكثر من 48 سنة فقد قدرت ب 10% و 4 مفردات من أصل 40 ثم تليها الفئة العمرية الأقل من 18 سنة بنسبة 7.5% و 3 مفردات من أصل 40 في حين تحتل أقل نسبة الفئة العمرية 38-48 بنسبة 2.5% بمعدل مفردة واحدة.

جدول رقم (03): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير أنت.

أنت	التكرار	النسبة المئوية
طالب(ة) جامعي(ة)	13	32.5%
طال(ة) جامعي(ة) سابق(ة)	6	15%
أب لطالب(ة) جامعي(ة)	2	5%
أم لطالب(ة) جامعي(ة)	3	7.5%
أخ لطالب(ة) جامعي(ة)	5	12.5%
أخت لطالب(ة) جامعي(ة)	4	10%
زوج لطالبة جامعية	4	10%
زوجة لطالب جامعي	3	7.5%
المجموع	40	100%

يظهر لنا الجدول توزيع افراد العينة حسب المتغير انت وما نلاحظه أن اغلب افراد العينة هم طلبة جامعيين حيث قدرت اكبر نسبة ب 32.5% الممثلة ل 13 مفردة من اصل 40 لتليها بعد ذلك النسبة 15% الممثلة ب 6 مفردات من اصل 40 بالنسبة للعينة طالب(ة) جامعي(ة) سابق(ة) بعدها اخ لطالب(ة) جامعي(ة) بنسبة 12.5% الممثلة ب 5 مفردات من اصل 40 وتصل نسبة كل من أخت لطالب(ة) جامعي(ة) وزوج لطالبة جامعية الى 10% الممثلة في 4 مفردات لكلاهما من اصل 40 لتأتي بعدها نسبة كل من العينتين أم لطالب(ة) جامعي(ة) وزوجة لطالب جامعي بنسبة 7.5% الممثلة ب 3 مفردات لكل منهما من اصل 40 واقل نسبة هي أب لطالب(ة) جامعي(ة) ب 5% من اصل 40.

جدول رقم(04): يمثل توزيع افراد العينة حسب متغير المستوى الجامعي.

النسبة المئوية	التكرار	جامعي
42.5%	17	ليسانس
22.5%	9	ماستر
0%	0	دكتوراه
65%	26	المجموع

نلاحظ من خلال بيانات الجدول أعلاه والممثل في متغير المستوى التعليمي الجامعي، حيث اتضح ان أعلى نسبة والتي قدرت ب 42.5% بمعدل تكرار 17 مفردة من أصل 40 مفردة من الباحثين متحصلين على شهادة ليسانس تليها الفئة الثانية والتي قدرت بنسبة 22.5% بمعدل 17 مفردة من أصل 40 مفردة كما نجد نسبة منعدمة بالنسبة للباحثين المتحصلين على شهادة الدكتوراه.

جدول رقم (05): يمثل توزيع افراد العينة حسب متغير المستوى دون الجامعي

النسبة المئوية	التكرار	دون جامعي
5%	2	ابتدائي
20%	8	متوسط
10%	4	ثانوي
35%	14	المجموع

يبين هذا الجدول توزيع افراد العينة في المحيط الاجتماعي حسب مستوى دون جامعي، وفي هذا الإطار نجد أعلى نسبة من افراد العينة قدرت ب 20% بمعدل تكرار 8 من الباحثين بلغوا المستوى المتوسط، أما الفئة المتبقية من افراد العينة والمقدرة ب 10% بمعدل تكرار 4 من الباحثين بلغوا المستوى الثانوي، كما نجد ان اقل نسبة 5% بمعدل تكرار 2 لدى المستوى الابتدائي.

توصيف عينة المحيط الاقتصادي:

محور البيانات الشخصية

جدول رقم (06): يمثل توزيع افراد العينة حسب متغير الجنس.

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
50%	20	ذكر
50%	20	أنثى
100%	40	المجموع

يمثل الجدول خصائص العينة المدروسة من خلال متغير الجنس، حيث اتضح ان نسبة 50% و 20 مفردة من أصل 40 مفردة هي من جنس الذكور، كما ان عدد الاناث يساوي عدد الذكور اي 50% و 20 مفردة من أصل 40 وهذا دليل على المساواة في نشاط المؤسسة الاقتصادية إذ لم يصبح العمل مقتصرًا على الرجال فقط.

جدول رقم(07): يمثل توزيع افراد العينة حسب متغير الفئة العمرية.

النسبة المئوية	التكرار	العمر
15%	6	18-28 سنة
42.5%	17	28-38 سنة
37.5%	15	38-48 سنة
100%	40	المجموع

يوضح الجدول خصائص العينة المدروسة من خلال متغير الفئة العمرية حيث تبين ان أغلبية موظفي المؤسسات الاقتصادية من الفئة العمرية 28-38 سنة هي أكبر نسبة حيث قدرت ب 42.5% و 17 مفردة من أصل 40 ثم الفئة العمرية 38-48 سنة بنسبة 37.5% و 15 مفردة من أصل 40 أما الفئة العمرية 18-28 سنة قدرت ب 15% و 6 مفردات من أصل 40 ثم تليها الفئة العمرية أكثر من 48 سنة بنسبة 5% والمتمثلة في مفردتين.

جدول رقم (08): يمثل توزيع افراد العينة حسب متغير المستوى الجامعي.

النسبة المئوية	التكرار	جامعي
70%	28	ليسانس
20%	8	ماستر
0%	0	دكتوراه
90%	36	المجموع

يمثل الجدول خصائص العينة المدروسة من خلال متغير المستوى التعليمي الجامعي حيث يتضح من الجدول ان اغلبية الباحثين مستواهم التعليمي ليسانس بنسبة 70% و 28 مفردة من أصل 36 ثم تليها نسبة 20% و 8 مفردات من أصل 36 بالنسبة لحاملي شهادة ماستر و 0% دكتوراه.

جدول رقم (09): يمثل توزيع افراد العينة حسب متغير المستوى دون الجامعي:

النسبة المئوية	التكرار	دون جامعي
0%	0	ابتدائي
0%	0	متوسط
10%	4	ثانوي
10%	4	المجموع

نلاحظ من خلال جدول المستوى التعليمي دون جامعي ان أعلى نسبة تحصل عليها المتغير الثانوي بنسبة 10% والمثلة ب 4 مفردات من أصل 4 بالنسبة لمتغير المتوسط والابتدائي فكانت نسبته منعدمة.

جدول رقم (10): يمثل توزيع افراد العينة حسب متغير المنصب.

النسبة المئوية	التكرار	المنصب
30%	12	عون إدارة
35%	14	متصرف
35%	14	رئيس مصلحة
100%	40	المجموع

من خلال متغير المنصب نجد ان نسبة 35% والمثلة ب 14 مفردة يعلمون برتبة رئيس مصلحة ونفس النسبة للمتصرف في حين نجد نسبة العاملين برتبة عون إدارة 30% والمثلة ب 12 مفردة من أصل 40.

جدول رقم(11): يمثل توزيع افراد العينة حسب متغير الخبرة المهنية.

النسبة المئوية	التكرار	الخبرة
%27.5	11	أقل من 5 سنوات
%32.5	13	5-10 سنوات
%25	10	10-15 سنة
%15	6	أكثر من 15 سنة
%100	40	المجموع

يمثل الجدول خصائص العينة المدروسة من خلال متغير الخبرة المهنية حيث لاحظنا ان نسبة %32.5 الممثلة ب 13 مفردة لديهم خبرة من 5 الى 10 سنوات و%27.5 الممثلة ب 11 مفردة لديهم خبرة أقل من 5 سنوات ثم %25 الممثلة ب 10 مفردات لديهم خبرة 10-15 سنة وفي الاخير نسبة %15 والممثلة ب 6 مفردات من أصل 40 وهي نسبة الباحثين الذين لديهم خبرة أكثر من 15 سنة.

سادسا: مجالات الدراسة:

المجال الزمني: بعد ضبطنا لموضوع الدراسة مع الاستاذ المشرف وذلك في بداية شهر فيفري من السنة الدراسية 2018م/2019م شرعنا في جمع المعلومات حول الجانب النظري من خلال البحث عن المصادر والمراجع المختلفة.

بعدها قمنا بتحديد أسئلة الإستمارة عن موضوع الدراسة نهاية شهر أفريل وتقديمها للأستاذ المشرف لضبطها لنقوم بعد ذلك بمرحلة تفرغ البيانات والتعليق على الجداول والخروج بنتائج في الأخير، تجيب على إشكالية الدراسة وتساؤلاتها وكان ذلك في نهاية شهر ماي 2019.

المجال المكاني: أجريت الدراسة في ولاية قلمة وضواحيها بالنسبة للمحيط الإجتماعي حيث قمنا بتوزيع الإستمارة على الطلبة الجامعيين لجامعة قلمة وعلى الأولياء والأقارب.

أما المحيط الاقتصادي قمنا بتوزيع الإستمارة على المؤسسات الاقتصادية بولاية قلمة.

1- مجمع عمر بن عمر ببوعاتي محمود.

2- بنك الخليج الجزائر.

3- اتصالات الجزائر بولاية قلمة.

4- مؤسسة سونلغاز.

5- مؤسسة موبيليس.

سابعاً: تحديد المفاهيم:

الاتجاه:

لغة: بأنه قصد جهة معينة ويقال اتجه القبلة أي توجه نحو الكعبة المشرفة لأداء فريضة الصلاة والاتجاه مصدر للفعل اتجه، ويقال اتجه الشخص إليه: أي أقبل بوجهه عليه وقصده.¹

اصطلاحاً: يستمد الاتجاه مفهومه من مدرسة التحليل النفسي (لسيغموند فرويد 1856-1939) الذي يعتبر أن تكوين الشخصية يعتمد على الأنا الذي يتولد عن التفاعل مع البيئة، وعليه فإن الاتجاه يتأثر بالبيئة التي يعيش فيها الفرد ومنها يكتسب معارفه وخبراته.

تعريف (ألبورت) الذي يقول أنه: حالة ذهنية وعصبية فيزيولوجية تكونت بالتجربة والتي تمارس تأثيراً ديناميكياً على الفرد، وهي تحضره للاستجابة بكيفية خاصة مع عدد من الموضوعات والوضعيات.²

وهو عبارة عن حالة استعداد كامنة يظهر أثرها إذا ما ظهر المثير المتعلق بها وقد يكون الاتجاه نحو شيء مادي خالص، أو مجموعة أشياء، وقد يكون نحو شخص أو مجموعة أشخاص، وقد يكون نحو شيء معنوي.³

التعريف الاجرائي: الاتجاه هو رد فعل للفرد وقد يكون إيجابياً أو سلبياً نحو موضوع معين

الرأي العام:

لغة: يتكون مصطلح الرأي العام من كلمتين هما (الرأي) و (العام) فالرأي في الأصل مصدر رأى الشيء يراه رأياً ثم غلب استعماله على المرئي نفسه.

أما معنى كلمة عام فإنها تشير إلى المسائل والمصالح المشتركة والشؤون التي يشترك في الاهتمام بها كل أو أغلب الأعضاء البالغين في جماعة أو أمة.⁴

اصطلاحاً: هو مجموعة الآراء التي يعبر عنها أفراد الجماعة إما من تلقاء أنفسهم أو بناء على دعوة توجه إليه، تعبيراً مؤيداً أو معارضاً لحالة محددة أو شخص معين أو اقتراح خاص ما يترتب عليه احتمال القيام بسلوك مباشر أو غير مباشر⁵

¹: ليالي فايق صادق الرفاتي، اتجاهات طلبة الجامعات الفلسطينية نحو الهجرة إلى الخارج وعلاقتها بالالتزام الديني والانتماء السياسي لديهم، الجامعة الإسلامية غزة، 2016، ماجستير الصحة النفسية والمجتمعية، ص11.

²: زواوي الحاج سعد، اتجاهات الجمهور نحو البرامج الإخبارية لقناة الجزيرة -دراسة ميدانية أجريت على عينة من جمهور ولاية ورقلة، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2013/2012، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع، تخصص: علم اجتماع الاتصال، ص17.

³: محي الدين عبد الحليم، الرأي العام في الإسلام رؤية عصرية، دار الفكر العربي، القاهرة، 2008، ص21.

⁴: كامل خو رشيد مراد، مدخل إلى الرأي العام، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، ط3، 2013، ص ص 53، 52.

⁵: خواني عماد الدين، محاضرات في مادة الاتصال والرأي العام، علم اجتماع الاتصال، قسم علم الاجتماع والديموغرافي، منشورة، 2015، ص16.

التعريف الاجرائي: هو رأي أغلبية الجماعة نحو فكرة أو مسألة ما، تشترك فيها مصالحهم وهذه الجماعة يجب أن تكون راشدة (بالغة) مثقفة وواعية

السمعة:

لغة: الصيْتُ، يقال: فعل ذلك رياءً وسمعةً: ليراه الناسُ ويسمعوهُ¹

اصطلاحاً: هي الحوصلة النهائية للأفكار والانطباعات الذاتية، التي تنشأ عند الفرد عن شخص آخر أو جماعة أو شعب معين، أو قد تكون مؤسسة ما، سواء محلية أم دولية، يمكن أن يكون لها تأثير على حياة هذا الفرد أو هذه الجماعة.²

التعريف الاجرائي: السمعة تبنى من خلال الصورة الذهنية التي تتكون عند الفرد عن شخص أو مؤسسة ما وقد تكون هذه الصورة سلبية أو إيجابية.

الجامعة:

إن كلمة جامعة في اللغة العربية اسم فاعل من "جمع" ولو تأملنا مفهوم الجامعة في الوقت الحاضر لوجدنا أنها المكان الذي يجمع الأشخاص لإنجاز أعمال، ووظائف شتى والجامعة بمعناها الواسع "لا تعني مكانا لتعليم شريحة من الأفراد الكبار، الذين أكملوا مستوى معيناً من التعليم، وإنما تعني مكان الاجتماع، وتعني أداء الشيء جماعياً كما في القول الصلاة جامعة.³

التعريف الإجرائي: هي مكان يتجمع فيه الأساتذة والطلبة للتدريس.

تعريف المحيط الاجتماعي:

هو كل التنظيمات الاجتماعية رسمية كانت أو غير رسمية والجماعات المرجعية والأصدقاء فضلاً عن الثقافات الفرعية لكل الجماعات القاطنة في المحيط الجغرافي إضافة إلى وسائل الاعلام وأساليب التعامل اليومي وما يتضمنه من مفردات لغوية وآداب عامة وعادات جمعية.⁴

¹: مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط، مكتبة الشروق الدولية، مصر، ط5، 2011،

²: نهاد جحيش، عائشة عمائرية، رملية آسيا، السمعة الالكترونية المؤسساتية، دراسة لجامعة 8 ماي 1945 قالمة من خلال صفحات الفيسبوك، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص تكنولوجيا المعلومات والاتصال والمجتمع، جامعة 08 ماي 1945، قالمة، 2016-2017، ص14.

³: غراف نصر الدين، التعليم الالكتروني مستقبل الجامعة الجزائرية، دراسة في المفاهيم والنماذج، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علم المكتبات جامعة منتوري، قسنطينة، 2010-2011، ص53.

⁴: <https://acofps.com>.13:28، على الساعة 2019/06/12، يوم

التعريف الاجرائي: المحيط الاجتماعي هو فضاء جغرافي يشمل مجموعة من الاشخاص تربطهم مجموعة من العادات والتقاليد.

تعريف المحيط الاقتصادي:

ويشمل على مختلف العمليات والأنشطة الخارجية المساعدة على عملية الإنتاج والاستغلال من موارد طبيعية، توفر المعلومات الاقتصادية من أجل إتمام العملية الاقتصادية ولعل أهم هذه العناصر الإطار العام للاقتصاد (اشتراكي موجه، رأسمالي حر)، السياسات المالية والنقدية والمناقشات المحلية والأجنبية، الانفاق الحكومي، الأسواق المالية ومدى مرونتها ومرونة النظام البنكي والتغيرات الاقتصادية في مجال الأسعار والقدرة الشرائية، ونسبة البطالة.¹

التعريف الاجرائي:

يتمثل في كل ماله علاقة بالاقتصاد مثل الإعلانات وسياسة الاستثمار والمؤسسات المنافسة لذلك يجب على المؤسسة أن تأخذ بعين الاعتبار كل الأمور السابقة أثناء إعداد خططها لتتمكن من تحقيق أهدافها المرجوة.

¹ www. Djelfa .info/vb/showthread 12 :05 على الساعة 2019/06/27

ثامنا: الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى:

- نوع الدراسة: دراسة العلوم التربوية، عدد خاص من مؤتمر كلية العلوم التربوية.
 - عنوان الدراسة: ترتيب الجامعات الجزائرية ضمن التصنيفات العالمية اين يمكن الخلل؟ وما هو الحل؟
 - صاحب الدراسة: محمد دهان، دلال بوعتروس.
 - تاريخ الدراسة: 2017.
 - إشكالية الدراسة: بالرغم من اختلاف المعايير والمؤشرات المستخدمة في التصنيفات العالمية (شنغهاي، qs، وتصنيف webometrics) إلا ان جل الجامعات اصبحت تتنافس للحصول على أفضل الترتيبات ضمنها. حيث ان تصفح هذه التصنيفات العالمية للجامعات يبين غياب الجامعات العربية وفي مقدمتها الجامعة الجزائرية التي غابت عن أغلب هذه التصنيفات، وهنا تمكن الاشكالية المراد تناولها بالدراسة والتي يمكن التعبير عنها بالتساؤل الرئيسي: لماذا غابت الجامعات الجزائرية عن اجل التصنيفات العالمية؟ وتحت هذا التساؤل تندرج اسئلة فرعية وهي:
 - ما ترتيب الجامعات الجزائرية بالمقارنة بالجامعات العالمية؟
 - ما ترتيب الجامعات الجزائرية بالمقارنة بالجامعات العربية؟
 - ما ترتيب الجامعات الجزائرية بالمقارنة بالجامعات الافريقية؟
 - ما اسباب غياب الجامعات الجزائرية عن قوائم أفضل الجامعات حسب تصنيف شنغهاي QS وتصنيف webometrics.
 - إبراز اسباب غياب الجامعات الجزائرية عن التصنيفات العالمية؟ .
- المنهج:** إن طبيعة الاشكالية واهدافها كانت السبب لاختيار منهج الدراسة حيث تم الاعتماد على المنهج الوصي التحليلي.

أدوات جمع البيانات: تم الاعتماد على بعض المراجع والدراسات والتقارير.

نتائج الدراسة: توصلت النتائج الى ان غياب الجامعة الجزائرية في كل من تصنيف QS وتصنيف شنغهاي.

واوضحت نتائج الدراسة ان الجامعات الجزائرية تحصلت على مراتب مشجعة على المستوى العربي والافريقي

حسب تصنيف webometrics.¹

¹ محمد دهان، دلال بوعتروس، المرجع السابق.

جوانب الاستفادة من الدراسة:

من الناحية المنهجية: إستفدنا في منهج الدراسة (المنهج الوصفي) وساعدتنا في بناء الإشكالية.

من الناحية النظرية: ساعدتنا هذه الدراسة في بناء الإطار النظري للدراسة خاصة الفصل الرابع الخاص بالتصنيفات العالمية للجامعات.

الدراسة الثانية:

- نوع الدراسة: مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاجتماع.
- عنوان الدراسة: العلاقة بين التكوين بالجامعة والمؤسسة الاقتصادية-دراسة ميدانية في ضوء النسق المفتوح.
- صاحب الدراسة: سامية كواشي.
- زمن ومكان الدراسة:
- زمن الدراسة: فيما يتعلق بالفترة الزمنية التي اجريت فيها الدراسة فقد شملت السداسي الثاني من عام 2002 الى غاية السداسي الثاني من عام 2004، والدراسة الميدانية والتي استغرقت قرابة أربعة أشهر وخمسة عشر يوما (15) ابتداء من 20 فيفري 2004 الى غاية 06 جويلية 2004.
- مكان الدراسة: حيث شملت هذه الدراسة على مجالين:
 - مجال مكاني 1 المؤسسات الاقتصادية العمومية بمدينة باتنة.
 - مجال مكاني 2 ومجموعة من الكليات والاقسام بجامعة الحاج لخضر بباتنة.

إشكالية الدراسة:

تعتبر الجامعة من اهم التنظيمات الاستراتيجية في المجتمعات الحديثة بصتها المنتج الرئيسي للمواد المؤهلة والتي تغذي مؤسسات المجتمع الاخرى، لهذا اعطيت اهمية خاصة للجامعات تقديرا للدور الايجابي الذي تقوم به لتنمية الفرد والمجتمع على حد سواء ولكونها انساق فرعية ترتبط وظيفيا بالانساق الاخرى في المجتمع ممثلة في المؤسسات المجتمعية المختلفة، كما ترتبط بالمجتمع كنسق اكبر، حيث يعتبر هذا الاخير بيئة خارجية تؤثر على الانشطة الداخلية والخارجية للجامعات وتحدد اهدافها واستراتيجياتها هذا الارتباط بين الجامعة والمجتمع، والجامعة والانساق المجتمعية اخرى ابرز اهمية مدخل النسق المفتوح في تحليل المؤسسات الجامعية للكشف عن العلاقة بينها وبين محيطها المتواجد فيا كونها تستورد المدخلات من محيطها في صورة موارد مادية وهياكل، بالإضافة الى ان الجامعة تقدم للمجتمع طلبة مؤهلين للقيام بالبحث العلمي، وشغل مناصب مختلفة في عالم الشغل، وتتلقى الجامعة التغذية الرجعية بعد تصدير مخرجاتها الى المحيط تتمثل في مدى تقبل المحيط لمخرجات الجامعة وكل هذا يقودنا الى الاشكالية التالية:

- هل يتوفر التكوين كنسق فرعي في الجامعة على خصائص النسق المفتوح على المؤسسة الاقتصادية كمحيط له؟
- 1/ هل يمتلك خريج الجامعة العامل بالمؤسسة الاقتصادية للمعرف والقدرات اللازمة والمناسبة للمنصب الذي يشغله في المؤسسة الاقتصادية؟
- 2/ هل العملية التكوينية بالجامعة تستجيب لمتطلبات العمل بالمؤسسة الاقتصادية؟
- 3/ ماهي طبيعة المعلومات التي ترجع من المؤسسة الاقتصادية الى الجامعة في ضوء اداء مجرياتها؟
- 4/ هل هناك تنسيق فعلي بين الجامعة والمؤسسات الاقتصادية؟
- المنهج: اعتمد الطالبة على المعالجة الوصفية في إطار النسق المفتوح، والتي يقتضي الاخذ بالمنهج المسح الاجتماعي.
- عينة الدراسة: اخذت الطالبة عينتين:
 - العينة الاولى: والمتمثلة ي خرجي الجامعة العاملين بالمؤسسات الاقتصادية العمومية بمدينة باتنة.
 - العينة الثانية: تضم مجموعة من الاساتذة الجامعيين ذوي الخبرة في ميدان التعليم العالي والذين يدرسون بجامعة الحاج لخضر بباتنة.
- أدوات جمع البيانات: استخدمت الطالبة على مجموعة من تقنيات البحث وادواته كالملاحظة، الاستمارة، المقابلة، حيث استخدمت الملاحظة لمعاينة مجالات عمل خرجي الجامعة بالمؤسسات الاقتصادية، واشتملت استمارة الاستبيان الموجهة لهؤلاء الخرجين على 45 سؤالاً واحتوت المقابلة الموجهة للأساتذة الجامعيين على 30 سؤالاً.

نتائج الدراسة:

خلصت هذه الدراسة الى العديد من النتائج يمكن الاشارة الى الآتي منها:

- العملية التكوينية بالجامعة لا تستجيب لمتطلبات العمل في الميدان، لأنها تعتمد على طرق تدريس تلقينية تقوم على حشو الازهان، وتغيب اسلوب المناقشة، واشترك الطالب في العملية التكوينية مع الاعتماد على اساليب تقييم لا تفرق بين الطالب النجيب وغيره، حيث تقوم هذه الاساليب على امتحانات واسترجاع المعلومات، مما يجعل الطالب بعيدا عن المجال العلمي والتطبيقي والذي يتطلب الخلق والابداع.
- يمتلك خريج الجامعة رغم النقائص المسجلة على مستوى تكوينه (خاصة الجانب التطبيقي) المعارف والقدرات اللازمة والمناسبة لمناصب العمل التي يشغلها، كونها مناصب تسييرية وادارية تكتسب قدراتها من خلال تدريبات عملية، ممارسة فعلية وخصائص فردية ولم تختبر قدراته المكتسبة عن طريق التكوين بالجامعة في مجال العمل التقني والانتاجي.

- غياب التعاون بين الجامعة والمؤسسات الاقتصادية يعود اساسا الى غياب الاطر القانونية، والتشريعية الملزمة للتعاون بين الطرفين، وكل ما هنا خطابات وقرارات مرسومة بعيدا عن الواقع العملي، ضف الى ذلك غياب ثقافة الاقتراب بين الطرفين وتكريس سبل التعاون.¹

جوانب الإستفادة من الدراسة:

- إستفدنا منها من الناحية المنهجية في تحديد المفاهيم وفي بناء الإشكالية.

الدراسة الثالثة:

- نوع الدراسة: دراسة نقدية تحليلية.
- عنوان الدراسة: معايير التصنيفات العالمية للجامعات.
- صاحب الدراسة: أ.د سهير محمد حوالة، أ/ سارة عبد المولى المتولي.
- مكان الدراسة: معهد الدراسات والبحوث التربوية-جامعة القاهرة-
- مشكلة الدراسة:

تعاني الجامعات المصرية من ضعف في مستوى تنافسيتها ويؤكد ذلك التصنيفات العالمية للجامعات مثل تصنيف شنغهاي الذي احتلت فيه جامعة القاهرة المركز 410 من بين افضل 500 جامعة لعام 2014 academic (ranking of world universities-2014) بينما في تصنيف الويبو متريكس الذي صدر في يوليو 2014 احتلت جامعة القاهرة المركز 358 من بين أكثر من 22 الف جامعة على مستوى العالم (ranking web of universities-2014) ولم تحتل جامعة القاهرة اي مركز بين افضل 400 جامعة على مستوى العالم وفقا لتصنيف تايمز للتعليم العالي لعام 2013-2014 (the world university ranking-) ونظرا لان هذه التصنيفات يمكن الاستدلال بها على جودة المؤسسات ومدى تقدم ادائها، فاختفاء اسم الجامعة في احد التصنيفات او تأخرها في تصنيف آخر يدل على قصورها في جوانب معينة، ومن هنا كانت الحاجة الى تعرف موقع الجامعات المصرية بالتصنيفات العالمية ورصد أهم اسباب تأخرها او غيابها في هذه التصنيفات.

وفي ضوء ما سبق تحاول الدراسة الحالية الاجابة عن السؤال الرئيسي الآتي:

"ما أهم اسباب غياب الجامعات المصرية عن معظم التصنيفات العالمية؟"

وتهدف الدراسة الحالية الى الاجابة عن التساؤلات الفرعية الآتية:

¹ كواشي سامية: العلاقة بين التكوين بالجامعة و المؤسسة الاقتصادية(دراسة ميدانية في ضوء النسق المفتوح)، جامعة الحاج لخضر ، جامعة باتنة ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، رسالة منشورة، سنة 2004-2005،

- 1- ما أهم التصنيفات العالمية للجامعات ومعاييرها؟
- 2- ما موقع الجامعات المصرية من التصنيفات العالمية؟
- 3- ما التصور المقترح لتصنيف مصري للجامعات؟

6/ أهمية الدراسة: تستمد الدراسة أهميتها النظرية والتطبيقية على النحو التالي:

الأهمية النظرية:

- تنبع من أهمية الموضوع الذي يتناوله وهو التصنيفات العالمية للجامعات والمعايير التي تعتمد عليها من أجل تعرف اسباب تأخر ترتيب الجامعات المصرية بها.
- التوصل الى عدد من المعايير المقتبسة من معايير التصنيفات العالمية للجامعات ومتناسبة مع طبيعة البيئة المصرية وعلى اساس هذه المعايير يمكن تصنيف الجامعات المصرية، والذي من الممكن ان يسهم في رفع مستوى الجامعات المصرية في التصنيفات العالمية.
- قلة الدراسات العربية المتعلقة بموضوع التصنيفات العالمية للجامعات.

الأهمية التطبيقية:

قد يستفيد من نتائج هذه الدراسة وزارة التعليم العالي ومجالس الجامعات وادارات الكليات، كما قد يستفيد منها الافراد العاملون بالنظام الاداري ومؤسسات وقطاعات المجتمع المختلفة المستفيدة من الجامعة في تعرف موقع الجامعات المصرية في التصنيفات العالمية وكيف يمكن تحسينه.

7/ حدود الدراسة:

تركز الدراسة الحالية على أربعة تصنيفات عالمية للجامعات وهي تصنيف شنغهاي الصيني arwu وتصنيف الويسومتركس الاسباني وتصنيف أكيو أس البريطاني QS وتصنيف تايمز للتعليم العالي THES باعتبارها أشهر التصنيفات وأكثرها انتشارا.

كما تمت تغطية أحدث نتائج التصنيفات المتوفرة لعامي 2014/2013 ومكانة الجامعات المصرية خلالها القيام بعمل تصنيف للجامعات المصرية من أجل حثها على التنافس والتسابق فيها بينها، من أجل رفع مستواها وتم وضع عدد من المعايير التي على أساسها يتم تصنيف الجامعات المصرية، وخلال الرقة البحثية التالية سيتم تقويم هذا المقترح من وجهة نظرا بعض الخبراء المحليين والعرب.¹

¹ سهر محمد حوالة، سارة عبد المولى المتولي: معايير التصنيفات العالمية للجامعات، دراسة تحليلية نقدية، معهد الدراسات والبحوث التربوية، جامعة القاهرة، 2014.

جوانب الاستفادة من الدراسة:

ساعدتنا في توجيه دراستنا الحالية لمعرفة أهم الخصائص المنهجية والطرق اللازمة لدراسة مثل هذه المواضيع. من الناحية النظرية: الاستفادة من هذه الدراسة في الإطار النظري لدراستنا وساعدتنا في بناء أدوات الدراسة عامة وإعداد استمارة الاستبيان بصفة خاصة. من الناحية المنهجية: مكنتنا من تحديد المنهج المناسب لهذه الدراسة والوصول إلى التعرف على الأساليب الإحصائية المناسبة التي بدورها ساهمت في الخروج بنتائج ومقترحات نأمل بها أن تحقق أهداف دراستنا الحالية.

تاسعا: صعوبات الدراسة:

- غياب أو نقص المادة الحديثة في مجال موضوع الدراسة "السمعة وكذلك فصل التصنيفات العالمية للجامعات".
- قلة المراجع باللغة العربية ما عدا في فصل الرأي العام.
- قلة الدراسات السابقة أو المشابهة لدراستنا.
- عدم قبولنا في المؤسسات الخاصة من أجل توزيع الاستمارة.
- صعوبة الحصول على المعلومات الكافية والمتعلقة بالدراسة.

خلاصة الفصل:

نخلص في هذا الفصل إلى القول أن المعطيات التي يحتويها والتي تمثلت في المشكلة البحثية والاشكالية أهمية الدراسة وأهداف الدراسة والمنهج الذي نستبقه في ذلك دون إهمال حدود الدراسة سواء البشرية والمكانية والزمانية، والدراسات السابقة التي انطلقنا من خلالها، لنصل في الأخير إلى تحديد المفاهيم أو المتغيرات المتعلقة بدراستنا، فكل هذا شكل لنا الأرضية المناسبة للانطلاق في دراستنا لموضوع اتجه الرأي العام الجزائري نحو سمعة جامعة قلمة لدى محيطها الاجتماعي والاقتصادي.

تمهيد:

يعد رأي مجتمع ما من الامور الحياتية رأيا عاما، وهو شيء محسوس لا ملموس، حيث يلعب الرأي العام دورا مهما في المجتمع وله أهمية في مختلف الاصعدة السياسية منها والاقتصادية والاجتماعية وكل المواضيع والقضايا التي تمهم ولهذا السبب حاولنا في هذا الفصل طرح في المبحث الأول التعاريف العربية والأجنبية لتوضيحه أكثر وفي المبحث الثاني انواع الرأي العام وتصنيفاته وفي المبحث الثالث مؤسسات أو مقومات الرأي العام وفي المبحث الرابع طرق وأساليب تغيير الرأي العام.

الفصل الثاني: مدخل الرأي العام:

المبحث الأول: تعريف الرأي العام: Public Opinion

لغة: الملاحظ أن مصطلح الرأي العام يتكون من كلمتين "الرأي" و "العام"، فكلمة الرأي تعني باللاتينية Opinion، فهناك من الباحثين ما يعرفه على أنه تعبير باللفظ والاشارة عن اتجاه النفس حول موضوع معين.

كما هناك من يعرف الرأي على أنه السلوك الكلامي، الذي يتحول إلى واقعة وحدث سلوكي معين وذلك بمجرد الإفصاح والإعلان عنه.¹

جاء في معجم تاج العروس: "الرأي" هو اعتقاد النفس أحد النقيضين عن غلبة الظن، وكذا في المحكم وارتأيناه في الأمر وترأيناه: أي نظرناه، وقال الجوهري افتعال من الرأي والتدبير، وقال ابن الأثير: هو افتعال من رؤية القلب ومعنى ارتأى فكر وتأنى.²

أما كلمة العام Public: فقد رأى بعض الباحثين ان المقصود بها، هي الجماعة التي تشترك في تكوين الرأي العام، وهو ما ليس بخاص أي أنه لا يرتبط بالفردية، بل بالوحدة العامة الكلية، كأن تقول "المسؤولية العامة" ، كما ان كلمة العام تعني المشترك، أي الصفة الغالبة والخاصية المشتركة بين المجموعة، أيضا تعني كلمة العام المعلن المعروف والشائع بين الناس، أي أنه يعتمد على الجماعة ومن فئة معينة من الناس.³

كذلك تشير كلمة عام إلى المسائل والمصالح المشتركة والشؤون، التي يشترك في الاهتمام بها كل أو أغلب الأعضاء البالغين في جماعة أو أمة.⁴

اصطلاحا: على الرغم من اتفاق علماء السياسة والاجتماع، والاقتصاد وعلم النفس الاجتماعي والاتصال على أهمية الرأي العام، إلا أنهم اختلفوا حول تعريفه ونستعرض فيما يلي مجموعة من هذه التعاريف على النحو الآتي:

من التعاريف الأجنبية للرأي العام:

تعريف دوب: يعرف دوب الرأي العام، بأنه مجموعة اتجاهات الناس الأعضاء في نفس المجموعة الاجتماعية نحو مسألة من المسائل التي تقابلهم.⁵

¹: زهير عبد اللطيف عامد، الرأي العام وطرق قياسه، اليازوري الأردن، 2014، ص26.

²: ميلود سفاري وآخرون، الاشاعة والرأي العام، مؤسسة الزهراء للفنون المطبعية، قسنطينة، 2003، ص107.

³: زهير عبد اللطيف عامد، المرجع نفسه، ص27.

⁴: سناء محمد الجبور، الاعلام والرأي العام العربي والعالمي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص11.

⁵: عاطف عدلي العبد عبيد، مدخل إلى الاتصال والرأي العام، الأسس النظرية والاسهامات العربية، دار الفكر العربي، القاهرة، طبعة3، 1999، ص102.

تعريف ماكنون: ينظر إلى الرأي العام على أنه شعور الأفراد الأكثر علما وذكاء وخلقا في مجتمع معين اتجاها موضوع يقبلونه ويسلمون به، وهنا يعتبر الرأي العام اتجاها نفسيا لعدد من الأفراد الذين يتصفون بدرجة أكبر من العلم والذكاء والخلق في مجتمع معين.

تعريف اوسكامب: عرف الرأي العام على أنه الرأي المشترك بين مجموعة كبيرة من الناس تشترك في صفات معينة، وهنا تكون صفة الرأي العام كراي مشترك ناتجة عن التفاعل، ورفض تعريف تشايلدز (childs) الذي وصف الرأي العام بأنه مجموع الآراء الفردية أينما وجدت.¹

تعريف جيمس يانج: يعرفه بأنه الحكم الاجتماعي الذي يعبر عن مجتمع واعى بذاته، وذلك بالنسبة لمسألة عامة لها أهميتها، على أن يتم الوصول إلى هذا الحكم الاجتماعي عن طريق مناقشة عامة أساسها التعقل والمنطق، وأن يكون لهذا الحكم من الشدة والعمق ما يكفل تأثيره على السياسة العامة.

تعريف وليام ألبيج: يذهب في كتابه "الرأي العام الحديث" إلى تعريف الرأي العام من خلال عدة أسس تتمثل في:

- **الرأي العام:** هو الرأي الناتج عن عملية تفاعل أفكار الأفراد في أي شكل من أشكال الجماعة، نحو موضوع معين يكون محل مناقشة في جماعة ما.

- **الرأي العام:** هو تعبير فئات الجماهير عن الموضوعات التي تدور فيما بينهم.

- **الرأي العام:** هو مجموعة الاتجاهات التي تسيطر على الجماعة إزاء مشكلة ما، وتعبّر عن رأي الأغلبية.

أي أنه يرى أن الرأي العام يأتي نتيجة عملية اتفاق بين الأفراد والجماعات الصغيرة.²

تعريف كي: يقول بأن الرأي العام، هو آراء الأشخاص السائدة التي تجد الحكومة أن من الحكمة الالتفاف والاهتمام بها.³

¹ : رشيد حميل، الحرب والرأي العام والدعاية، دار هومة للطباعة، الجزائر، 2007، ص ص 103، 104.

² : سمير محمد حسين، الأسس النظرية والجوانب المنهجية، عالم الكتب، القاهرة، 1997، ص ص 17-18.

³ : زهير عبد اللطيف عابد، المرجع السابق، ص 30.

من التعاريف العربية للرأي العام:

الدكتور ابراهيم امام: الرأي العام هو الفكرة السائدة بين جمهور من الناس تربطهم مصلحة مشتركة، إزاء موقف من المواقف، وتصرف من التصرفات، أو مسألة من المسائل العامة، التي تثير اهتمامهم أو تتعلق بمصالحهم المشتركة.¹

د. مختار التهامي: حاول إيجاد تعريف محدد للرأي العام فكتب: "إن الرأي العام، هو الرأي السائد بين أغلبية الشعب الواعية، بالنسبة لموضوع أو أكثر يمس هذه الأغلبية مسا مباشرا أو يشغل بالها، وينعدم فيه الجدل والنقاش في فترة معينة، ولا يقلل من أهمية هذا الرأي وجود آراء مخالفة لبعض الفئات ذات المصالح المغايرة لمصالح الأغلبية."²

الدكتور أحمد أبو زيد: الرأي العام، هو وجهة نظر أغلبية الجماعة، الذي لا يفوقه رأي آخر، وذلك في وقت معين إزاء مسألة تعني الجماعة، وتدور حولها المناقشة صراحة أو ضمنا في إطار هذه الجماعة.³

الدكتور محمد عبد القادر حاتم: الرأي العام، هم الحكم الذي تصل إليه الجماعة في قضية ما ذات اعتبار ما.

الدكتور اسماعيل علي مسعد: الرأي العام، عبارة عن ضروب من سلوك أفراد، يتضمن التعبير باللغة والألفاظ الخاصة بما يفهمه ذلك الشعب أو تلك الأمة، وهي تمارس من جانب أفراد عدة وتنشط وتوجه نحو موضوع معين أو موقف معروف، على نطاق واسع في أمور عقدية أو اقتصادية أو سياسية أو تربوية أو غيرها.⁴

الدكتورة حميدة سميسم: هو الرأي السائد، الذي ينبع من الأفراد وغايته الجماعة (الجماهير) بعد السؤال والاستفهام والنقاش، تعبيرا عن الإرادة والوعي اتجاه أمر ما، وفي وقت معين ويشترط موافقته للشريعة والسير في حدودها، من أجل تنظيم العلاقة بين الحاكم والمحكوم وترتبط اتجاهاته بالولاء القومي والوطني والديني لأفراد الأمة.⁵

– الرأي العام: هو مجموعة مركبة من أفضل الآراء التي يعبر بها غالبية الأفراد في مجموعة جماهيرية ما – في مجتمع ما – عن مسألة معينة، يهتمون بها، بعد مناقشتها الفترة المناسبة، وربما يكون لهذا الرأي تأثير معين.

¹ : زهير عبد اللطيف عابد، المرجع نفسه، ص ص 28-29.

² : رشيد حميل، المرجع السابق، ص ص 104، 105.

³ : سمير محمد حسين، المرجع السابق، ص 19.

⁴ : سناء محمد الجبور، المرجع السابق، ص 13.

⁵ عزام أبو الحمام، الاعلام والمجتمع، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2011، ص 142.

كذلك هو وعي أغلبية الجمهور في زمان ومكان محددين بقضية أو أكثر، تكون موضع خلاف ونقاش عام وصراع، لأنها تمس المصالح المادية أو الثقافية.¹

والرأي العام يعتبر وظيفة من وظائف المجتمع، ومعنى هذا أن الرأي العام يأخذ شكله من المجتمع الذي ينبع منه وتتبع آراء الفرد من اتجاهاته، ويتأثر بما يحدث فيه من تفاعلات، وتتكون المجتمعات الحديثة من مجموعات مختلفة من الناس حسب وظائفها.

وتختلف هذه المجموعات في اتجاهاتها حسب مواقف مختلفة، كما تختلف قوتها ومكانتها في المجتمع، وتعتبر هذه الجماعات عن آرائها بطرق شتى، وعلى هذا فإن الرأي العام ليس مجرد آراء فردية إنما هو أثر للتفاعلات التي تحدث في المجتمع.²

المبحث الثاني: أنواع وتصنيفات الرأي العام:

توجد العديد من التقسيمات للرأي العام أهمها التقسيمات الآتية:

المطلب الأول: التقسيم حسب عمق التأثير والتأثر:

يقسم البعض الرأي العام حسب عمق التأثير والتأثر على النحو الآتي:

1- الرأي العام النابه أو القائد أو المسيطر: يتكون من صفوة القوم وخاصة المتعلمين والمثقفين: حيث يمثلون صفوة قادة الرأي والمفكرين وأساتذة الجامعات والعلماء والكتاب والساسة، وهؤلاء يمثلون نسبة قليلة من الشعب، وتعتبر وظيفتهم في المجتمع وظيفة القائد، الذي يقود ويشرف ويوجه ويرشد الناس، ولهم أهداف معينة يحرصون على اقناع الشعب بها، ويبدلون في سبيل ذلك جهداً ليس في سبيل أو مقدور المواطن العادي بذله، بما لهم من قدرة على الاقناع والتأثير، لأنهم يريدون أن يقودوا ويرشدوا ويوجهوا الرأي العام القارئ والمنساق في النواحي السياسية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية، وهذه الصفوة لا تتأثر بوسائل الاعلام والدعاية المختلفة، كالصحافة وإنما تؤثر في تلك الوسائل بأفكارها وآرائها، حيث يبحثون في الأمور ويدرسون الأخبار والحقائق ويقبلونها على كل الوجوه، ولا يتقبلون الأمور ببساطة وإنما بعد محاولة الاقناع والافتناع.³

¹ : صابر حارس، إشكاليات الاعلام في التأثير على الرأي العام، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007، ص14.

² : هيثم هادي نعمان الهيتي، الرأي العام بين التحليل والتأثير، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012، ص35.

³ : عاطف عدلي العبد، المرجع السابق، ص 107

2-الرأي العام القارئ أو المثقف: يتمثل هذا النوع من الرأي المتعلمون والمثقفون في المجتمع، ويختلف حجمه حسب درجة التعليم والثقافة، وهو رأي يؤثر فيما هو أقل منه درجة من حيث الثقافة والتعليم، ولكنه يتأثر بوسائل الاعلام بنسب متفاوتة حسب مستوى الوعي والثقافة التي يتمتع بها.¹

حيث إن هذه الفئة هي التي تقرأ وتفهم وتجمع من المعلومات والآراء والأفكار والأخبار، ما يمكن أن يتألف منه رصيد يعينها على فهم وسائل الإعلام، كما يؤثرون في هذه الوسائل بقدر محدود بما يصدر عنهم من آراء ومناقشات ونقد.

3-الرأي العام المنقاد أو المنساق: يتكون الرأي العام المنقاد من الفئة التي تنتمي إلى الفئتين السابقتين، وهو رأي السواد الأعظم من الشعب من غير القادرين على مواصلة الاطلاع والبحث، ومن غير القادرين كذلك على متابعة الأحداث أو النظر في بواطن الأمور أو القراءة بين السطور.²

وهو رأي السواد الأعظم من الأميين أو محدودي التعليم والثقافة، ويتأثرون بمضمون وسائل الاعلام ويقتنعون بكل ما ينشر أو يبث دون التفكير المنطقي في مضمون وسائل الاعلام، ويتقبلون الشائعات ويتعرضون بسهولة لحمولات الدعاية والهمس التي تنقل إليهم من الأفراد الآخرين.

المطلب الثاني: التقسيم من حيث عنصر الزمن: وينقسم إلى:

1. الرأي العام الدائم: وهو الرأي العام الثابت، الذي يدوم فترة طويلة ويتصف بالاستقرار ويتأثر بالعوامل الحضارية.³

ويرتكز على قاعدة تاريخية وثقافية ودينية، ويشترك فيه كل أفراد الجماعة، ويمتاز بالاستقرار والثبات جيلا بعد جيل، ولا تؤثر فيه الحوادث الجارية أو الظروف الطارئة إلا نادرا، ومن أهم عناصره الدين أو العقيدة والعادات والتقاليد.

وهذا الرأي ولید تجارب الأفراد وتفاعلهم مع مجتمعهم، وهو لهذا قوي وعميق، والرأي العام الدائم، هو طويل الأجل قد يستغرق سنينا أو قرونا، ومن الصعب تغيير اتجاهاته، ومثال ذلك موقف الشعوب الإسلامية من أكل

¹ : سمير محمد حسين، المرجع السابق، ص 44

² : مختار التهامي، وآخرون، الرأي العام، القاهرة، 2000، ص 25.

³ : عبد الرزاق الدليمي، الدعاية والشائعات والرأي العام، رؤية معاصرة، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ط2، ص ص 218-219.

لحم الخنزير... وهذا الرأي العام يقوم على أساس العوامل الحضارية، كالرأي العام العربي وكراهيته للصهيونية والاستعمار، والرأي العام الذي ظل سائدا لقرون في أمريكا وجنوب أفريقيا من حيث تعصبهم ضد الزنوج.¹ كما يأتي تكوينه من التربية الأولى في البيت، ثم المدرسة، ثم المجتمع.

2. الرأي العام المؤقت: وهو محدد بعوامل زمنية تمثله منظمات معينة كالأحزاب.

يقوم حسب الانتماء لجماعة منظمة ذات أيديولوجية أو مذهب وحيال مسائل معينة في وقت محدد، وينتهي بانتهاء المؤثر.²

ويرتبط بحادث عارض أو مصلحة مؤقتة أو جماعة أو فئة اجتماعية، وينتهي بانتهاء الحادث أو المصلحة أو الرابطة التي تجمع الجماعات أو الحزب.

ولهذا فان هذا النوع من الرأي العام المؤقت، لا يصلح أن تقام عليه دراسات بعكس الرأي العام الدائم.

وقد تعمل وسائل الاتصال بالجماهير على تكوين الرأي العام المؤقت، بالنسبة لقضية ما وأيضا الخطب السياسية، وكذلك الأحزاب السياسية والجماعات والهيئات عندما تعمل على تكوين رأي عام مؤقت، بالنسبة لأهداف محددة بعدد من الأفراد وبعوامل زمانية، ويتغير إذا تغيرت إحدى هذه العوامل.³

3. الرأي العام اليومي أو المتقلب: وهو الفكرة اليومية، التي يعتنقها معظم أفراد الجماعة نتيجة لحادث مفاجئ أو كارثة حلت بالجماعة، أو حدث سياسي خطير وهذا الرأي العام متقلب.⁴

كذلك هو عبارة عن رد فعل لما يحدث يوميا، ويتغير من يوم إلى آخر، حيث يتأثر بالحوادث اليومية ومجريات الأمور، وتغذيته - بصفة خاصة - الأحداث السياسية الجارية، والمناقشات ووسائل الإعلام المختلفة.

ورأى "دوفيفات" أن الصحافة الاخبارية والصحف الحزبية تعيش على الرأي العام اليومي، حيث تتلقف الاحداث اليومية وتجعل منها العناوين الضخمة التي تجذب القراء، وتركز الصحف الحزبية على ما يتلاءم مع دعوتها السياسية وفكرها الحزبي، وذلك لتعزيز رأيها.⁵

1 : محمد منير حجاب، أساسيات الرأي العام، دار الفجر للنشر والتوزيع، كلية الآداب سيوهاج، جامعة جنوب الوادي، 1998، ص31.

2 : سناء محمد الجبور، المرجع السابق، ص21.

3 : محمد منير حجاب، المرجع نفسه، ص32.

4 : علي الباز، العلاقات العامة والعلوم الإنسانية والرأي العام، مع دراسة تطبيقية للعلاقات العامة بأجهزة الشرطة، مكتبة ومطبعة الاشعاع الفنية، مصر، 2002، ص22.

5 : جمال مجاهد، الرأي العام وطرق قياسه، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2008، ص40.

المطلب الثالث: تقسيم الرأي العام حسب النطاق الجغرافي:

1) الرأي العام المحلي: ويقصد به الرأي السائد على مستوى أحد أجزاء المجتمع السياسي، وفي نطاق مصالح هذا الجزء، ويعكس جميع صفات الرأي العام القومي ولكن بدرجة أكثر نوعية.¹

كذلك يتعلق بمسألة محلية داخل إطار الدولة الواحدة، مثل رأي المواطن السعودي في العمالة الاجنبية، وهو يختلف عن الرأي العام القومي، الذي يعبر عن المجتمع القومي بوجه عام، كما يختلف عن الرأي العام العالمي الممثل في المنظمات الدولية.²

2) الرأي العام الوطني أو القومي: يقتصر على الوطن أو الدولة المتواجد بها كأن نقول الراي العام الجزائري، وهو يمكن أن يتجلى في مطالبة شعب معين لقادته بتحقيق الديمقراطية مثلاً.

3) الرأي العام الإقليمي: ويسود بين مجموعة من الشعوب تتجاور جغرافياً، وتربطهم مصالح مشتركة، مثل الرأي العام العربي، والرأي العام الأوروبي.³

4) الرأي العام العالمي: ويقصد به الرأي السائد بين أغلبية شعوب العالم في فترة معينة نحو قضية أو أكثر، ينعدم فيها الجدل والنقاش، وتمس المصالح المشتركة أو القيم الإنسانية الأساسية، وهو سمة من سمات المجتمع الدولي المعاصر، ويؤثر تأثيراً فعالاً في توجيه سياسته.⁴

كذلك هو الاتجاهات التي تسيطر على أكثر من مجتمع واحد، أو التي تعكس توافقاً في الموقف بين أكثر من وحدة سياسية واحدة.⁵

المطلب الرابع: التقسيم حسب أنواع الراي:

1. الرأي العام الشخصي: وهو الذي يحتفظ به كل شخص لنفسه، ولا يفصح به، وقد يتكون الرأي العام في النهاية من مجموعة هذه الآراء الفردية والشخصية.⁶

وهو الرأي الذي يكونه الشخص لنفسه، حسب درجة ثقافته وخبراته وتفاعله واتصاله مع المجتمع، بعد تفكير في موضوع معين.

1 : جمال مجاهد، المرجع نفسه، ص 39.

2 : زهير عبد اللطيف عابد، المرجع السابق، ص 56.

3 . ميلود سفاري وآخرون، المرجع نفسه، ص 128.

4 : جمال مجاهد، المرجع نفسه، ص ص 39،40.

5 : سمير محمد حسين، المرجع السابق، ص 27.

6 : خالد أبو سمرة، سيكولوجية الرأي العام، دار النشر والتوزيع، الأردن، 2011، ص 71.

ويعبر عن وجهة نظره دون أن يخشى من الجهرية.

2. الرأي العام الخاص: هو ذلك الجزء من الرأي، الذي يرغب الفرد في أن يحتفظ به لنفسه، ولا يبوح به - خشية تعريض نفسه للضرر- إلا إلى المقربين منه واهل الثقة.

ويظهر أثره في حالة التصويت السري في الانتخابات.¹

المطلب الخامس: التقسيم الكمي للرأي:

1) رأي الأغلبية: وهو الرأي الذي يمثل رأي ما يزيد على نصف الجماعة، وهو تجميع وتكرار الرأي الشخصي لأغلبية الجماعات الفعالة.

2) رأي الأقلية: هو رأي ما يقل عن نصف الجماعة، ويعبر عن رأي طائفة من الناس لا يستهان بها، فقد يكون صفوف الأقلية بعض الأكفاء والمتخصصين.²

ويبرز هذا الرأي البرلمانات وكل مجالات التصعيد أو الترشيح، إذ تسعى الجماهير أو الفئات أو أحزاب الائتلاف إلى تشكيله بعد اتفائه على مبادئ معينة... وكثيرا ما نسمع في الأخبار أن الأقلية المؤتلفة، قد حققت فوزا أو تغلبت على الأغلبية.³

3) الرأي الائتلافي: رأي جملة من الأقليات المختلفة في اتجاهات، والتي نجحت لتحقيق هدف معين تحت ظروف خاصة، وهو ليس وليد المناقشة، وإنما إنتاج عوامل خارجية عارضة، ومتى زالت هذه الأسباب يزول هذا الرأي.

4) الرأي الساحق: وهو حالة من الاتفاق تصل إليها الجماعة أو أكثريتها الساحقة، وهو ليس رأي الأغلبية، إنما رأي قريب من الإجماع ويقترّب من العادات والعرف والتقاليد.⁴

ويعبر هذا الرأي عن الرضا العام الذي يبديه أفراد الجماعة، بعد مناقشتهم لقضية ما.⁵

¹ : سناء محمد الجبور، مرجع سابق، ص22.

² : عاطف عدلي العبد، المرجع السابق، ص115.

³ : فلاح كاظم المحنة، علم الاتصال بالجماهير، الأفكار النظرية الأنماط، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، 2005، ص78.

⁴ : عاطف عدلي العبد، المرجع السابق، ص115.

⁵ : ميلود سفاري وآخرون، المرجع السابق، ص130.

المطلب السادس: التقسيم حسب التواجد:

(1) رأي عام موجود بالفعل: وهو الرأي العام الذي أصبح موجودا نتيجة احداث معينة، تشغل اهتمام الجمهور، وقد ترتب على ذلك أن يكون الجمهور رأيا نحو هذه الاحداث وفي هذه الحالة، يكون الرأي العام موجود فعلا ويمكن قياسه.¹

(2) رأي عام متوقع: وهو الذي يتوقع حدوثه في حالة وقوع بعض الأحداث أو اتخاذ قرارات هامة كرفع الأسعار، أو تغيير مفاجئ للسياسات.²

المطلب السابع: التقسيم حسب درجة الظهور:

(1) الرأي العام الظاهر: وهو الرأي العام الموجود، والذي يعبر عنه الجمهور فعلا، سواء فيما ينشر أو يكتب أو يقال.³

الرأي العام الظاهر والرأي العام الصريح، الذي يعبر عن نفسه من خلال وسائل الاعلام المختلفة أو عن طريق وسائل أخرى، كالإضراب العام أو الانتخابات أو الاستفتاء، أو المظاهرات، أو الثورة، أو المناقشات المفتوحة، ويتكون هذا الرأي في المجتمعات الديمقراطية حيث تسود حرية التعبير، ولا يخشى الأفراد أي إكراه بدني أو معنوي نتيجة إبدائهم لآرائهم.

(2) الرأي العام الكامن: عندما يتبنى الأفراد رأيا عاما ولا يستطيعون التعبير عنه علانية لأسباب معينة، فإننا نسمي هذا الرأي بالرأي العام الكامن أو غير الظاهر، ويحدث هذا غالبا في المجتمعات التي تحكمها أنظمة ديكتاتورية أو المتخلفة الواقعة تحت سيطرة العادات والتقاليد، ويمكن أن يتحول الرأي العام من كامن إلى ظاهر بسبب ظهور عدة عوامل، كاشتداد انتباه الأفراد وازدياد اتجاههم نحو قضية معينة إلى حد عدم قدرتهم كتمانها، وزوال العقبات القانونية أو الاجتماعية التي كانت تحول دون ظهوره.⁴

ويكون هذا النوع من الرأي العام في حالة رغبة الناس في عدم الإفصاح عن ميولهم اتجاه موقف معين أو حدث معين أو قضية ما، في هذه الحالة يكون الرأي العام مخفيا لدى الناس غير ظاهر، وإن كانوا متفقين عليه لديهم الاجماع أو لدى الغالبية منهم بالإجماع، نحو رأي معين اتجاه الموقف المذكور.⁵

1: نضال فلاح الضلعين، وآخرون، الاعلام والرأي العام، دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع، الأردن، 2014، ص104.

2: علي الباز، المرجع السابق، ص23.

3: علي الباز، المرجع نفسه، ص22.

4: رشيد حمليل، المرجع السابق، ص151.

5: خالد أبو سمرة، المرجع السابق، ص69.

المبحث الثالث: مؤسسات أو مقومات الرأي العام:

إن دراسة ظاهرة الرأي العام معقدة جدا وتحتاج للتعلم الكبير فيها لفهمها والاحالة بجميع جوانبها، ولفهمها أكثر ينبغي التطرق إلى مقوماته، فلقد قسم العلماء مقومات الرأي العام إلى جزئيين:

المطلب الأول: مقومات أولية:

إن المقومات الأولية هي تلك التي تكون مرتبطة بالفرد، فلا بد من توفرها حتى يمكن تصور صلاحية الفرد لأن يكون رأياً، وهي ترتبط بالوحدة النهائية في تحليل ظاهرة الرأي العام، فهناك عناصر موروثية وأخرى متعلقة بالشخصية، وتكون مرتبطة بالجنس والسن والاصل، أي انها مقومات فطرية ومكتسبة تساهم في تطوير وتشكيل الرأي العام.

المطلب الثاني: المقومات الثانوية:

وهي مقومات جماعية، تنبع من الظاهرة الكلية أي الحقيقة الاجتماعية، التي تحدث منها عملية التفاعل، تنتقل الظاهرة من المستوى الفردي إلى المستوى الجماعي، وهنا تستطيع تمييز العقل الجماعي المشترك بين الأفراد.¹

المطلب الثالث: العادات والتقاليد:

تقبل الشعوب عادة معتقداتها المتوارثة بخيرها وشرها، على أساس أنها حقائق وبديهيات وقيم لا تقبل الجدل أو ابداء الرأي، وهذه المعتقدات قد تشمل نواحي أخلاقية واجتماعية كانت مثارة للجدل في ازمنا سابقة، ثم انتهت إلى الصورة التي قبلها الجميع فدخلت طور المعتقدات والأخلاقيات والسلوك والتقاليد المتوارثة.

ويجب ألا نخلط في دراستنا للرأي العام بين هذه المعتقدات والقيم المتوارثة الجامدة، وبين الرأي العام، فالرأي العام يدور حول مسائل موضع جدل ونقاش، بعكس المعتقدات العامة، التي رسخت عبر العصور في أذهان الجماهير ولم تعد مثارة للنقاش العام، اللهم إلا في وقت الثورات والتغيرات الاجتماعية الجذرية.²

فالأمة تتكون من شعب تدفعه تقاليده وتراثه الثقافي إلى الطاعة أو التمرد، أي أن هذا الشعب قد غرست في أفرادها، منذ طفولتهم البكرة عادات معينة أدت إلى اكتسابها هذا الطابع، وهي عادات تضعها وتدعمها المؤسسات القائمة، مثل الأسر والمعتقدات الدينية والبيئة المباشرة، وهذه القيم والمفاهيم والمعتقدات، هي التي تنظم في ذهن الأفراد في صورة ذهنية عن البيئة، ويتحدد لها طريقة استجابته وتفاعله مع هذه البيئة.³

¹ : رشيد حميل، المرجع السابق، ص 121-122.

² : مختار التهامي: المرجع السابق، ص 40.

³ : محمد منير حجاب، المرجع السابق، ص ص 119، 130.

وفي العصر الحديث، يلاحظ ان ميدان المعتقدات والتقاليد المسلم بها قد ضاق، بينما اتسعت دائرة الرأي العام، وشملت كثيرا من الأمور التي كانت محرمة على النقاش، مثل سفور المرأة وتعليمها، وذلك نتيجة لتطور وسائل المواصلات والاتصال ووسائل الاعلام- خاصة الفضائيات، التي مكنت الناس من الاطلاع على معتقدات الشعوب المختلفة، وأخلاقياتها وتقاليدها بما فيها من تناقض وتصارع أحيانا.

بالرغم ان القيم والعادات والمعتقدات المتوارثة لا تعتبر من قبل الآراء العامة، إلا أن لها دور وخاصة العادات السيئة منها- تأثيرا كبيرا جدا وبالغ الخطورة على الرأي العام.

ذلك أن الفرد في كثير من الحالات، يستلهم هذه القيم والعادات في تكوينه لرأي حول بعض المسائل الحالية المطروحة للمناقشة، فقد يؤدي الرأي العام - في دولة ما- سلوكا معيناً وفي مسألة معينة، كما يعارضه في مسألة أخرى، وفي ذلك يقال مثلاً أن الرأي العام ضد هذا السلوك.¹

المطلب الرابع: الدين:

يعتبر الدين أقوى العناصر المؤثرة في توجيه الرأي العام، بل في توجيه سياسات الدول ومصائرهما، فالكثير من الدول تقوم على أساس ديني (المملكة العربية السعودية، باكستان، إسرائيل). وبالرغم من أن جوهر الأديان السماوية جميعا يكاد يكون واحدا، وهو تمجيد الخير والحق والعدل والتقدم، ونبذ الشر والظلم والتخلف، إلا أن مرور القرون قد أدخل كثيرا من البدع والخزعبلات والتحيز، وسوء التفسير على الأديان وخاصة في أذهان العامة، حتى فقد الدين في بعض البلدان كل جوهره، ولم يتبقى منه سوى هذه البدع والخزعبلات، الممزوجة في كثير من الأحيان بنوع من التعصب الممقوت (إيرلندا الشمالية وإيرلندا الجنوبية مثلا)، حيث يتقاتل أبناء البلد الواحد بسبب الصراعات الدينية، ويكسب الاستعمار وترسخ أقدامه.²

وجوهر الدين يبقى ثابتا لا يتزعزع، إلا أن الدين - كما يرى البعض- قد يستخدم استخداما سيئا كأن يعبأ به البسطاء من المتدينين، ويلهب حماسهم، لخدمة غرض معين، فيتحول الايمان إلى عصبية، مثل الأغراض السياسية في الانتخابات من خلال خلط الدين بالسياسة.

ولقد اهتم الدين الإسلامي بالرأي العام، ونشطت الدعوى الإسلامية لكسب ميول الرأي العام، نحو الإسلام في ربوع الأرض المختلفة دون تهديد أو ارغام، وأكد على حرية الرأي وحرية العقيدة ودعا الجماهير للتعبير عن آراءهم، ومن معالم اهتمام الإسلام بالرأي، قوله عز وجل في سورة آل عمران الآية (159) "وشاورهم في الامر" وقوله في سورة الشورى الآية (38) "وأمرهم شورى بينهم".

¹ : فتحي حسين عامر، إستطلاعات الرأي العام على الأنترنت، دار النشر والتوزيع، القاهرة، 2013، ص ص 64، 63.

² : مختار التهامي، وآخرون، المرجع السابق، ص 41.

جاءت المساجد مع الإسلام كمنابر للرأي العام وتوجيهه، ولتضامن المسلمين وتآلفهم، ولكي يتدارسوا فيها شؤون دينهم وديناهم.

ويقول الدكتور عبد القادر حاتم في كتابه القيم "الرأي العام وتأثره بالإعلام والدعاية" أن الدين يفرض نفوذاً أوسع، حتى على غير المتمسكين به، ويشكل مصدراً من مصادر الرأي العام، فالاستشهاد بآية قرآنية أو بأحاديث شريفة، يخلق الاقناع ويثير الحوافز والدوافع، ويحرك المشاعر والعواطف.

المطلب الخامس: التربية والتعليم:

تلعب المؤسسات التربوية والتعليمية دوراً هاماً في تكوين الرأي العام وتشكيله، من خلال تقديمها للمعرفة، فالمدرسة تأتي بعد العائلة في ترتيب المؤسسات المؤثرة على أفكار الأفراد، وخصوصاً في سنواتهم الأولى، فهي التي تدعم وتشكل اتجاهاتهم وأراءهم، وتساعدهم على التفكير، فكلما زادت المعرفة تمكن الفرد من التحرر من وجهات النظر وخبراته السابقة، التي أصبحت تختلف مع وجهات النظر الجديدة، ويرى الكثير من الخبراء في مجال الاتصال، أن الاتجاهات السائدة في التعليم، تؤثر على اتجاه الرأي العام داخل الدولة خصوصاً، فإذا قامت هذه الاتجاهات على أساس التفرقة أو العنصرية، حيث أن هذا الشيء لا يمكن تمييزه في مراحل الفرد الأولى من حياته، فعقله لا يميز بين الحق والباطل.

ولهذا تلعب المؤسسات التعليمية دوراً هاماً في حياة الأفراد، فهي توجه الرأي العام نحو الصواب منذ صغر الفرد، فالتنشئة الصحيحة تساهم في سقل الرأي العام، ولا نخص حديثنا فقط على المدرسة في المراحل الأولى من حياة الفرد، فالجامعة أيضاً تقدم المعرفة، التي يمكن من خلالها تشكيل الرأي العام، فكلما زادت المعرفة زادت معها فرص تشكيل رأي عام إيجابي وموضوعي نحو قضية معينة. وهذا هو ما تقدمه المؤسسات التربوية والتعليمية لتشكيل الرأي العام¹.

المطلب السادس: القادة والزعماء:

الزعيم هو الشخص الذي يمارس نفوذاً على عدد من الناس، وقد عرفه ليندرمان قائلاً "أنه الشخص الذي تتقبل الناس أحكامه ومشاعره، باعتباره أساساً للعقيدة والسلوك، وهنا يتضح دور الزعيم في التأثير على اتجاهات الناس وتصرفاتهم، فالزعامة هي قيادة الجماهير والتأثير في معتقداتهم، وتشكيل آراءها بطريقة تحقق الأهداف المرجوة.

والزعيم الحقيقي هو رمز لآمال الشعب، وهو يستمد قوته من فهمه لرغبات الناس ومطالبهم، كما أنه يبلور اتجاهات الرأي العام ويمثلها ويفصح عنها².

¹ : فتحي حسين عامر، المرجع السابق، ص ص 66-67-68.

² : الدسوقي وجيه المرسي، الاعلام وعلوم الاتصال، العلاقات العامة والجمهور، ص 113.

فدور الزعيم او القائد في الدول النامية يجسد الملامح الأساسية لمواطنيه، بحيث يتعرف هؤلاء على أنفسهم في الحياة السياسية عبر شخصيته، والزعيم في أكثر الدول النامية مازال يشكل أحد العوامل الأساسية في تكوين الرأي العام ... ولعل الزعيم الراحل جمال عبد الناصر، خير مثال على ذلك... فلقد استطاع أن يجسد ولفترة طويلة بعض الأهداف الوطنية للمصريين خاصة والعرب عامة.¹ وهناك أنواع للزعامة وهي:

1. القائد أو الزعيم الفكري: وهو الذي يسيطر في عالم الأفكار، ويتمتع هذا الزعيم عادة برؤية واسعة، ويضع خطط المستقبل للجماعة ومن أمثلتهم: جاليليو وداروين وجوته.

2. القائد أو الزعيم الإداري: وهو القائد الذي يقول ليفعل، مثل رجال الأعمال والساسة، وربما يعد مثل هذا القائد عن رؤية وجهات النظر الأخرى.

3. الزعيم الرمزي: وهو الذي يمثل رمزا فقط، مثل ملكة بريطانيا، تملك ولا تحكم، أو رئيس جمهورية الهند أو رئيس إسرائيل "شيمون بيريز".

4. زعيم الدعوة أو الإثارة: ويتبنى هذا الزعيم عادة إحدى القضايا، حيث يقود حملات سياسية مكثفة للدفاع عنها، ويكون هؤلاء الزعماء مقدرة فائقة على الاستمالة والاقناع، كما ان دعايتهم تكون مؤثرة للغاية.² كما أن لديهم عادة معرفة وخبرة ودراية كبيرة موثوق بها بالمسائل والقضايا، التي تشغل الرأي العام بما يمكنهم من تبني الأفكار الجديدة مبكرا... ويأخذ هؤلاء القادة عادة وقتا كافيا، ويبدلون جهدا كبيرا في دراسة الموقف والمعلومات، حتى يكونوا رأيا بشأها يعبرون عنه للآخرين ... ومثل هذه الخصائص تجعل هؤلاء القادة قادرين على التأثير في الرأي العام، حيث يوثق بأراءهم وأفكارهم.³

¹ : محمد منير حجاب، المرجع السابق، ص 133.

² : فتحي حسين عامر، المرجع السابق، ص 71.

³ : عبد الرزاق الدليمي، المرجع السابق، ص 221.

المبحث الرابع: أساليب وطرق تغيير الرأي العام:

أثبتت الدراسات أن تغيير الآراء الراسخة، يكاد يكون من أصعب الأمور، لذلك فإن التأثير في الرأي العام يكون أكثر يسرا، وفاعلية، إذ كان متعلقا بموضوعات جديدة أو مسائل لم يسبق تكوين آراء واتجاهات حيالها.¹ ومن اهم أساليب تغيير الرأي العام كما يراها خبراء الاعلام²:

المطلب الأول: أسلوب التكرار والملاحقة:

يعتقد الكثيرون أن أسلوب التكرار-لا الجدال ولا المناقشة- هو انجح الأساليب لتغيير الرأي العام، وقد اعتنقت الدعاية الألمانية هذا الأسلوب، وعملت من خلاله على استثارة الجماهير إزاء بعض القضايا، وقد وصف "جويلز" هذا الأسلوب الدعائي بقوله "إن سر الدعاية الفعالة، لا يكون في إذاعة بيانات تتناول آلاف الأشياء، ولكن في التركيز على بعض الحقائق فقط، وتوجيه آذان الناس وأبصارهم إليها مرارا وتكرارا.

المطلب الثاني: أسلوب الاثارة العاطفية:

يعتمد هذا الأسلوب على إثارة العواطف لا على المناقشة والاقناع، ويتطلب هذا الأسلوب -لضمان وصوله إلى أهدافه احتكار الجماهير وتوجيهها، وعدم السماح بوصول آراء مخالفة، وكان "هتلر" يعتقد أن استجابة الجماهير تكون دائما استجابة عاطفية أكثر مما هي عقلية، لذلك كان يدعو إلى أن تتجه الدعاية إلى العواطف.³

المطلب الثالث أسلوب طرح الحقائق:

تتزايد احتمالات تشويه الأخبار بصورة خاصة، عندما لا تتوفر إمكانية مواجهة الآراء مع الحقائق، وبدون تدقيق الآراء بواسطة الحقائق يمكن للجمهور أن يعتبر الآراء غير الصحيحة حقيقة، وضمن هذا المفهوم يمكن للحقيقة الساطعة أن توصف بالكذب والعكس بالعكس، ويدل الواقع والحقائق على وجود الشيعين. لذلك قد يعتبر الناس الأخبار الكاذبة حقيقة خصوصا، وإن كان مصدر اعلامي يؤكد على أنه يقول حقيقة، ويدل كل هذا القول على أهمية الواجب الأخلاقي، المتمثل بقول الحقيقة الموضوعية ومصارحة الجمهور، من أجل تعبئته في مواجهة الحروب والأزمات والاعباء القومية.⁴

1 : جمال مجاهد، المرجع السابق، ص63.

2 : فتحي حسين عامر، المرجع السابق، ص78.

3 : جمال مجاهد، نفسه، ص63.

4 : فلاح كاظم المحنة، المرجع السابق، ص142.

المطلب الرابع: أسلوب انتباه الجماهير:

قد يصعب في أحيان كثيرة معارضة الراي السائد بين الجماهير، بالنسبة لمسألة أو موضوع معين، ذلك أن معارضة تيار جارف من الرأي العام بعد تكوينه لا تأتي بنتيجة ما، حتى لو كان الرأي العام على خطأ، والأسلوب الذي يتبعه السياسيون وأجهزة الاعلام في مثل أهمية الموضوع المثار أو أكثر أهمية منه.

ويعتبر تغيير موضوع الموقف، هو التبديل لأحد موضوعات الموقف بموضوع آخر في شكله النهائي الأنقى، وعندما يحدث التغيير في موضوع الموقف، سنتوقع أن يتم تبديل كل من الموضوع والشعور المرتبط به بموضوع جديد تماما مع الشعور المرتبط به، وتكمن أهمية تغيير موضوع الموقف، في أنه قد يؤدي تبعا لذلك إلى تغيرات في الطريقة، التي نتصرف بها دون أي تغير في الشعور المحسوس اتجاه أي موضوعين القديم والجديد.

المطلب الخامس: أسلوب البرامج المحددة:

ويسمى الأسلوب المتكامل، حيث يتضمن معظم الأساليب السابقة مضافا إليها الوضوح والتجديد، ومخاطبة الجوانب النفسية لدى الجماهير، مع مراعاة التركيز على وقائع محددة، والابتعاد عن الأمور المبالغ فيها والصياغات المطاطة، ويدرك رجال السياسة مزايا البرامج المحددة، ولذلك يحرص معظمهم على التقدم إلى الناخبين ببرامج محددة، ولكن هذه البرامج تفقد قيمتها ويتلاشى أثرها ما لم يتبعها عمل وتنفيذ حتى لا تنقلب إلى العكس.¹

المطلب السادس: أسلوب افتعال الأزمات:

وهو من الأساليب الحديثة لتغيير الرأي العام، ويعني استغلال بعض الأحداث أو الظروف و-ربما تكون محدودة- بنجاح من أجل خلق أزمة تؤثر في الرأي العام، وتستفيد منها الدولة التي تستخدم هذا الأسلوب.

مثال: افتعال إسرائيل لأزمته مع الدول العربية باستمرار، مثل أزمته مع سوريا عام 1967. كبدية لشن عداوتها على الأزمة العربية واستخدامها ببراعة، هذا الأسلوب في أثناء المفاوضات مع فلسطين.²

المطلب السابع: أسلوب الرعب والفوضى:

وهو أسلوب تلجأ إليه بعض القوى لتغيير الرأي العام لمصلحتها، وقد استخدمتها المخابرات النازية بصفة خاصة، في استغلال دوافع الأمان لدى الانسان بإثارة الخوف والفرع لإرهاب الشعوب بإخضاعها، من خلال استخدام الوسائل المختلفة لخلق حالة من الذعر والفوضى.

¹ : جمال مجاهد، المرجع السابق، ص ص 64، 65.

² : فتحي حسين عامر، المرجع السابق، ص ص 82، 83.

كما استخدمتها الدول الغربية في إشاعة الخوف والذعر بين الشعوب من الغزو الشيوعي المنتظر، قبل انخيار المجتمعات الشيوعية.

كما ان استغلال الاحتكارات الغربية لمستيريا الحرب، التي كانت تنشرها أجهزتها الدعائية قد مكنتها من إيقاف العالم في حالة من التوتر، خدمة لمصالحها الاقتصادية وأطماعها التوسعية.

المطلب الثامن الشائعات:

الشائعات هي معلومات لا تتقيد بمعايير الصدق الموضوعي والنزاهة والدقة والأمانة، ومن ثمة فهي أقدر على الغوص في الجماهير، التي تفتقد إلى الوسيلة التي تقدمها بما هو صادق وحقيقي.

مثال: انتشار شائعة قوية مفادها أن الرئيس العراقي صدام حسين قيل بعد إعدامه، أنه لا يزال على قيد الحياة، وسوف يعود للحكم في العراق أثناء حكم أوباما لأمريكا.

ومن المعروف أنه يصعب وجود صحيفة، تقدم الصدق وكل الصدق أو الحقيقة في فترات الحروب والأزمات، مثل انتشار أمراض انفلونزا الخنازير والطيور، وخاصة السياسية والاقتصادية، مثل عدم وجود استقرار في الجيش المحارب، حيث يوجد في الناس ميل إلى تصديق الشائعة، دون محاولة منهم للوقوف على الحقيقة في ذلك الوقت.

وتزداد الخطورة حينما لا يكتفي البعض بتصديق الشائعات، بل يضيف إليها من عنده وتزداد الشائعات في جو الحرب، حيث تكون سرية الأخبار، اما جوهريا يتطلبه دواعي الأمن واعتبارات النشر على الرأي العام¹.

وتأسيسا على ذلك، فالشائعة هي خبر ينتقل من فم إل فم مجهول المصدر، تحرك بين الأفراد ولا يحمل معه دليلا على صحته، ويفتقر إلى المسؤولية، وتتغير بعض تفاصيله من فرد لآخر².

¹ : فتحي حسين عامر، ص ص 83، 84.

² : عاطف عدلي العبد عبيد، المرجع السابق ص120.

خلاصة:

من خلال دراستنا لمفهوم الرأي العام وانواعه وتصنيفاته واساليب وطرق تغييره، نستنتج ان الرأي العام يتبلور نتيجة وجود تفاعل بين الافراد، و لقد اثبت التاريخ و لازال يمدنا بإثباتات واقعية و معاصرة ،ان القوة الفاعلة في تغيير مصير الدول و الشعوب هو الرأي العام ، لذا من الحكمة الاهتمام به و قياسه للتنبؤ به و القدرة على التعامل معه ، و عليه لا يمكن القول ان هناك رأي عام إلا بوجود قضية معينة او مسألة معينة، لهذا أصبح الرأي العام له اهمية بالغة في علمنا اليوم.

تمهيد:

تزايد الاهتمام بموضوع السمعة وأهميتها بالنسبة للمجتمعات والشركات نظرا للقيمة الفعالة التي تؤديها في تشكيل الآراء وتكوين الانطباعات الذاتية وخلق السلوك الايجابي للأفراد اتجاه المؤسسات، وأصبح تكوين السمعة الطيبة هدفا أساسيا تسعى اليه معظم المؤسسات التي تشيد النجاح وقد وعت المؤسسات أهمية دراسة وتشكيل السمعة المتكونة لدى اذهان جماهيرها لكي تبني الخطط والاستراتيجيات التي تعنى بتحسين الانطباعات والمعارف الذهنية للجماهير، وبالتالي خلق بيئة ملائمة لتحقيق نشاطات الشركة المختلفة بكافة مجالاتها. وللتعمق أكثر في هذا الفصل تطرقنا في المبحث الأول إلى مفهوم السمعة وأهميتها، والمبحث الثاني أبعاد السمعة وفي المبحث الثالث بناء سمعة المنظمة، المبحث الرابع مقاييس السمعة، المبحث الخامس مجالات السمعة والمبحث السادس نماذج السمعة.

المبحث الأول: مفهوم السمعة وأهميتها:

- تشير كلمة السمعة لغويا الى الصيت الشهرة، تعد السمعة مفهوم معنوي للشخص او المنظمة، وهو مفهوم معقد يتأثر بالعديد من التأثيرات الجوهرية بما في ذلك الهوية التنظيمية، وترتبط مباشرة بعمر المنظمة وتساعد في الحصول على موقع تنافسي مما يجعلها أكثر استقرارا ويعطيها مسوغا ضميا لتقديرات المستقبل.

Scott and walsham ويعود مفهوم سمعة المنظمة الى عام 1997 حيث استخدم الباحثون مختلف المفاهيم لوصفها، وعلى الرغم من الاهتمام الواسع بين الاكاديميين والممارسين في ادارة السمعة لكن لحد الآن لا يوجد تعريف مقبول لها و لا إتفاق على المكونات التي تضمنتها، ولكن اغلبتهم يركز على :

- السمعة كوعي: وتشير الى المراقبين واصحاب المصالح الذين لديهم وعي بالمنظمة.
- السمعة كتقويم: وتشير الى المراقبين واصحاب المصالح الذين يشتركون بتقسيم المنظمة.
- السمعة كثروة: وتدمج بين الوعي والتقويم، التي تعطي أهمية للمنظمة¹.

وتتنوع وتباين التعريفات الخاصة بمفهوم "سمعة المنظمة"، ومن هذه التعريفات ان السمعة قيمة غير منظورة وهي شيء ثمين تتنافس من اجله المنظمات، كما انها ترتبط بالتاريخ الطويل للمنظمة، حيث تشكل السمعة عبر فترة زمنية طويلة، كما ان السمعة تعد قوة داعمة للمنظمة.

- وتعرف fombrun: السمعة بأنها خبرة تراكمية لأفعال المنظمة في الماضي وتوقعاتها في المستقبل التي تصف المنظمة اجمالا لكل الجماهير-سواء كان جمهور ذا داخليا (الموظفين)، او جمهور خارجي (العملاء)-عند مقارنتها بالمنافسين من المنظمات الاخرى والنتائج التي تصف قدرة المنظمة على توصيل ما تريده لأصحاب المصالح الممنوعين.

- أما dowling فيرى ان السمعة هي القيم المشتركة لأصحاب المصالح والتي تعود الى دعم المنظمة والثقة والمصدقية في المنظمة، وطبيعة السمعة تعتمد على كافة الجهود الاتصالية التي تبذلها المنظمة في سبيل استمرارية وجودها وكيانها.

- وتعرف السمعة وفقا ل doorley بأنها حاصل الصور الذهنية المتراكمة لدى الجمهور والتي تهتم باداء وسلوك المنظمة نحو جمهورها، اضافة الى جهودها الاتصالية وهي عناصر اساسية في تشكيل السمعة².

¹: يوسف حجيم سلطان الطائي، عامر عبد الكريم الذجاوي، الذكاء الاخلاقي: مدخل لدعم سمعة منظمات الاعمال، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2017، ص 192.

²: ميرهان محسن الطنطاوي، الاستراتيجيات الاتصالية لادارة سمعة المنظمات، دار العالم العربي، مصر، 2013، ص 2400-25.

- في حين قدم argenti p.a druckenmille في عملهم: سمعة المؤسسة والمشهد التعريفي، مفهوم أكثر دقة يتمثل في انها "الحكم الجماعي على المؤسسة استنادا على تقييمات الآثار الاجتماعية، الاقتصادية والبيئية التي تؤثر على حياة المؤسسة عبر الزمن".
- وتعرف السمعة على أنها: مجموعة القيم المنسوبة للمؤسسة مثل الاصاله، المصداقية، النزاهة، المسؤولية التي يستشعرها المرء من المؤسسة من خلال الصورة التي يحملها عنها.

أهمية السمعة:

- تعتبر السمعة بمثابة البناء الاجتماعي الذي تحصل عليه المؤسسة من علاقتها مع اصحاب المصالح، وان السمعة الجيدة تؤدي الى توطيد العلاقات الودية مع الاطراف المؤثرة في المجتمع، حيث تساعد في التقليل من المخاطر التي قد يتحملها الزبائن جراء اقتناء خدمة او منتج ما وتكون عوناً لهم عندما يواجهون اختبار منتجاً معيناً خاصة في حالة تشابه المنتجات والخدمات في الوظائف، كل هذا سوف يزيد في رضا المستهلكين عن المؤسسات وكذا الموظفين عن عملهم.
- تعطي قيمة سيكولوجية إضافة للمنتجات والخدمات التي تقدمها المؤسسة.
- تضاعف فاعلية الاعلان وتأثير قوة المبيعات، فالسمعة الايجابية لها شأن في مصداقية اعلانات المؤسسة.
- تدعم إدخال المنتجات الجديدة الى الاسواق.
- تتيح فرصة الوصول الى أفضل المؤسسات المقدمة للخدمات المهنية، حيث تفضل وكالات الاعلان الممتازة التعامل مع أفضل العملاء وبذلك تستطيع ان نستأجر السمعة الجيدة لهؤلاء العملاء.
- توفر فرص إضافية للمؤسسة في حال تعرضها لازمة ما.
- تتيح فرصة الوصول الى الموظفين ذوي الكفاءات العليا، فمعظم طالبي العمل يفضلون العمل لدى المؤسسات تتمتع باحترام الجميع.
- تحسين علاقة المنظمة مع الموردين والموزعين واصحاب المصلحة المباشرين.
- زيادة رضا العاملين وولائهم وامكانية تحقيق أرباح مميزة.¹

¹ شافية قربي، حمودي حاج صحراوي، دور المسؤولية الاجتماعية في دعم سمعة المؤسسة: دراسة تحليلية من وجهة نظر اطارات مؤسسة روية للعصائر

المبحث الثاني: أبعاد سمعة المنظمة:

يعد موضوع تحديد ابعاد ومتغيرات ادارة سمعة المنظمة من المواضيع التي لها اهمية كبيرة في الادب الاكاديمي والباحثين غير متفقين على مكوناتها وابعادها، وتحدد ابعادها من خلال السلوك الداخلي والخارجي والقيم الاخلاقية للمنظمة، ويرى Omar and Willians ان ادارة السمعة مفهوم صعب القياس وسريع التغير ويرتبط بنوع العلاقة بين اداء العمل وما يحقق من سمعة تنظيمية والسمعة الجيدة تتعلق بصورة وهوية المنظمة، وان هناك ستة ابعاد اساسية لادارة سمعة المنظمة وهي (الاتصال، الهوية، الثقة، الصورة، الجدارة، المصداقية) ويرى Birkbeck ان هناك رؤية تم تحديد الابعاد بموجبها والتي هي اساسية لسمعة المنظمة وهي (الرؤيا والقيادة، بيئة العمل، المسؤولية الاجتماعية، الاداء المالي، المنتجات والخدمات والكسب العاطفي) وهذه الابعاد بمجموعها تؤدي الى الوصول الى عناصر النجاح الستة وهي (بناء الثقة مع اصحاب المصالح، تعظيم الارباح، كسب المزيد من المستثمرين، الحصول على العاملين الموهوبين والاكفاء، زيادة المبيعات، قيادة سلسلة السوق)، وكأنه يحاول ان يقدم برنامج للحصول على السمعة الناجحة من خلال الالتزام بقواعدها والتي تقود بدورها الى عوامل نجاح المنظمات وتحقيق اهدافها، وان ابعاد سمعة المنظمة هي الابداع والمسؤولية الاجتماعية وجودة الخدمة¹.

المطلب الأول: الابداع znnovation:

إن الابداع امر اساسي لتطوير اي منظمة، ويتحقق ليس فقط من خلال المنتجات والخدمات والعمليات المتجددة بل من خلال الممارسات الادارية ومن اجل ادخال المؤسسات المبدعة يبنى على المنظمة اعتماد نموذج اداري من الابداعات التي تشمل عمليات الابداع التنظيمي على اساس الكفاءات المهنية والمهارات الادارية، وتأثيرها على عملية صنع القرار، ولقد تباينت الآراء حول مفهوم الابداع اذ بين Binari ان الابداع هو القدرة على خلق شيء جديد واخراجه الى حيز الوجود، وان الابداع في المنظمة هو عملية اجتماعية تفاعلية يمكن ان تثير العواطف المختلفة، كذلك ان العملية الابداعية تؤدي في النهاية الى انجاز العمل الابداعي وتحقيقه وبمعنى آخر ان العمل الابداعي ينجح من قدرات وعمليات تؤدي الى انجازه².

- وذكر السكارنة ان الابداع هو القدرة على خلق شيء جديد واخراجه الى حيز الوجود، وبينما يقصد به البعض الآخر العمليات وخصوصا السيكلوجية منها والتي يجري ابتكار شيء جديد ذي قيمة مرتفعة،

¹: يوسف حجي الطائي، محمد جبار الصائغ، عمار عبد الكريم للذجاوي، دور الذكاء الاخلاقي في ادارة سمعة المنظمة: بحث تطبيقي لآراء عينة من

اعضاء الهيئة التدريسية في كليتي العلوم والزراعة في جامعة الكوفة، مجلة القادسية للعلوم الادارية والاقتصاد، مجلد 10، عدد 1، 2013، ص 18.

²: هاتف الفتلاوي، العلاقة بين القيادة الرشيقة وبناء السمعة التنظيمية من خلال الدور الوسيط للالتزام التنظيمي: بحث تحليلي لآراء عينة من العاملين

في الشركة العامة لصناعة السيارات، مجلة المثنى للعلوم الادارية والاقتصادية، مجلة 7، عدد 4، جامعة كربلاء 2017، ص 26.

- في حين ينظر فريق آخر الى الابداع بأنه العملية الابداعية التي تؤدي في نهاية الأمر الى انجاز العمل الابداعي وتحقيقه، بمعنى ان العمل الابداعي ينجم عن قرارات وعمليات تؤدي الى انجازه.
- ويذكر ايضا binari: ان الابداع في المنظمة يمثل عملية اجتماعية تفاعلية يمكن ان تثير العواطف المختلفة، وان دور العواطف في عملية الابداع التنظيمي ليست جديدة في حد ذاتها، يعمل على تعزيز وحل المشكلات واتخاذ القرارات وان العواطف تحرك التفاعلات الاجتماعية وتحسن في خلق او بناء فكرة او سلوك ابداعي في المنظمة يساعد على استمرارية عملية الابداع، ويمكن ان تركز على ثلاث مجموعات من التفاعلات الاجتماعية من اعضاء المنظمة المشاركون في عملية الابداع التنظيمي:
- مشاركة المبدعين في مختلف مبادرات الابداع في مراحل العملية.
 - المبدعون العالون وجدوا اشتراك في مبادرات الابداع المختلفة.
 - المبدعون وغير المبدعون (يتبنون) التفاعل ضمن نفس السياق التنظيمي.
- ويذكر منصور والخفاجي ان هناك نوعان من الابداع (الابداع التكنولوجي والابداع الاداري)¹.

المطلب الثاني: المسؤولية الاجتماعية social responsibility:

- إن المتبع لمفهوم المسؤولية الاجتماعية يستطيع ان يلمس تغيرات مهمة واضافات نوعية أدت الى اثرها هذا المفهوم عبر الزمن، وإن وضع حد فاصل بين فترات زمنية لغرض تأثير مراحل دقيقة لتطور المفهوم غير ممكن وذلك لتداول الاحداث وتأثيراتها المتبادلة وبالتالي فإن محاولتنا لتتبع نضوج مفهوم المسؤولية الاجتماعية على ما عليه اليوم هو رصد لأبرز حالات الانتقال بالمفهوم من الحالة الآنية العملية الى الاستجابة الاستراتيجية ومن الجزئية الضيقة الى الشمولية الواسعة².
- ويرى tari ان المسؤولية الاجتماعية تمثل فلسفة مجموعة من الممارسات لمسؤولي الادارة والتي لها التأثير الايجابي على جودة منتجات المنظمة، وتعبر عن السلوك والقيم الشخصية لمدير الاعمال والتي هي بمثابة المعتقدات والاتجاهات التي تقودهم لتكوين قاعدة او إطار لما يحملون من معلومات واعتماد السلوك الذي ينتهجونه.
- ولقد اشار كل من alshiel-alawandech: ان المسؤولية الاجتماعية هي تعهد والتزام رجال الاعمال في مواصلة السياسات لصنع القرارات ومعالجة الحالات المرغوبة وتحقيق الاهداف والقيم لعموم المجتمع،

¹: يوسف حجيم الطائي، وآخرون، مرجع سابق، ص 18.

²: يوسف حجيم الطائي، وآخرون، مرجع سابق، ص 19.

- وليس فقط التركيز على تعظيم الارباح عهدف وحيد للمنظمة وان يكون العمل نابعا من الالتزام المعنوي والاخلاقي لصانعي القرارات في الادارة المنظمة¹.
- ويذكر arsoy et al: ان الاهتمام المتزايد العديد من الباحثين في المسؤولية الاجتماعية في الادب الأكاديمي يؤكدون وجود صلة بين المسؤولية الاجتماعية للمنظمات وادارة سمعة المنظمة، عموما فإنها تمثل استجابة المنظمة لاحتياجات اصحاب المصالح فيها.
- ويضيف hristea: ان مفهوم المسؤولية الاجتماعية يشير الى مساهمة المنظمة في تطور المجتمع الحديث، وهي وسيلة للتنمية المستدامة والتي من خلالها تستطيع المنظمة ان تجمع بين الاهتمامات الاجتماعية والاقتصادية والبيئية والثقافية الخاصة في اتخاذ القرارات ووضع الاستراتيجيات والانشطة بطريقة مسؤولة وشفافة، وبالتالي فإنها تمثل وسيلة لارساء ممارسات مثالية لخلق ثروة وتحسين مستوى التنمية المستدامة للمجتمع².
- ويرى unden: ان اهمية المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات تزايدت بسبب ازدياد اهمية الاصول غير الملموسة مثل سمعة المؤسسة، ويسلم مجتمع الاعمال التجارية بأن السمعة تشكل اصلا قيما حيث تؤثر على علاقة المؤسسة بعملائها وموظفيها مستثمريها، ولا بد ان يضع المديرون في اعتبارهم ان اي سوء تصرف في اي مكان في العالم يمكن ان ينتقل صدها الى جميع انحاء العالم، وبالتالي يؤثر على مبيعات مؤسستهم وحصتها في السوق ودورات الموظفين ووصولها على رؤوس الاموال وتقييم السوق لها، ولذلك كان من الاهمية بإمكان تقييم تعرض السمعة للخطر وادارتها حيث ان السمعة الحسنة يسهل تلويثها وتصعب استعادتها³.

المطلب الثالث: جودة الخدمة service quality:

للخدمة ثقافتها المتمثلة بأساليب ابتكارها وتكوينها وتصميمها ومتابعتها، كما ان مزود الخدمة او مقدمها استراتيجيات وآليات تستهدف بالدرجة الاساس ارضاء المنتفعين من خلال إضفاء قيم الخدمة التي تتسم بدرجة عالية من اللاملموسية، ولهذا فإن الخدمة تمثل النشاطات غير الملموسة والتي تحقق منفعة للزبون⁴، في البيئة المضطربة وارتفاع ذروة المنافسة بين منظمات الاعمال، سواء كانت المنظمات تنتج سلعا أو تقدم خدمات، ومع دخول المنظمات الى الاسواق العالمية في جميع انحاء العالم اصبحت عملية اختيار السلعة او الخدمة أكثر اتساعا بالنسبة للزبون مما دعا المنظمات الى الاهتمام وزيادة جودة منتجاتها، والعمل على ممارسة الاعمال التي تسمح

¹: هاتف الفتلاوي، المرجع السابق، ص 26.

²: يوسف حجيم الطائي، وآخرون، المرجع السابق، ص 19.

³: شافية قربي، حمودي حاج صحراوي، المرجع السابق، ص 125.

⁴: يوسف حجيم الطائي، وآخرون، المرجع السابق، ص 19.

للمنظمة لتصميم المنتجات التي تلي او تتجاوز احتياجات الزبائن وبناء العمليات التشغيلية التي تحقق مستويات عالية من الاداء والجودة.

- يضيف hueu-fang : إن جودة الخدمة تعني درجة تلبية الخدمة لاحتياجات الزبائن وعموما ان رضا الزبون يعني المزيد من التصور عن جودة الخدمة¹.
- ويرى ahmad-asif: انه لا يوجد اجماع في الادبيات بين الباحثين بشأن خدمة ذات جودة موحدة الابعاد، فتختلف تبعا لثقافة التركيبة السكانية والجغرافية للمنظمة، وان ظاهرة جودة الخدمة مؤشر على مهم لرضا الزبائن وتعرف على انها مدى قلبية الخدمة لاحتياجات الزبائن².

المبحث الثالث: بناء سمعة المنظمة:

- تسعى المنظمات لبناء سمعتها على الصعيد الداخلي والخارجي، ويتوجب ذلك اتباع مجموعة من الخطوات التي من شأنها المساس بأنشطة وعمليات المنظمة المختلفة فيها والسعي الى نشر ثقافة لذلك، فضلا عن مجموعة من الجهود المبذولة لتعزيز العلاقات مع اصحاب المصالح.
- وأشار Harrison: الى مجموعة من الخطوات التي يجب ان تتبعها المنظمة لبناء السمعة المرغوبة التي تتمثل في الآتي:
 1. معرفة أولوية وأهمية اصحاب المصلحة بالنسبة للمنظمة وماهي تفضيلاتهم من خلال اجراء البحوث المستقصية حول اصحاب المصالح بغية معرفة المزيد من اعمالهم وانشطتهم .
 2. تحديد العوامل الرئيسية التي تمس سمعة المنظمة بشكل مباشر، من خلا التعرف بشكل أفضل على اصحاب المصالح نتيجة للبحوث التي قام ويكون دور المنظمة هو دعم وزيادة الاهتمام بهذه العوامل، ووضع السياسات والبرامج الكفيلة بتطويرها، مما ينتج عن ذلك اعادة ترتيب اولويات المنظمة من حيث العمليات والسلوكيات.
 3. الاهتمام بأصحاب المصالح وتوقعاتهم التي جرى معرفتها ثم العمل على صياغة الاستراتيجيات لردم الفجوات الحاصلة في توقعاتهم.
 4. مشاركة المدير التنفيذي (CEO) في العملية ومتابعتها خطوة بخطوة باعتبارها الركيزة الاساسية في بناء سمعة المنظمة.
 5. قياس الاهداف التي تسعى المنظمة الى تحقيقها وتحسين النتائج التي تم الحصول عليها والعمل على مراقبتها باستمرار.

¹: هاتف الفتلاوي، المرجع السابق، ص 27.

²: يوسف حجيم الطائي وآخرون، المرجع السابق، ص 19.

وأضاف shamma : ان بناء سمعة المنظمة يستند الى مجموعة من العوامل والمصادر المباشرة التي تعتمد بالدرجة الاساس على اصحاب المصلحة وعلى خبراتهم المتنوعة من حيث تعاملهم مع المنظمة، وكذلك على مجموعة من المصادر والعوامل الغير مباشرة التي تشكل تصورات اصحاب المصالح حول سمعة المنظمة وهي: سلوك الموظفين، عمليات الاتصال، خبرات الافراد في المنظمة، وسائل الاعلام المتعلقة بالمنظمة، المنافسين، الدعاية، الاعلان. في حين ركز fombrun: على سن مصادر اساسية تدخل في بناء سمعة المنظمة وهي: المعلومات الواردة من المنظمة، مراجعة البيانات، تحليل الاستثمار، الدعاية والاعلان، العلامة التجارية، صورة (الاجتمع، العاملين، الزبائن) حول المنظمة¹.

المبحث الرابع: مقاييس السمعة:

السمعة هي اداة يمكن استخدامها للتنافس فهي تتطلب ان يكون الاداء ممتاز باستمرار لاكتساب السمعة المطلوبة وبالتالي فهي تشكل حافزا على الاداء الدقيق على جميع المستويات في المنظمة، والمقياس الاكثر شهرة لسمعة المنظمة حسب تصنيف مجلة فورتشن السنوية هو (المنظمة الاكثر إثارة للإعجاب) ويستند هذا المقياس على نموذج للسمعة يتكون من ثمانية عناصر هي: (الابداع، ادارة الافراد واستخدام اصول المنظمات، المسؤولية الاجتماعية، جودة الادارة، الوضع المالي، الاستثمارات طويلة الاجل، وجودة المنتج او الخدمة التي تقدمها المنظمة.

كما اشار العديد من العلماء والباحثين لمقاييس السمعة في المنظمات وتمحورت في معظمها حول الانطباع والشعور الذي يشعر به جمهور المنظمة والمساهمين وهي تتركز حول النداء العاطفي والرؤية والقيادة والاداء المالي وبيئة العمل والمسؤولية الاجتماعية والمنتجات والخدمات ومن اوائك الباحثين الذين اشار الى اربعة عناصر لقياس سمعة المنظمة وتلك العناصر هي الاعجاب، الاحترام، الثقة والموثوقية.

كما اشار barron and rolfe: الى عناصر خمسة ابعاد لقياس السمعة وهي: الاعجاب، الثقة، الموثوقية، الرضا والمسؤولية الاجتماعية.

الرضا يعرف على انه: مستوى من احساس الفرد الناتج عن المقارنة بين الاداء المدرك وتوقعاته.

كما عرف kotler: الرضا على انه دلالة على الاداء المدرك والمتوقع من قبل الزبون ففي حالة عجز الاداء عن المتوقع فإن الزبون يكون في حالة عدم السرور او الاستياء وفي حالة تطابق الاداء مع المتوقع فان الزبون

¹: عراك عبود عمير، احمد ضياء الدين صلاح الدين، انعكاس ادارة علاقات الزبون في تعزيز سمعة المنظمة، دراسة استطلاعية لعينة من المصارف العراقية الخاصة في مدينة بغداد، 2017، ص ص 63-64.

سيشعر بالسعادة والرضا، أما في الحالة التي يتجاوز فيها الاداء ما هو متوقع من قبل الزبون، فإن الزبون يتحول من الرضا الى الولاء للمنظمة، وسيرتبط ارتباطا وثيقا بها، وهي الحالة التي تبحث عنها المنظمات...¹

إن سمعة المنظمة يمكن قياسها في ضوء ما يأتي حسب (Ponzi et al):

المطلب الأول: الاعجاب والاحترام: الذي يمنحه الاشخاص للمنظمة والذي ينعكس من خلال انشطتها الجيدة في مجال تقديمها المنتجات والخدمات بالجودة العالية، فضلا عن ممارساتها الأخلاقية الرائعة.

المطلب الثاني: الثقة بالمنظمة: تستطيع المنظمة كسب ثقة الآخرين عندما تتفوق على منافسيها في مجال خدمة زبائنها ومجتمعها المحلي من خلال انظمتها وعملياتها وبرامجها وسياستها المتطورة، كما ان المنظمات التي تمتلك سجلا تاريخيا مملوء بالتجارب الناجحة والشفافية والصدق والاتصالات المؤثرة مع كل الاطراف ستكون موضع لكل الاطراف والمجتمع بشكل عام.

المطلب الثالث: الشعور الجيد عن المنظمة: تتبع الشاعر الجيدة اتجاه المنظمة من خلال قدرتها على خلق الجودة العالية في الادارة والاداء والعاملين وبرهنتها تحقيق المنافع المثالية لأصحاب المصلحة والمجتمع ككل.

المطلب الرابع: الشعور بأن المنظمة تملك سمعة كلية جيدة: يمكن للمنظمة ان تخلق شعورا قويا عن سمعتها الايجابية الشاملة لدى الآخرين من خلال ممارساتها ومساهماتها الفاعلة في تحقيق الرفاهية الشاملة للمجتمع الذي تعمل فيه، وخلقها الصورة الايجابية في مجال قيادتها للأعمال التي تنفذها.²

المبحث الخامس: مجالات السمعة:

لسمعة المنظمة مجالات متعددة التي تختلف ما بين المجموعات المختلفة من الجمهور والمساهمين ومن تلك المجالات: **المطلب الأول: السمعة مركب من التقييم الكلي:** من قبل مجموعات من افراد المؤسسة الذي يتماشى جنبا الى جنب مع خصائص ومميزات hamori.

المطلب الثاني: السمعة المميزة على المنافسة: تعتمد بشكل ناجح في السوق وتحقيق صورة ايجابية ومشركة وبناء ثقافة عمل اخلاقية والتواصل بشكل واسع مع مختلف المساهمين fombrun.

المطلب الثالث: السمعة محتويين: هما الانسجام وجودة المنتجات المقدمة (mac millan et al).

¹: إيمان سمير عودة، العلاقة التأثيرية بين جودة الخدمات الالكترونية وسمعة الجامعات، دراسة على عينة من الجامعات الخاصة الاردنية، جامعة الشرق الاوسط، 2012، رسالة ماجستير(رسالة جامعية منشورة)، ص ص 39-40.

² صباح حسين زيادي، دور المسؤولية الاجتماعية في تعزيز السمعة التنظيمية المدركة (دراسة تحليلية لآراء القيادات الجامعية في عينة من كليات الجامعات القادسية)، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية، جامعة القادسية العدد 1، 20.

وترى الباحثة ان المنظمة ذات السمعة الجيدة هي تلك المنظمة التي تتمتع بشهرة من خلال جودة خدماتها او منتجاتها ومسؤولياتها اتجاه مجتمعها العاملين لديها، وتلك الخصائص يجري تناولها من قبل الجمهور والمساهمين وكافة المتعاملين مع المنظمة.¹

المبحث السادس: نماذج السمعة:

طور الباحثون عددا من النماذج التي يمكن اعتمادها لقياس السمعة هي marta carrioi.

المطلب الأول: نموذج المنظمات الاكثر اعجابا في الولايات المتحدة الامريكية (amac): يستند هذا النموذج الى اجراء تقييم ل (500) من اكبر الشركات الامريكية على اساس النتائج المالية، الاداء الافضل ، ومعدل الدوران من قبل عينة من التنفيذيين والمدراء والمحللين الماليين في كل قطاع من القطاعات المشمولة بالتقييم لاعطاء تقييمهم لتلك الشركات على وفق مقياس تتراوح درجاته بين (1-10) بالاستناد الى 8 سمات هي (الابداع، وجودة الادارة والاستثمار طويل الاجل، المسؤولية الاجتماعية، وادارة الموارد البشرية وجودة المنتجات والخدمات والاداء المالي، واستعمال موجودات المنظمة).

المطلب الثاني: نموذج المنظمات الاكثر اعجابا في العالم (wmac): تم تطوير هذا النموذج عام (1997) ليشمل اكبر عدد من الشركات الاكثر اعجابا على مستوى العالم بلغ عددها (1500) شركة منها (1000) شركة رائدة في امريكا الشمالية و 500 شركة على المستوى الدولي توزعت على 55 قطاعا في 33 بلدا من بلدان العالم وشملت عينها مدراء وتنفيذيين ومحليين ماليين للتعرف على وجهات نظرهم حول افضل الممارسات التي تحدد سمعة المنظمات واستند التقييم الى السمات التي تم الاشارة اليها في النموذج السابق مع اضافة سمة اخرى هي فاعلية المنظمة على المستوى الدولي.

المطلب الثالث: نموذج حاصل سمعة المنظمة (crq): طور هذا النموذج من قبل معهد السمعة بالتعاون مع مؤسسة harris interactive عام 1998 للتغلب على اوجه القصور في النماذج السابقة لعدم تمثيلها الكافي لأصحاب المصلحة ويتضمن هذا النموذج اجراء استطلاع رأي لعموم المجتمع للتعرف على الشركات المرغوبة والاكثر احتراما من قبل الافراد والاسباب الكائنة وراء ذلك.

المطلب الرابع: نموذج reptrak tm pulse: إن الدراسة المعمقة لأغلب النماذج الخاصة بقياس السمعة تشير الى ان تلك النماذج تركز على العوامل او المحددات التي تؤثر على سمعة المنظمات ولهذا السبب حاول (reputation institute) تطوير مقياس شعوري (emotion-based-measure) للسمعة يفصل بين موجهات السمعة (reputation drivers) والمقياس نفسه اطلق عليه تسمية reptrak tm.

إن النموذج المذكور يحقق العديد من المزايا بالمقارنة مع النماذج الاخرى (ponwi et al).

¹ إيمان سميرة عودة، المرجع السابق ص32-33.

- إمكانية استعماله جنبا الى جنب مع المقاييس الاخرى.
- يمكن تقييسه واستعماله في ظل ثقافات متنوعة.
- إمكانية الحصول على بيانات ادراكية من عينة كبيرة من المشاركين.¹

خلاصة:

من خلال ما تطرقنا اليه في هذا الفصل نخلص الى ان السمعة كما يراها الجمهور لها اهمية في تحقيق اهدافها، والتي في مقدمتها ارضاء الجمهور الذي تقدم له منتجاتها وخدماتها لتحافظ عليه من جهة ولتكسب جمهورا اوسع من جهة اخرى، وايضا لتمكن من الصمود في وجه المنافسة، لذلك ينبغي على المؤسسة معرفة سمعتها التي يحملها عنها الجمهور، ومن ثم تعمل على تحسينها من خلال تغيير ما يحتاج التغيير وتعديل ما يحتاج التعديل.

¹ صباح حسين الزبيدي، المرجع السابق، ص ص18-19.

تمهيد:

أصبح الحديث عن التصنيفات العالمية للجامعات من المواضيع المهمة التي تمس الجامعات حيث تتنافس هذه الاخيرة في نشر أكبر عدد من الابحاث في مجالات علمية عالمية ذات سمعة عالمية، وهو أحد المعايير التي تحدد ترتيب الجامعة على مستوى العالم.

لذلك تقوم الجامعات بإجراء تقييم داخلي او خارجي من اجل الحفاظ على قدرتها التنافسية باعتبار ان التصنيفات العالمية تقوم بتقسيم الجامعات من حيث نقاط القوة والضعف وهذا ما يدفع بالجامعات ومراكز البحث الى السعي من تطوير مناهجها العلمية بالاعتماد على معايير ومؤشرات تصنيف الجامعات العالمية لتكون في الصدارة ضمن هذه المؤسسات العالمية.

وللتعمق أكثر في هذا الموضوع سنتطرق في هذا الفصل الى المؤسسات العالمية لتصنيفات الجامعات

ومعاييرها:

المبحث الأول، تعريف التصنيفات العالمية للجامعات، المبحث الثاني أهمية التصنيفات العالمية للجامعات، المبحث الثالث أبرز التصنيفات العالمية للجامعات، والمبحث الرابع أسباب غياب الجامعة الجزائرية عن أبرز التصنيفات العالمية.

المبحث الأول: تعريف تصنيف الجامعات

تعود بداية ظهور التصنيفات الى بداية القرن 19 من قبل Havelock ellis و alick maclean، أين تم تصنيف الجامعات حسب أفضل الشخصيات التي تخرجها وكان ذلك سنة 1900، وفي سنة 1904 قام havelock ellis بإعداد قائمة بأسماء الجامعات مرتبة حسب عدد العابرة في كل جامعة، كما عرفت الفترة 1959-2000 العديد من التصنيفات للجامعات ركزت في مجملها على سمعة الجامعة بدلا من الاصل الأكاديمي.

في حين يعرف التصنيف في إطار التعليم الجامعي بأنه طريقة لجمع المعلومات لتقويم الجامعات والبرامج والبحث والنشاطات العلمية لتوفير التوجيه لجامعات مستهدفة مثل الطلبة الذين يريدون الالتحاق بالجامعة او الطلبة الذين يريدون تغيير تخصصاتهم او جامعاتهم¹.

كما يعرف التصنيف الجامعي بأنه نظام ترتيب الجامعات من حيث المستوى الأكاديمي، والعلمي والادبي وهذا الترتيب يعتمد على مجموعة من الاحصاءات او الاستيانات التي توزع على الدارسين والاساتذة، وغيرهم من الخبراء والمحكمين او تقييم الموقع الالكتروني او غير ذلك من المعايير².

بلا شك ان التصنيف القائم على قوانين ومعايير محددة دون اجتلاب لمصالح مادية او غيرها، والجامعات في الوقت الحالي تسعى الى تحقيق التميز وتطوير تحسين مستوى المخرجات وإذا كان بينهما تباين كبير، وتتمثل أهمية التصنيفات العالمية للجامعات في إثراء انتاج البحث العلمي في مختلف المجالات العلمية والتركيز على نوعية خريجي الجامعات ومستوياتهم العلمية وزيادة المساهمات التي تقدمها الجامعات للمعارف الحديثة، وحضور الجامعات على شبكة المعلومات الدولية وزيادة قدرتها على استخدام تقنية المعلومات والانترنت والمشاركة في عملية الاصلاح والتطوير³.

المبحث الثاني: أهمية التصنيف العالمي للجامعات:

بلا شك أن التصنيف القائم على قوانين ومعايير محددة دون اجتلاب لمصالح مادية او غيرها، والجامعات في الوقت الحالي تسعى الى تحقيق التميز وتطوير تحسين مستوى المخرجات وإذا كان بينهما تباين كبير، وتتمثل أهمية التصنيفات العالمية للجامعات في إثراء انتاج البحث العلمي في مختلف المجالات العلمية والتركيز على نوعية خريجي الجامعات ومستوياتهم العلمية وزيادة المساهمات التي تقدمها الجامعات للمعارف الحديثة، وحضور

¹: محمد دهان، دلال بوعتروس، المرجع السابق، ص 175.

²: وفاء محمد عون، وآخرون، المرجع السابق، ص 257.

³: د/ نجوى المفوز، نشرة تقييمية داخلية تصدرتها وكالة التطوير والجودة بالكلية الجامعية بأملج، سلسلة ثقافة الجودة، العدد3، 2017.

الجامعات على شبكة المعلومات الدولية وزيادة قدرتها على استخدام تقنية المعلومات والانترنت والمشاركة في عملية الاصلاح والتطوير¹.

المبحث الثالث: أبرز التصنيفات العالمية للجامعات

المطلب الأول: تصنيف شنغهاي (ARWU) changhai jiao tong

تصنيف جامعة جيا وجونغ شنغهاي الصينية التي تأسست عام 1949، وتقع في مدينة شنغهاي الصينية كونها أكبر مركز تجاري وصناعي في الصين، وتضم هذه الجامعة 34 كلية تعطي درجة البكالوريوس و22 كلية من الدرجة الثانية يدرس فيها أكثر من 1100 من باحثي الماجستير والدكتوراه وأكثر من 6 آلاف طالب في الدراسة الجامعية الاولية وأكثر من ألف من طلبة التدريس المهني ونحو 1400 طالب أجنبي من مختلف دول العالم².

والهدف الاساسي لهذا التصنيف هو تحديد مكانة الجامعات الصينية قصد العمل على تضيق الفجوة بينها وبين ما يسمى جامعات النخبة العالمية³.

معايير تصنيف جامعة جيا وتونغ شنغهاي:

يمكن تلخيص أربعة معايير رئيسية لتصنيف شنغهاي لكل منها كما يلي في الجدول التالي وذلك حسب المعيار والوصف والنسبة⁴.

النسبة	الوصف	المعيار
10%	الخريجين الفائزين بجائزة نوبل أو جوائز فيلدز للرياضيات	جودة التعليم
20%	أعضاء هيئة التدريس الفائزين بجائزة نوبل أو جوائز فيلدز للرياضيات	نوعية أعضاء هيئة التدريس
20%	كثرة الرجوع او الاستشهاد بأبحاثهم	مخرجات
20%	الأبحاث المنشورة في أفضل مجلات الطبيعة والعلوم	البحث العلمي
20%	الأبحاث المذكورة في كشاف العلوم الاجتماعية والكشاف المرجعي للعلوم الموسع	حجم الجامعة
10%	أداء الجامعة بالنسبة لحجمها	

¹: د/ نجوى المفوز، المرجع السابق.

²: أ. حيدر نعمة بخيت، التصنيفات العالمية للجامعات وموقع الجامعات العربية والعراقية منها، ص ص10-11.

³: دلال بوعتروس، محمد دهان، المرجع السابق، ص 175.

⁴: إسراء محمد احمد مصطفى، المرجع السابق.

أهم الانتقادات الموجهة لهذا التصنيف:

بالرغم من أهمية تصنيف شنغهاي إلا انه وجهت له عدد من الانتقادات منها:

- 1- ان معايير ذلك التصنيف تعتمد بدرجة كبيرة على مراجعة المقالات والابحاث باللغة الانجليزية، وهذا لا يصلح لتقوم كل انواع الابحاث، كذلك فإنه في مجال العلوم الانسانية لا يزال نشر الابحاث العلمية يتم بشكل اساسي باللغة الام فضلا عن ان النشر يتم غالبا عن طريق الكتب او رسائل الدكتوراه وليس نشرًا لأبحاث في المجلات الانجليزية المحكمة وهو الامر الذي لا يقوم تصنيف شنغهاي وغيره من التصنيفات بقياسه.
- 2- ومن الثغرات المنهجية ايضا في تصنيف شنغهاي اعطاؤه ثقلا لمسألة حصول خريجي جامعة ما على جائزة نوبل، ولكن يستثنى من ذلك الفائزون الحاصلون على جائزة نوبل في الادب أو السلام، أو حتى جوائز محلية.
- 3- فضلا عما اشارت اليه بعض الدراسات من ان هناك اعتماد كبير بنسبة 30% على الانجازات الفردية (10% للخرجين 20% لأعضاء هيئة التدريس الذين نالوا جوائز نوبل وأوسمة فيلدز، وعند قياس الجودة الاكاديمية في الجامعة فإن استخدام الفائزين في السنوات الماضية كمقياس لجودة الفترة الحالية أمر مشكوك فيه¹.

المطلب الثاني: تصنيف ويبو متركس: webometrics

ويقوم على اعداد هذا التصنيف معمل cyber metrics lab.cchs و هو وحدة في المركز الوطني للبحوث national research council,csic بمدريد في اسبانيا، ويعرف بتصنيف الوبومتريكين web.metrics ranking of world universités بدأ هذا التصنيف سنة 2004 بتصنيف 16000 جامعة، وبلغ 25000 في 2015².

- الهدف من هذا التصنيف ليس تقييم المواقع الالكترونية للجامعات، كيفية تصميمها، استخدامها او مدى رواجها من خلال عدد المتصفحين لمواقعها، لكنه يهدف الى تعزيز النشر العلمي الالكتروني من خلال مواقع الجامعات، هذه الاخيرة تتيح التبادل والمشاركة الثقافية بين مختلف الدول.
- وتعد مؤشرات شبكة الانترنت عبارة عن تقييم عميق للأداء العام للجامعة مع الاخذ بعين الاعتبار مختلف انشطتها، مخرجاتها وتأثيراتها، حيث يسعى هذا التصنيف الى تحفيز المؤسسات الجامعية والباحثين وذلك من خلال الرفع من الحجم، وجودة ما ينشرونه من مضمون علمي على شبكة الانترنت وجعله متاحا.

¹: سهير محمد حوالة، سارة عبد المولى المتولي، المرجع السابق، ص ص 6-7.

²: غازي محمد راتب عصاصة، وآخرون، المرجع السابق.

منهجية التقييم والمعايير المعتمدة:

- مخبر **cybermetrics** يستخدم طرف كمية يسمح بقياس النشاط العلمي للجامعات على شبكة الانترنت، وذلك فهو مكمل للنتائج التي يحصل عليها باستعمال مناهج القياس البيولوجرافي للمخرجات العلمية¹.

- ويتم عمل هذا التصنيف في الشهر الأول والسابع من كل سنة ميلادية، ويعتمد على قياس أداء الجامعات من خلال موقعها الالكتروني ضمن المعايير التالية:²

1-حجم الموقع presence: وهو عدد الصفحات داخل المواقع، وكذلك النطاقات الفرعية، ويعتمد في قياسها على محركات البحث مثل: yahoo / google وهي ذات نسبة 20%.

2-الملفات الغنية openness: تعني عدد الملفات القيمة والمفيدة داخل الموقع، وذلك بعد تقييم اهميتها بالنسبة للأنشطة الاكاديمية، والنشر (يتم حساب عدد الملفات بأنواعها المختلفة بالصيغ التالية: (ps). (pdf) (pp). (doc) ويمكن استخراج المعلومات آليا عن طريق محركات البحث المعقدة والمشار اليها للوزن النسبي يقدر ب 15%³.

3-معيار البحث excellence: حيث يتم حساب عدد الابحاث، المنشورة الكترونيا تحت نطاق موقع الجامعة (المجالات الدولية مدى توفر التقارير لها)

4-الرؤية والتأثير للموقع: عدد الروابط الخارجية التي تم الرجوع اليها على تأثير موقع الجامعة، والتي يتم رصدها من خلال محركات البحث الاربعة (جوجل، ياهو، أليكسا، ولايف)، ويقدر الوزن النسبي بهذا المعيار ب 50%⁴.

أهم الانتقادات الموجهة لتصنيف ويومتركس:

وجه للتصنيف عدة انتقادات منها:

- اقتصاره على جانب ضيق في تصنيف الجامعات وهو النشر الالكتروني، إذ لا يكفي حصر الانجازات العلمية للجامعة في المنشورات فقط.

¹: محمد دهان، دلال بوعتروس، المرجع السابق، ص 176.

²: إسراء محمد احمد مصطفى، المرجع السابق.

³: نجوى المفوز، المرجع السابق.

⁴: غازي محمد راتب عصاصة، المرجع السابق.

- كثرة المادة العلمية المنشورة لا تعني بالضرورة جودتها، إذ تلجأ بعض الجامعات الى تكثيف النشر في مواقعها دون مراعاة أصالة المادة العلمية المنشورة مما يقلل من مصداقية التصنيف¹.

المطلب الثالث: تصنيف تايمز للتعليم العالي: the times higher education:

تصدر مجلة التايمز للتعليم العالي the times higher education التابعة لمؤسسة التايمز البريطانية تصنيفاً سنوياً لجامعات العالم the world university، وكان اول اصدار لها في عام 2004 بالشراكة مع quacquarelli synonds التعليمية في لندن، وقد استمرت الشراكة حتى عام 2009 ثم انفصلت الشراكة بينهما لتصدر كل مؤسسة تصنيفها العالمي للجامعات بشكل خاص، ومنذ عام 2010 تصدر مؤسسة التايمز تصنيفها السنوي بشراكة جديدة مع وكالة الانباء العالمية thomson reuters².

يعد أحد أكثر التصنيفات موضوعية على مستوى العالم، وهو تصنيف سنوي تقوم به مجلة التايمز البريطانية لتحديد أفضل الجامعات على مستوى العالم، حيث وضعت شروطاً تمكن الجامعات ذات الطابع البحثي دخول التصنيف.

شمل التصنيف خلال سنة 2019، 86 دولة وتضمن 1258 جامعة حول العالم، تم تصنيفها ترتيباً لأفضل 200 جامعة، ثم تصنيف الباقي الى مجموعات من 50 او 100 جامعة³.

¹: سهير محمد حوالة، سارة عبد المولى المتولي، المرجع السابق.

²: وفاء محمد عون، وآخرون، المرجع السابق، ص 258.

³: www.arageek.com، 16ماي 2019، 12:36.

مؤشرات تصنيف تايمز للتعليم العالي: the world university ranking 2014

الوزن الوظيفي	المؤشرات	المعيار
30%	<ul style="list-style-type: none"> - رأي الخبراء واللجنة التقييمية في عملية التدريس. - حساب نسبة الطلبة الى اعضاء هيئة التدريس. - نسبة شهادات الدكتوراه الى البكالوريوس فكلما كان للجامعة كثافة في طلبة الدكتوراه يعكس ذلك ان الجامعة مجتمع نشط للدراسات العليا. - دخل المؤسسة مقارنة بالهيئة التدريسية. 	التعليم الجامعي والبيئة المحيطة
30%	<ul style="list-style-type: none"> - سمعة الجامعة بين نظيراتها ومدى تميز بحوثها ويتم قياسها عن طريق استبيانات. - إنتاجية البحوث ويتم حسابها عن طريق مقارنة حجم البحوث المنشورة والهيئة التدريسية للجامعة. - العائد المادي من البحوث. 	البحث العلمي
30%	<ul style="list-style-type: none"> - يعكس هذا المؤشر مساهمة الجامعة في نشر المعرفة، ويتم قياسه من خلال معرفة عدد المرات التي يشار فيها الى عمل منشور من قبل الجامعة على المستوى العالمي بالاستعانة بقواعد بيانات ويب تومسن رويترز التي تشمل جميع العلوم والمجلات المفهرسة. 	تأثير البحث العلمي للجامعة
2,5%	<ul style="list-style-type: none"> - الابتكار والاختراعات التي تقدمها الجامعة للصناعة. - مقدار الدخل الذي يعود على الجامعة من البحوث التي تقدمها للصناعة. 	المردود المادي من الصناعة
7,5%	<ul style="list-style-type: none"> - نسبة أعضاء هيئة التدريس الأجانب في مقابل أعضاء هيئة التدريس المحليين. - نسبة الطلبة الأجانب والمحليين. - إجمالي المنشورات البحثية للجامعة والتي حصلت على جوائز او مكافآت دولية. 	الحضور الدولي للجامعة

أهم الانتقادات الموجهة للتصنيف:

على الرغم من الجهود الذي قامت به مؤسسة تايمز للتعليم العالي لتقديم تصنيف أكثر موضوعية حيث حاولت تضمين الوظائف الرئيسية للجامعة من بحث علمي وتعليم وخدمة مجتمع، إلا انه وجدت به عدد من المشكلات منها وجود علامات استفهام حول المنهجية المستخدمة نحصر عدد المقالات المنشورة والشهادات الممنوحة.

إمكانية قيام بعض الجامعات بالتلاعب بالبيانات بطرق مختلفة منها التلاعب بميزانيات الجامعة من اجل إثبات أن كلفة تعليم الفرد في الجامعة عالية، أو أن الدخل الذي حصلته الجامعة مقابل جهدها البحثي عال، أيضا

تقوم بعض الجامعات بتوظيف خريجها بشكل مؤقت وبدوام نسبي بهدف رفع نسبة الخريجين الحاصلين على عمل من اجل مستواها في التصنيف¹.

المبحث الرابع: أسباب غياب الجامعة الجزائرية في أبرز التصنيفات العالمية:

المطلب الأول: أسباب ترجع إلى خصوصية الجامعة الجزائرية:

يتميز التعليم العالمي في الجزائر بديمقراطية ومجانية التعليم، الأمر الذي كان سببا في زيادة الطلب الاجتماعي عليه وزيادة عدد الطلبة المقبلين على الجامعة، بالإضافة إلى تمويل هذا القطاع من قبل الدولة، كل هذه الخصوصيات التي تميزه تجعله يختلف نوعا ما عن التعلم العالي في بقية الدول خاصة المتقدمة منها، ويمكن إرجاع أهم أسباب غياب الجامعة الجزائرية عن التصنيفات العالمية حسب الخصوصيات السابقة إلى:

1-نسبة التأطير:

على الرغم من التطور الكمي في عدد الأساتذة في الجامعات الجزائرية إلا أن نسبة التأطير بقيت ضعيفة، إذ قدرت بأستاذ واحد لكل 27 طالب في سنة 2011، أما عن نسبة التأطير حسب الدرجة العلمية للأساتذة فكانت أستاذ التعليم العالي ب : 430,8 طالب، أستاذ محاضر لأجل 68,4 طالب وبالتقريب أستاذ مساعد واحد لكل 68,6 طالب وتبقى هذه المعدلات نسبة التأطير ضعيفة، ويرجع السبب إلى انخفاض معدل التأطير إلى:

- زيادة الطلب على التعليم العالي، مما نجم عنه زيادة عدد المتحقيين به، هذه الأخيرة لا تتناسب مع عدد المؤطرين.

¹: سهير محمد حوالة، سارة عبد المولى المتولي، المرجع السابق.

- هجرة الكفاءات وتأخر رجوع المكونين من الخارج.

- غياب الحوافز والظروف شبه السيئة التي يعيشها الأستاذ الجامعي.

2-انخفاض مستوى الانفاق على البحث العلمي:

خصصت الحكومة الجزائرية ميزانيات تصرف على البحث العلمي سواء لتكوين الإطارات البشرية أو لشراء واستيراد الأجهزة التقنية، لكن لا تزال الميزانية المخصصة للبحث العلمي جد ضعيفة كما هو الشأن بالنسبة لكل الدول العربية التي لا تتجاوز نسبة الانفاق في هذا القطاع وهي مجتمعة 0,2% من الناتج الإجمالي، وهو أقل بكثير من المعدل العالمي المقدر بـ 11,4% .

3-نقص عدد مراكز البحث:

هناك العديد من المراكز البحثية التي تقوم بالبحث العلمي إلى جانب الجامعات والتي قدر عددها بأكثر من 15 مركزا بحثيا تمارس نشاطات البحث العلمي والتطور التكنولوجي، كما أن هناك ما يقارب 2000 مشروع للبحث والتطوير معتمدة منها 380 مشروع ممول من طرف الصندوق الوطني للبحث العلمي والتكنولوجي.

4-نقص عدد الباحثين:

تعاني الجامعة الجزائرية من نقص كبير في عدد الباحثين فحسب احصائيات 2004 فقدر عدد الباحثين الناشطين في الهيئات الخاصة للبحث العلمي 4750 باحث، وحتى إن اعتبرنا أن كل أستاذ جامعي هو باحث بصفة آلية ومع احتساب 1000 باحث موجودين خارج قطاع التعليم العالي، فإن الرقم الناتج هو 156 باحث لكل 1000000 ساكن، أما في الدول المتقدمة فإن عدد الباحثين يقارب باحث واحد لكل 1000 ساكن.

5-هجرة الكفاءات:

جاء عن اللجنة الاقتصادية لإفريقيا فإن الجزائر تعاني من هجرة الباحثين والكفاءات، وذلك راجع إلى نقص الإمكانيات المالية اللازمة للبحث العلمي وعدم توفر أماكن مناسبة للبحث العلمي والمرتبات غير المجزية.²

6-غياب القطاعات التي تمول النشاط البحثي:

في الجزائر يتم تمويل البحث العلمي عن طريق الوزارات أو الصندوق الوطني للبحث العلمي والتطور التكنولوجي، أما بالنسبة للتمويل من خلال القطاعات التنموية والتمويل الاجنبي فهو محدود وينحصر في عدد من الدول منها: مصر، تونس والأردن، وهو خلاف لها نجده في عديد من دول العالم.

¹: محمد دهان، دلال بوعتروس، المرجع السابق، ص ص 182-183.

²: محمد دهان، دلال بوعتروس، المرجع السابق، ص 183.

المطلب الثاني: أسباب ترجع للتصنيفات العالمية:

وهناك من يرجع: أسباب غياب الجامعات الجزائرية ضمن التصنيفات العالمية، حيث أن هذه التصنيفات تقوم بتقويم الجودة في التعليم العالي، ومن هذه الأسباب:

1-عدم شمولية التصنيفات:

تركز بعض التصنيفات على الجانب البحثي فقط، وذلك لسهولة قياسه، فتصنيف شنغهاي يعتمد في تقييمه على معايير تقوم أساسا على البحث فقط، كما أن المكانة المرموقة للجامعات البحثية تعتبر سببا في كون البحث أهم معيار في التصنيفات العالمية، وعدم اهتمام هذه التصنيفات العالمية بوظيفة التعليم التي تعتبر أهم الوظائف التي أقيمت من أجلها الجامعات، حيث أنه من الصعب قياس جودة التعليم والتعبير عنه بطرق كمية، لكن يمكن إدراج بعض المعايير فيما يخص معدل التأطير وعدد الأساتذة الحاصلين على شهادة الدكتوراه، وغيرها¹.

2-تجزير بعض التصنيفات:

هناك بعض التصنيفات العالمية للجامعات التي تستخدم اللغة الإنجليزية كلغة في التدريس والبحث العلمي، حيث يستخدم أكبر عدد من الدوريات العلمية في قواعد البيانات اللغة الإنجليزية.

3-عدم مصداقية بعض التصنيفات:

هناك بعض التصنيفات التي تعتمد في تقييمها لسمعة الجامعة على آراء مجموعة من الأكاديميين، كما يمكن أن يكون هناك تجزير في تقييمهم نحو جامعة معينة، كما أن الأخذ بآراء أرباب العمل أمر شكك فيه العديد من الخبراء.

4-الاعتماد على النشر الالكتروني:

بعض التصنيفات تقوم أساسا على النشر الالكتروني فقط، حيث أن هناك العديد من الجامعات التي لديها العديد من المنشورات لكن في شكلها الورقي والتي يجب أن تؤخذ بعين الاعتبار، وتعاني الجامعات الجزائرية مجموعة من التحديات فيما يتعلق بالنشر الالكتروني.

- الفجوة الهائلة من الشكل التقليدي والشكل الالكتروني، فما هو موجود في شكل الكتروني لا يمكن مقارنته بما هو موجود في المكتبات العربية.

- عدم وجود محرك بحثي عربي يجاري محركات البحث العالمية.

¹: محمد دهان، دلال يوغروس، المرجع السابق، ص 184.

5-الاعتماد على التحليل الكمي:

بعض التصنيفات العالمية تعتمد في تحليلها على معايير كمية فقط هذه الأخيرة تعكس لنا بيانات في شكل أرقام لكن لا يمكن اعتمادها وحدها لأنها تكون قاصرة في بعض الأحيان وغير كافية للحكم عن بعض المعايير والمؤشرات.

6-انحصار التصنيفات على عدد محدد من الجامعات في العالم:

حسب تقرير اليونيسكو لسنة 2013، فإن الجامعات ومؤسسات التعليم العالي في العالم يصل إلى 17 ألف مؤسسة جامعية، في حين أن هذه التصنيفات العالمية للجامعات اشتملت على 1% فقط من جامعات العالم وبذلك انحصر التنافس على قائمة محددة العدد فتصنيف شنغهاي يأخذ 2000 جامعة ويظهر في الترتيب سوى 500 جامعة، وتصنيف يرتب أكثر من 800 جامعة مختلفة¹.

¹: محمد دهان، دلال بوعتروس، المرجع السابق، ص ص 184-185.

خلاصة:

من خلال العرض السابق نستنتج ان التصنيفات العالمية للجامعات تعطي صورة واقعية عن المؤسسات التعليمية حيث يمكن القول بأن لها اهمية بالغة في تحسين القدرة التنافسية للجامعة وتمكينها من استقطاب الطالبة الجدد المنظمات المهتمة بالبحث كما انها تفتح المجال للجامعات لتصحيح اخطائها وتعبير مسارها الى الافضل من خلال الاستفادة من اداء الجامعات المناظرة وهذا ما يجب ان تفعله الجامعات الجزائرية في ايجاد حلول لمشاكلها من خلال تطبيق نظام وهيكلية جديدة يجعلها تدرج في المراتب الاولى ضمن هذه التصنيفات العالمية.

المبحث الأول: مظاهر وتجليات سمعة جامعة قلمة نحو محيطها الاجتماعي:

الجدول رقم 12: يمثل جامعة قلمة بالنسبة للمبحوثين

المجموع	دون جامعي		جامعي		المتغيرات
					الخيارات
7	02	ت	05	ت	مؤسسة تعليمية
17.5%	5%	%	12.50%	%	تنقيفية
12	03	ت	09	ت	مرحلة دراسية لا
30%	7.5%	%	22.50%	%	بد منها
21	09	ت	12	ت	بوابة نحو عالم
52.5%	22.5%	%	30%	%	الشغل
40	14	ت	26	ت	المجموع
100%	35%	%	65%	%	

يمثل الجدول أعلاه أهمية جامعة قلمة بالنسبة للفرد الجامعي ودون جامعي حيث نجد أن أعلى نسبة تحصل عليها خيار بوابة نحو عالم الشغل ب 30% ونسبة 22.5% من الذين يرون بأنها مرحلة دراسية لا بد منها وأدنى نسبة 12.5% من الذين يرون أن الجامعة مؤسسة تعليمية تنقيفية.

أما بالنسبة لدون جامعي فهم كذلك يرون أن الجامعة بوابة نحو عالم الشغل بنسبة 22.5% ونسبة 7.5% يرون أنها مرحلة دراسية لا بد منها ونسبة 5% في الأخير بالنسبة لخيار الجامعة مؤسسة تعليمية تنقيفية.

يتبين من خلال هذه النتائج أن الجامعي ودون الجامعي لهم نفس النظرة بالنسبة لأهمية الجامعة وهي أنهم يرونها بأنها بوابة نحو عالم الشغل وهذا راجع إلى اعتبار أنه لا يمكن لأي فرد الحصول على عمل إلا إذا كان حاملا لشهادة جامعية خاصة في ظل غلاء المعيشة والانسان يسعى للحصول على حياة رغيدة وهذا ما تحققه له الجامعة.

الجدول رقم 13: يمثل سمعة جامعة قلمة

المجموع	دون جامعي		جامعي		المتغيرات الخيارات
	7	4	ت	3	ت
17.5%	10%	%	7.5%	%	
30	8	ت	22	ت	ذات سمعة عادية
75%	20%	%	55%	%	
3	2	ت	1	ت	ذات سمعة سيئة
7.5%	5%	%	2.5%	%	
40	14	ت	26	ت	المجموع
100%	35%	%	65%	%	

البيانات الواردة في الجدول توضح أن نسبة 55% من الجامعيين يؤكدون على أن سمعة جامعة قلمة عادية ثم نسبة 7.5% من المبحوثين الذين يرون أنها ذات سمعة طيبة وفي الأخير 2.5% من الذين يرون أنها ذات سمعة سيئة.

كذلك نجد أعلى نسبة للمستوى دوم الجامعي يرون أن جامعة قلمة ذات سمعة عادية بنسبة 20% نسبة الذين يرون أنها ذات سمعة طيبة 10% في حين نجد نسبة الذين يرون أن سمعة الجامعة سيئة 5%، ومن خلال هذه النتائج نجد أن سمعة جامعة قلمة عادية لدى الجامعي ودون الجامعي وهذا راجع إلى تراجع اهتمام الدولة بالجامعة وكذلك ضعف المناهج التعليمية الجامعية.

الجدول رقم 14: يمثل سبب ازدهار سمعة جامعة قلمة

المجموع	دون جامعي		جامعي		المتغيرات
					الخيارات
0	0	ت	0	ت	الميزانيات الضخمة المخصصة للجامعة الجزائرية
0%	0%	%	0%	%	
5	3	ت	2	ت	اعتناء الجهات الوصية بالجامعة الجزائرية
12.5%	7.5%	%	5%	%	
2	1	ت	1	ت	المساهمة الفعالة للجامعة الجزائرية في النهضة العلمية للبلاد
5%	2.5%	%	2.5%	%	
7	4	ت	3	ت	المجموع
17.5%	10%	%	7.5%	%	

الجدول يبين الأسباب التي ساهمت في ازدهار سمعة جامعة قلمة حيث نجد نسبة 5% من الجامعيين يرون أن سبب ازدهار الجامعة هو اعتناء الجهات الوصية بالجامعة الجزائرية ثم يليها السبب الثاني وهو المساهمة الفعالة للجامعة الجزائرية في النهضة العالمية للبلاد بنسبة 2.5% وانعدام نسبة سبب ازدهار الجامعة في كون الميزانيات الضخمة المخصصة للجامعة الجزائرية.

أما بالنسبة لدون جامعي فالعينة من جهتهم تؤكد كذلك على أن السبب الأول في ازدهار الجامعة هو اعتناء الجهات الوصية بالجامعة الجزائرية بنسبة 5% ثم المساهمة الفعالة للجامعة الجزائرية في النهضة العلمية للبلاد بنسبة 2.5% وانعدام نسبة خيار الميزانيات الضخمة المخصصة للجامعة الجزائرية.

ويتبين من خلال النتائج المتوصل إليها إلى أن سبب ازدهار سمعة جامعة قلمة أو تمتعها بسمعة طيبة ويعود إلى اعتناء الجهات الوصية بالجامعة الجزائرية وما يفسر ذلك الدعم الذي تتلقاه الجامعة والميزانية المخصصة لها لتساير احتياجات محيطها الاجتماعي والاقتصادي فهذه الأهمية البالغة أكسبت الجامعة سمعة طيبة باعتبارها ركن من أركان قيام الدولة.

الجدول رقم 15: يمثل السبب الذي جعل جامعة قلمة تتمتع بسمعة عادية

المجموع	دون جامعي		جامعي		المتغيرات
					الخيارات
11	3	ت	8	ت	ضعف المناهج التعليمية الجامعية
27.5%	7.5%	%	20%	%	
7	2	ت	5	ت	عزلة الجامعة عن محيطها
17.5%	5%	%	12.5%	%	
12	3	ت	9	ت	تراجع اهتمام الدولة بالجامعة
30%	7.5%	%	22.5%	%	
30	8	ت	22	ت	المجموع
75%	20%	%	55%	%	

يظهر الجدول أعلاه الانطباعات التي ساهمت في كون جامعة قلمة ذات سمعة عادية أن 22.5% من الباحثين الجامعيين يرون أن السبب الرئيسي هو تراجع الى اعتماد الدولة بالجامعة وتليها بعد ذلك نسبة 20% يرجعون السبب إلى ضعف المناهج التعليمية الجامعية وفي الأخير نسبة 12.5% بالنسبة لعزلة الجامعة عن محيطها الاجتماعي والاقتصادي.

أما بالنسبة لدون جامعي فالعينة من جهتهم ترجع السبب الذي ساهم في كون جامعة قلمة ذات سمعة عادية إلى الخيارين: تراجع اهتمام الدولة بالجامعة وضعف المناهج التعليمية بالتساوي بنسبة 7.5% ونسبة 5% إلى عزلة الجامعة عن محيطها الاجتماعي والاقتصادي.

ويتبين من خلال نتائج الجدول أن الجامعي ودون الجامعي يرى بأن السبب الرئيسي في كون سمعة قلمة عادية هو تراجع اهتمام الدولة بالجامعة وهذا راجع إلى أن الجامعة لم تعد تراعي مدخلاتها احتياجات ومتطلبات المحيط الاجتماعي والاقتصادي.

الجدول رقم 16: يمثل سبب تدني سمعة جامعة قلمة

المجموع	دون جامعي		جامعي		المتغيرات
	ت	%	ت	%	الخيارات
1	1	2.5%	0	0%	التدهور الملحوظ في مستوى الطلبة الجامعيين
2	1	5%	1	2.5%	تدني المستوى الجامعي
0	0	0%	0	0%	قلة الإمكانيات المالية والتكنولوجية للجامعة الجزائرية
3	2	7.5%	1	2.5%	المجموع

يوضح لنا الجدول أعلاه أن من أهم الأسباب التي ساهمت في تدني سمعة جامعة قلمة هو تدني المستوى التعليمي الجامعي حيث قدرت أكبر نسبة لدى المبحوثين الجامعيين ب 2.5% لتليها النسبة المنعدمة لكلا الخيارين التدهور الملحوظ في مستوى الطلبة الجامعيين وقلة الإمكانيات المالية والتكنولوجية المخصصة للجامعة الجزائرية.

أما بالنسبة لأفراد العينة دون جامعي فتساوت النسبة 2.5% للخيار الأول والثاني وانعدمت عند الخيار الثالث و يتبين من خلال نتائج الجدول أن الجامعيين و دون جامعي يوافقون على أن تدهور سمعة جامعة قلمة سببه تدني المستوى التعليمي الجامعي و هذا راجع إلى عدم قدرة طلبة الدراسات العليا على الابداع و التفكير و تقديم أفكار جديدة و توجههم أكثر نحو البحوث النظرية على حساب البحوث التطبيقية ، كذلك نجد مبحوثين آخرين و هم المبحوثين دون جامعي يؤكدون على أن سبب تدني سمعة جامعة قلمة التدهور الملحوظ في مستوى الطلبة الجامعيين و هذا راجع إلى ضعف الطرق و المناهج التعليمية المتبعة من طرف الدولة ، كذلك محدودية هياكل التعليم العالي ونقص في المراجع العلمية الحديثة لاسيما أن البحث العلمي يكلف جهدا ماديا مما يتطلب دعم الباحثين لإجراء بحوثهم.

الجدول رقم 17: يمثل نظرة المجتمع إلى جامعة قلمة

المجموع	دون جامعي		جامعي		المتغيرات
		ت		ت	الخيارات
24	10	ت	14	ت	مؤسسة اجتماعية لبناء أجيال المستقبل
60%	25%	%	35%	%	
8	1	ت	7	ت	مؤسسة لتمضية مرحلة عمرية معينة
20%	2.5%	%	17.5%	%	
8	3	ت	5	ت	مؤسسة تعليمية لصناعة نخبة المجتمع
20%	7.5%	%	12.5%	%	
40	14	ت	26	ت	المجموع
100%	35%	%	65%	%	

يوضح الجدول أعلاه وجهات نظر الباحثين الجامعيين حول جامعة قلمة حيث قدرت نسبة 35% للخيار مؤسسة اجتماعية لبناء أجيال المستقبل لتليها بعد ذلك النسبة 17.5% للخيار مؤسسة لتمضية مرحلة عمرية معينة، أما أقل نسبة فقدرت بـ 12.5% المتمثلة في الخيار مؤسسة تعليمية لصناعة نخبة المجتمع.

أما إيجابيات الباحثين دون جامعي فكانت النسبة الأكبر تعود إلى مؤسسة اجتماعية لبناء أجيال المستقبل وذلك بـ 25% أما النسبة 7.5% ترجع لمؤسسة تعليمية لصناعة نخبة المجتمع أما أقل نسبة فكانت لمؤسسة لتمضية مرحلة عمرية معينة وذلك بنسبة 2.5%.

ويتبين من خلال هذه النتائج أن الباحثين الجامعيين ودون جامعيين يؤكدون على أن الجامعة مؤسسة اجتماعية لبناء أجيال المستقبل حيث تعتبر أساس تطوير وخدمة المجتمع على قواعد ومعايير علمية وسليمة فهي تقوم بإعداد القوى البشرية المؤهلة من علماء ومثقفين وباحثين تأهيلا علميا لرسم خططها تنموية للمجتمع مستقبلا.

الجدول رقم 18: يمثل علاقة جامعة قلمة بمحيطها الاجتماعي

المجموع	دون جامعي		جامعي		المتغيرات
		ت		ت	الخيارات
26	10	ت	16	ت	منفتحة على محيطها الاج
65%	25%	%	40%	%	
14	4	ت	10	ت	منغلقة على محيطها الاج
35%	10%	%	25%	%	
30	14	ت	26	ت	المجموع
100%	35%	%	65%	%	

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه علاقة جامعة قلمة بمحيطها الاجتماعي، حيث صرح أكثر من نصف الباحثين ذو المستوى الجامعي أي ما نسبته 40% ثم تليها 25% أنهم يرون الجامعة منفتحة على محيطها الاجتماعي. فيما ترى فئة أخرى من الباحثين ذو المستوى دون الجامعي حيث مثلت أكبر نسبة ب 25% من الباحثين الذين يؤكدون أنها منفتحة على محيطها الاجتماعي والتي قدرت نسبتهم ب 10%.

ويتبين لنا من هذه النتائج أن ما يقارب أكثر من نصف الباحثين يرونها منفتحة على محيطها الاجتماعي وذلك يعود إلى:

1- تامين وتنمية البحث العلمي، فالجامعة ملتزمة بتوفير التدريب الجيد وخلق شهادات تستجيب بشكل أوسع لاحتياجات الجامعة.

2- كذلك تواصل الجامعة مع خريجها القداماء.

الجدول رقم 19: يمثل سبب انفتاح جامعة قالمة على محيطها الاجتماعي

المجموع	جامعي	دون جامعي	جامعي	دون جامعي	المجموع
19	5	ت	14	ت	وجود جمعيات لقداماء خريجي الجامعة ALLUMNI
46.5%	12.5%	%	34%	%	
7	5	ت	2	ت	وجود جمعيات لأولياء الطلبة
17.5%	12.5%	%	5%	%	
26	10	ت	16	ت	المجموع
64%	25%	%	40%	%	

يبين لنا الجدول أعلاه، أن الجامعة منفتحة على محيطها الاجتماعي حيث نجد أن أكبر نسبة من المبحوثين ذو المستوى الجامعي والتي قدرت نسبتهم ب 34% يرونها منفتحة وذلك لوجود جمعيات لقداماء خريجي الجامعة، بينما أكد باقي المبحوثين والتي قدر نسبتهم ب 5% يعتبرون الجامعة منفتحة على محيطها الاجتماعي وذلك لوجود جمعيات لأولياء الطلبة.

فيما ترى فئة أخرى من المبحوثين ذو المستوى دون الجامعي يرون أن الجامعة منفتحة بسبب وجود جمعيات لقداماء خريجي الجامعة ووجود جمعيات لأولياء الطلبة بنسبة متساوية والتي قدرت ب 12.5%.

ويتبين لنا من هذه النتائج أن معظم المبحوثين يرونها منفتحة بسبب وجود جمعيات لقداماء خريجي الجامعة وذلك يعود إلى:

- 1- أن هذه الجمعيات تقوم بتعزيز علاقة الخريجين مع بعضهم البعض.
- 2- كذلك تقوم هذه الجمعيات بعمليات البحث فيما يخص مشكلات الخريج والبحث عن أسباب عدم توظيفه رغم تخرجه لسنوات.

الجدول رقم 20: يمثل سبب انغلاق جامعة قالمة على محيطها الاجتماعي

المجموع	دون جامعي		جامعي		المتغيرات
					الخيارات
2	1	ت	1	ت	إنغلاق الجامعة على نفسها
5%	2.5%	%	2.5%	%	
9	2	ت	7	ت	عدم وجود علاقات بين الجامعة وجمعيات المجتمع المدني
22.5%	5%	%	17.5%	%	
3	1	ت	2	ت	انعدام تمثيل الجامعة في المجتمع الجزائري
7.5%	2.5%	%	5%	%	
14	4	ت	10	ت	المجموع
35%	10%	%	25%	%	

يوضح الجدول أعلاه أن الجامعة منغلقة على محيطها الاجتماعي ، حيث يتبين لنا أن أكبر نسبة لدى الباحثين ذو المستوى الجامعي الذين يرونها منغلقة لعدم وجود علاقة بين الجامعة و جمعيات المجتمع المدني و التي قدرت نسبتهم ب 17.5% ، ثم تليها نسبة 5% منغلقة لانعدام تمثيلها في المجتمع الجزائري، أما أدنى نسبة و التي قدرت ب 2.5% في حين ترى فئة أخرى من الباحثين ذو المستوى دون الجامعي حيث مثلت أكبر نسبة 5% ، يرونها منغلقة لعدم وجود علاقة مع جمعيات المجتمع المدني، ثم تليها فئة أخرى يرون أنها منغلقة لانعدام تمثيلها في المجتمع الجزائري، و انغلاقها على نفسها بنسبة متساوية و التي قدرت ب 2.5%.

ويتبين لنا من هذه النتائج أن أكبر نسبة تؤكد بعدم وجود علاقة بين الجامعة وجمعيات المجتمع المدني وذلك يعود إلى:

- اعتبار هذه الجمعيات تعد قوى مدنية منفصلة عن الدولة، وأصبحت تحكمها الطبقة الحاكمة والطبقة السياسية.

المبحث الثاني: اتجاه الرأي العام الجزائري نحو سمعة جامعة قلمة في محيطها الاجتماعي

الجدول رقم 21:

دون جامعي				جامعي				المتغيرات								
المجموع		معارض		محايد		مؤيد		العبارة								
14	ت	6	ت	1	ت	7	ت	26	ت	8	ت	7	ت	11	ت	تتمتع الجامعة الجزائرية بسمعة جيدة في المجتمع الجزائري.
35	%	15	%	2.5	%	17.5	%	65	%	20	%	17.5	%	27.5	%	

أظهرت النتائج أن أغلب المبحوثين من الجامعيين مؤيدين على أن سمعة الجامعة الجزائرية تتمتع بسمعة جيدة حيث يمثل المؤيدين نسبة 27.5% والمعارضين نسبة 20% أما المحايدون يمثلون 17.5%، ودون جامعي العينة من جهتهم تؤكد كذلك على أن سمعة الجامعة الجزائرية جيدة حيث أن 17.5% مؤيدين ونسبة 15% معارضين بينما كانت نسبة 2.5% محايدين.

ويتبين من هذه النتائج أن الجامعيين ودون الجامعيين أغلبهم يوافق على أن سمعة الجامعة الجزائرية جيدة، وهذا راجع إلى أن الجامعة هي فاطرة المجتمع وهي التي توجه وتصنع له القيم والمبادئ التي يقوم عليها العمل والالتزام بها.

الجدول رقم 22:

دون جامعي								جامعي								المتغيرات
المجموع		معارض		محايد		مؤيد		المجموع		معارض		محايد		مؤيد		العبارة
14	ت	4	ت	5	ت	5	ت	26	ت	6	ت	6	ت	14	ت	يعود تردي سمعة الجامعة الجزائرية الى المبالغة
35%	%	10%	%	12.5%	%	12.5%	%	65%	%	15%	%	15%	%	35%	%	في تشويه سمعتها في المجتمع

أظهرت النتائج أن أغلب المبحوثين الجامعيين مؤيدين على أن سبب تردي سمعة الجامعة الجزائرية يعود إلى المبالغة في تشويه سمعتها في المجتمع حيث تمثل نسبة المؤيدين 35% ونسبة 15% بالنسبة للمحايدين والمعارضين متساوية.

أما بالنسبة لدون جامعي العينة من جهتهم تؤكد على أن أكبر نسبة هي 12.5% وهي نسبة المحايدين والمؤيدين (متساوية) الذين يرون أن تردي سمعة الجامعة الجزائرية يعود إلى المبالغة في تشويه سمعتها كذلك نسبة المعارضين لهذا الطرح بنسبة 10%.

ويتبين من هذه النتائج أن الجامعيين ودون جامعي من المؤيدين يؤكدون على أن جامعة قالمة تعاني من تشويه سمعتها في المجتمع، وذلك لأنها تعاني من قصور في الاتصال الفعال بالمجتمع وعدم مساهمتها لمتطلباته وهذا ما كون تلك السمعة السيئة.

الجدول رقم 23:

دون جامعي								جامعي								المتغيرات
المجموع		معارض		محايد		مؤيد		المجموع		معارض		محايد		مؤيد		العبارة
14	ت	2	ت	1	ت	11	ت	26	ت	3	ت	5	ت	18	ت	أصبح كل من هب ودب يستنهراً بالجامعة وسمعتها
35	%	5%	%	2.5	%	27.5	%	65	%	7.5	%	12.5	%	45	%	

أظهرت النتائج أن أغلب الباحثين الجامعيين مؤيدين على أنه أصبح كل من هب ودب يستنهراً بالجامعة وسمعتها حيث تمثل نسبتهم 45% ونسبة 12.5% محايدين و7.5% نسبة المعارضين.

أما بالنسبة لمتغير دون جامعي العينة من جهتهم تؤكد كذلك على أنه من هب ودب يستنهراً بالجامعة وسمعتها حيث تمثل نسبتهم 27.5% و5% معارضين وأدنى نسبة هي نسبة المحايدين المقدرة ب 2.5%.

يتبين من هذه النتائج أن الجامعيين ودون الجامعيين مؤيدين لهذا الطرح وهذا راجع إلى أن هناك من يعتبر الجامعة فضاء عمومي لقضاء مرحلة عمرية معينة دون أنها أساس تسيير البلاد بفضل الجهود التي تبذلها في تكوين إطارات من عمق المجتمع.

الجدول رقم 24:

دون جامعي				جامعي				المتغيرات
المجموع		معارض		محايد		مؤيد		العبارة
14	ت	3	ت	3	ت	8	ت	من أهم مظاهر تردي سمعة الجامعة هو استهزاء المجتمع الجزائري في الآونة الأخيرة بالطالب الجامعي
35	%	7.5	%	7.5	%	20	%	
26	ت	5	ت	1	ت	20	ت	
65	%	12.5	%	2.5	%	50	%	

أظهرت النتائج أن أغلب المبحوثين الجامعيين مؤيدين بأن من أهم مظاهر تردي سمعة الجامعة هو استهزاء المجتمع الجزائري في الآونة الأخيرة بالطالب الجامعي بنسبة 50% ومعارضين لهذا الطرح بنسبة 12.5% وأدنى نسبة 2.5% كانت بالنسبة للمبحوثين المحايدون.

أما بالنسبة لدون جامعي العينة من جعتهم تؤكد أيضا على أن استهزاء المجتمع الجزائري في الآونة الأخيرة بالطالب هو سبب في تردي سمعة الجامعة حيث تمثل نسبتهم 20% وكما نلاحظ تساوي نسبة المحايدون والمعارضين لهما الطرح بنسبة 7.5%.

ويتبين من هذه النتائج أن المؤيدين من الجامعيين ودون جامعي يوافقون هذه الفكرة وهذا راجع إلى ضعف المستوى التعليمي للطلبة وانخفاض نسبة المصادقية في الدراسة كذلك عدم الثقة في الطلبة والاستفادة من تخصصاتهم مستقبلا وهذا ما يشكل في تدني سمعة جامعة قالمة أمام المجتمع في ضعف كفاءة الطالب الجامعي والاستهزاء به.

الجدول رقم 25:

دون جامعي								جامعي								المتغيرات
المجموع		معارض		محايد		مؤيد		المجموع		معارض		محايد		مؤيد		العبرة
14	ت	5	ت	3	ت	6	ت	26	ت	13	ت	4	ت	9	ت	لا تتمتع الجامعة الجزائرية بسمعة جيدة في المجتمع الجزائري
35	%	12.5	%	7.5	%	15	%	65	%	32.5	%	10	%	22.5	%	
	%	5%			%		%		%		%		%			

أظهرت النتائج أن أغلب المبحوثين الجامعيين معارضين لفكرة أن الجامعة الجزائرية لا تتمتع بسمعة جيدة في المجتمع الجزائري حيث تمثل نسبتهم 32.5% والمؤيدين بنسبة 22.5% والمحايد بنسبة 10%.

أما بالنسبة لدون جامعي العينة من جهتهم تؤكد على أن الجامعة الجزائرية لا تتمتع بسمعة جيدة في المجتمع الجزائري بنسبة 15% مؤيدين ثم تليها نسبة المعارضين 12.5% في الأخير تأتي نسبة المحايد بنسبة 7.5%.

ويتبين من هذه النتائج أن الفرد ذو المستوى الجامعي معارض لهذا الطرح في حين أيد دون جامعي على أن الجامعة الجزائرية لا تتمتع بسمعة جيدة في المجتمع الجزائري وهذا راجع إلى كون المعارضين من نخبة الدراسات العليا في المجتمع ترى بأن الجامعة ركيزة المعرفة الإنسانية في كافة المجالات وهي أساس التطور والتقدم الحضاري إضافة إلى أهميتها في فتح مجالات الابداع والتميز لدى الفرد أما المؤيدين لدون جامعي ينكرون الإيجابيات التي تقدمها الجامعة ويتفاعلون مع سلبياتها لذلك تتمتع بسمعة سلبية.

الجدول رقم 26:

دون جامعي								جامعي								المتغيرات
المجموع		معارض		محايد		مؤيد		المجموع		معارض		محايد		مؤيد		العبارة
14	ت	0	ت	0	ت	14	ت	26	ت	0	ت	0	ت	26	ت	الجامعة الجزائرية من أهم المؤسسات التي يجب أن تنهض بالمجتمع
35%	%	0%	%	0%	%	35%	%	65%	%	0%	%	0%	%	65%	%	

أظهرت النتائج أن كل المبحوثين مؤيدين لفكرة أن الجامعة الجزائرية من أهم المؤسسات التي يجب أن تنهض بالمجتمع حيث كانت نسبتهم 65% وهي النسبة الكلية للمبحوثين الجامعيين.

أما بالنسبة لدون جامعي فكانت العينة من جهتهم كذلك تؤكد على أن الجامعة الجزائرية من أهم المؤسسات التي يجب أن تنهض بالمجتمع حيث تمثلت نسبتهم بـ 35% وهي كذلك النسبة الكلية للمبحوثين دون المستوى الجامعي.

ويتبين من هذه النتائج أن كل من المستويين مؤيد لهذا الطرح لأن الجامعة هي مؤسسة مهمة في المجتمع وتقوم بإعداد وتكوين الكوادر البشرية في المجتمع.

الجدول رقم 27:

دون جامعي								جامعي								المتغيرات
المجموع		معارض		محايد		مؤيد		المجموع		معارض		محايد		مؤيد		العبارة
14	ت	5	ت	4	ت	5	ت	26	ت	8	ت	8	ت	10	ت	غابت الجامعة وصارت مغيبة عن تأدية أدوارها ومهامها في المجتمع
35	%	12.5	%	5	%	12.5	%	65	%	20	%	20	%	25	%	

أظهرت النتائج أن أغلب المبحوثين الجامعيين مؤيدين لفكرة أن الجامعة غابت وصارت معيبة عن تأدية أدوارها ومهامها في المجتمع حيث تمثل نسبتهم 25% كما نلاحظ تساوي نسبة المحايدين والمعارضين لهذا الطرح بنسبة 20%.

أما بالنسبة لدون جامعي العينة من جهتهم متساوية بين مؤيدين ومعارضين على أن الجامعة غابت وصارت معيبة عن تأدية أدوارها ومهامها في المجتمع بنسبة 12.5% ونسبة المحايدين 10%.

ويتبين من هذه النتائج أن المبحوثين الجامعيين ودون جامعيين مؤيدين لهذا الطرح وهذا يعود إلى اغتراب الجامعة عن المجتمع وغياب أدوارها ومهامها من خلال إخفاقات الجامعة في التفاعل مع المجتمع والتأثير فيه بإنجازاتها ويرى المعارضين من دون جامعي أن الجامعة تقوم بتأدية أدوارها على أكمل وجه ويتجسد ذلك من خلال المسؤولية الكبيرة التي تتحملها في إنتاج المعرفة والعمل على مواكبة التطورات والابداعات لمسايرة الغير.

الجدول رقم 28:

دون جامعي								جامعي								المتغيرات
المجموع		معارض		محايد		مؤيد		المجموع		معارض		محايد		مؤيد		العبارة
14	ت	5	ت	2	ت	7	ت	26	ت	12	ت	5	ت	9	ت	الجامعة منقطعة عن الواقع الاجتماعي اليوم
35	%	12.5	%	5	%	17.5	%	65	%	30	%	12.5	%	22.5	%	

أظهرت النتائج أن أغلب المبحوثين الجامعيين معارضين لفكرة أن الجامعة منقطعة عن الواقع الاجتماعي اليوم بنسبة 30% و 22.5% مؤيدين و 12.5% محايدين.

أما بالنسبة لدون جامعي العينة من جهتهم تؤكد على أن الجامعة منقطعة عن الواقع الاجتماعي اليوم حيث تمثل نسبتهم 17.5% و 12.5% معارضين و 5% محايدين.

ويتبين من هذه النتائج أن المبحوثين معارضين الذين لديهم مستوى جامعي، وهذا يدل على أن الجامعة المزود الأول له بالخيرات والموارد البشرية اللازمة لخدمته وتطويره على القيام بمنح الشهادات العلمية والدرجة الأكاديمية لمختلف الطلبة المسجلين في معاهدها، بل يمتد ليمس كافة شرائح المجتمع وقطاعاته ومؤسساته عامة كانت أم خاصة. أما المؤيدين دون المستوى الجامعي يؤكدون على أنها منقطعة عن الواقع الاجتماعي لأنها تخضع لمعايير الرداءة أكثر ما تطبق وتفرض منطق الجودة والاتقان في التكوين والبحث وأصبحت تستجيب لنزوات ورغبات الأشخاص أكثر ما تستجيب لرسالتها في خدمة مصالح المجتمع.

الجدول رقم 29:

دون جامعي								جامعي								المتغيرات
المجموع		معارض		محايد		مؤيد		المجموع		معارض		محايد		مؤيد		العبرة
14	ت	5	ت	1	ت	8	ت	26	ت	4	ت	3	ت	19	ت	تعاني الجامعة الجزائرية من أزمة السمعة لدى الرأي العام
35	%	12.5	%	2.5	%	20	%	65	%	10	%	7.5	%	47.5	%	

أظهرت النتائج أن أغلب المبحوثين مؤيدين لفكرة أن الجامعة الجزائرية تعاني من أزمة السمعة لدى الرأي العام الجزائري حيث تمثل نسبتهم 47.5% و 10% معارضين و 7.5% محايدين.

أما بالنسبة لدون جامعي العينة من جهتهم تؤكد كذلك على هذا الطرح حيث كانت نسبتهم 20% مؤيدين و 12.5% معارضين و 2.5% محايدين.

ويتبين من هذه النتائج أن المبحوثين مؤيدين لهذه الفكرة وهذا راجع إلى أن السمعة السيئة التي يكونها المجتمع عن الجامعة والمؤسسات الاقتصادية لها أدى إلى تفاقم المشكلة لتصبح أزمة السمعة لدى الجامعة.

الجدول رقم 30:

دون جامعي						جامعي						المتغيرات				
المجموع		معارض		محايد		مؤيد		المجموع		معارض		محايد		مؤيد		العبرة
14	ت	1	ت	4	ت	9	ت	26	ت	3	ت	3	ت	20	ت	حتى أصحاب
35	%	2.5	%	10	%	22.5	%	65	%	7.5	%	7.5	%	50	%	المستويات الدنيا صاروا يستهزؤون بالجامعة الجزائرية والطالب الجامعي الجزائري

أظهرت النتائج أن أغلب المبحوثين من الجامعيين مؤيدين لفكرة أنه حتى أصحاب المستويات الدنيا صاروا يستهزؤون بالجامعة الجزائرية والطالب الجامعي الجزائري حيث تمثل نسبتهم 50% وتساوي نسبة المحايدين والمعارضين 7.5%، أما بالنسبة لدون جامعي العينة من جهتهم تؤكد أيضا على أنه حتى أصحاب المستويات الدنيا صاروا يستهزؤون بالجامعة الجزائرية والطالب الجامعي الجزائري بنسبة 22.5% و10% محايدون وأقل نسبة كانت 2.5% بالنسبة للمعارضين.

ويتبين من هذه النتائج أن المبحوثين مؤيدين لهذه الفكرة وهذا راجع إلى أن:

- أن سمعة الجامعة الجزائرية باتت سيئة بسبب الخلل الوظيفي الذي تعاني منه، كذلك نلاحظ حركة وغير عادية من المواطنين والآباء من مختلف الطبقات والشرائح الاجتماعية بالجامعات الجزائرية يتوسطون لدى المسؤولين الإداريين ولدى الأساتذة.

- استهزاء وسخر من اللباس الطالب الجامعي الذي أصبح لا يتماشى مع ديننا وثقافتنا.

المبحث الثالث: مظاهر وتجليات سمعة جامعة قالمة نحو محيطها الاقتصادي

الجدول رقم 31: يمثل جامعة قالمة بالنسبة للمبحوثين

المجموع	دون جامعي		جامعي		المتغيرات
		ت		ت	الخيارات
5	0	ت	5	ت	مؤسسة تعليمية
12.5%	0%	%	12.5%	%	تثقيفية
15	1	ت	14	ت	مرحلة دراسية لا
37.5%	2.5%	%	35%	%	بد منها
20	3	ت	17	ت	بوابة نحو عالم
50%	7.5%	%	42.5%	%	الشغل
40	4	ت	36	ت	المجموع
100%	10%	%	90%	%	

يمثل الجدول أعلاه أهمية جامعة قالمة بالنسبة للفرد الجامعي ودون جامعي حيث كانت أعلى نسبة لدى الجامعيين 42.5% والتي تحصل عليها خيار بوابة نحو عالم الشغل ونسبة 35% من الذين يرون بأنها مرحلة دراسية لا بد منها وفي الأخير 12.5% من الذين يرونها مؤسسة تعليمية تثقيفية.

أما بالنسبة لدون جامعي فهم كذلك يرون أن الجامعة بوابة نحو عالم الشغل بنسبة 7.5% ونسبة 2.5% يرون أنها مرحلة تثقيفية وانعدام النسبة لخيار أن الجامعة مؤسسة تعليمية تثقيفية.

ويتبين من خلال نتائج الجدول أن الجامعة بالنسبة للموظف ذو المستوى الجامعي والموظف دون المستوى الجامعي يؤكدون على أن الجامعة بوابة نحو عالم الشغل أي أن الطالب يدرس من أجل العمل فقط ولا ينظرون إلى الجامعة على أنها مؤسسة تعليمية. تساهم في نشر المعرفة وبناء الثقافة في شتى المجالات.

الجدول رقم 32: يمثل سمعة جامعة قلمة

المجموع	دون جامعي		جامعي		المتغيرات
					الخيارات
11	1	ت	10	ت	ذات سمعة طيبة
27.5%	2.5%	%	25%	%	
26	3	ت	23	ت	ذات سمعة عادية
65%	7.5%	%	57.5%	%	
3	0	ت	3	ت	ذات سمعة سيئة
7.5%	0%	%	7.5%	%	
40	4	ت	36	ت	المجموع
100%	10%	%	90%	%	

البيانات الواردة في الجدول أعلاه توضح أن نسبة 57.5% من الجامعيين يؤكدون على أن سمعة جامعة قلمة عادية ثم نسبة 25% من الذين يرون أنها ذات سمعة طيبة وفي الأخير 7.5% من الذين يرون أنها ذات سمعة سيئة. كذلك نجد أعلى نسبة من المستوى دون جامعي يرون أن جامعة قلمة ذات سمعة عادية بنسبة 7.5% ونسبة الذين يرون أنها ذات سمعة طيبة 2.5% في حين نجد أن نسبة الذين يرون أن سمعة الجامعة سيئة منعدمة.

من خلال هذه النتائج نجد أن سمعة جامعة قلمة عادية لدى الموظف الجامعي والموظف دون المستوى الجامعي أي لديهم نفس النظرة للجامعة.

وهذا راجع إلى أن الجامعة تبقى مؤسسة اجتماعية تراعي واقع المجتمع وتستجيب لمتطلباته وتساهم في تكوين الإطار في شتى القطاعات بما يخدم متطلبات سوق العمل فأى مؤسسة كانت لها أدوارها ومهامها ويجب أن تتحمل المسؤولية في ذلك وهذا ما كون هذه السمعة العادية.

الجدول رقم 33: يمثل سبب ازدهار سمعة جامعة قلمة

المجموع	دون جامعي		جامعي		المتغيرات
					الخيارات
3	1	ت	2	ت	الميزانيات الضخمة المخصصة للجامعة
7.5%	2.5%	%	5%	%	
4	0	ت	4	ت	اعتناء الجهات الوصية بالجامعة الجزائرية
10%	0%	%	10%	%	
4	0	ت	4	ت	المساهمة الفعالة للجامعة الجزائرية في النهضة العلمية للبلاد
10%	0%	%	10%	%	
11	1	ت	10	ت	المجموع
27.5%	2.5%	%	25%	%	

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه إجابات الباحثين الجامعيين حول الأسباب التي ساهمت في ازدهار جامعة قلمة حيث قدرت أكبر نسبة عند الخيارين اعتناء الجهات الوصية بالجامعة الجزائرية والمساهمة الفعالة للجامعة الجزائرية في النهضة العلمية للبلاد وذلك ب 10% لتليها بعد ذلك النسبة 5% والمتمثلة في الميزانيات الضخمة المخصصة للجامعة الجزائرية. أما أفراد العينة دون جامعي قدرت أكبر نسبة لخيار " الميزانيات المخصصة للجامعة الجزائرية وذلك ب 2.5% و 0% لباقي الخيارين.

تفسر لنا نتائج الجدول أن أفراد العينة من الجامعيين يوافقون على ازدهار سمعة جامعة قلمة يعود إلى اعتناء الجهات الوصية بالجامعة الجزائرية و هذا يعود إلى سهر وزارة التعليم العالي على تحقيق هدف الجامعة و هو خدمة التعليم و تطويره مما يكشف قوة الجامعة لأنها مدعومة من جهات كفيلة بها، كذلك يوافقون على المساهمة الفعالة للجامعة الجزائرية في النهضة العلمية للبلاد و هذا راجع من خلال تنمية القدرات العلمية و المعرفية و الابتكار و المشاركة في صنع القدرات بأسلوب البحث العلمي الهادف الذي يساعد المتخصصين و القائمين على قمة الهرم في الدولة على أداء عملهم بشكل أمثل و من هنا تزدهر البلاد و تصير في ركب الدول المتطورة المكتسبة لتكنولوجيا متطورة بفضل البحث العلمي.

أما أفراد العينة من دون جامعي أغلبهم يؤكدون على الميزانيات الضخمة المخصصة للجامعة الجزائرية فازدهار الجامعة راجع إلى اعتناء الدولة بالجامعة من خلال توفير الإمكانيات المادية والتكنولوجية واللوجيستية وتخصيص ميزانية للجامعة من أجل الارتقاء بالبحث العلمي ورفع من مستوى الباحثين.

الجدول رقم 34: يمثل السبب الذي جعل جامعة قلمة تتمتع بسمعة عادية

المتغيرات الخيارات	جامعي		دون جامعي		المجموع
ضعف المناهج التعليمية الجامعية	ت	6	ت	1	7
	%	15%	%	2.5%	17.5%
عزلة الجامعة عن محيطها الاجتماعي والاقتصادي	ت	9	ت	1	10
	%	22.5%	%	2.5%	25%
تراجع اهتمام الدولة بالجامعة	ت	8	ت	1	9
	%	20%	%	2.5%	22.5%
المجموع	ت	23	ت	3	26
	%	57.5%	%	7.5%	65%

يوضح الجدول إجابات الباحثين الجامعيين حول الأسباب التي ساهمت في كون جامعة قلمة ذات سمعة عادية حيث قدرت أكبر نسبة 22.5% المتمثلة في عزلة الجامعة عن محيطها الاجتماعي والاقتصادي لتليها بعد ذلك النسبة 20% والتي تعود إلى تراجع اهتمام الدولة بالجامعة أما أقل نسبة فقدرت ب 15% والتي ترجع السبب إلى ضعف المناهج التعليمية الجامعية.

أما بالنسبة لأفراد العينة دون جامعي تساوي النسب والتي قدرت ب 2.5% مع جميع الخيارات في كون جامعة قلمة ذات سمعة عادية، تدل نتائج الجدول أن أغلب الباحثين الجامعيين ودون جامعي يؤكدون على سمعة جامعة قلمة عادية من خلال عزلتها عن المحيط الاجتماعي والاقتصادي وهذا راجع إلى انفصال الجامعة عن واقع الشغل ومتطلباته كذلك انعدام الاحتكاك والتواصل بين الجامعة والمجتمع خلق تحدي في ضعف جامعة قلمة للمساهمة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

كذلك يؤكدون الجامعيين على ضعف المناهج التعليمية الجامعية التي ترجع في مقدمتها إلى مشكلة ضعف الاستراتيجية الخاصة بالبحث العلمي والتي تلقي بضلالها عن محاولة تحديد جودة البحث وعدم وجود سياسات واضحة ودقيقة تقود الجامعة إلى استيراد المعرفة العلمية والأفكار دون منعها. كذلك يوافق الآخرون من فئة دون الجامعي على تراجع اهتمام الدولة بالجامعة وذلك لأن الدولة تصب اهتماماتها في أمور أخرى دون الأخذ بعين الاعتبار قيمة الجامعة في النهضة العلمية للبلاد.

الجدول رقم 35: يمثل سبب تدني سمعة جامعة قالمة

المجموع	دون جامعي		جامعي		المتغيرات
		ت		ت	الخيارات
1	0	ت	1	ت	التدهور الملحوظ في مستوى الطلبة الجامعيين
2.5%	0%	%	2.5%	%	
2	0	ت	2	ت	تدني المستوى التعليمي الجامعي
5%	0%	%	5%	%	
0	0	ت	0	ت	قلة الإمكانيات المالية والتكنولوجية المخصصة للجامعة الجزائرية
0%	0%	%	0%	%	
3	0	ت	3	ت	المجموع
7.5%	0%	%	7.5%	%	

نلاحظ من خلال الجدول أن المبحوثين الجامعيين يؤكدون على أن أهم الأسباب التي ساهمت في تدني جامعة قالمة تعود للخيار " تدني المستوى التعليمي الجامعي " وذلك ب 5% لتليها النسبة 2.5% المتمثلة في التدهور الملحوظ في مستوى الطلبة الجامعيين وانعدمت بنسبة 0% في قلة الإمكانيات المالية والتكنولوجية المخصصة للجامعة الجزائرية، أما المبحوثين دون جامعي يرجعون أسباب تدني سمعة جامعة قالمة ترجع إلى عوامل أخرى دون المذكورة أعلاه لذلك انعدمت النسبة ب 0% في كل الخيارات.

وتفسر نتائج الجدول على أن المبحوثين الجامعيين يؤكدون على تردي سمعة جامعة قالمة يعود إلى تدني المستوى التعليمي الجامعي من خلال بقاء الكثير من الجامعات والمعاهد الجامعية والمدارس العليا غير مدركة لأبعاد التقدم العالمي في ميادين البحث العلمي لاسيما في العلوم التكنولوجية وإهمال التدريب المستمر للباحثين، في حين لا توجد نتائج تفسر إجابات المبحوثين دون جامعي.

الجدول رقم 36: يمثل نظرة المجتمع إلى جامعة قلمة

المجموع	دون جامعي		جامعي		المتغيرات
	ت	ت	ت	ت	الخيارات
13	3	ت	10	ت	مؤسسة اجتماعية لبناء أجيال المستقبل
32.5%	7.5%	%	25%	%	
13	0	ت	13	ت	مؤسسة لتمضية مرحلة عمرية معينة
32.5%	0%	%	32.5%	%	
14	1	ت	13	ت	مؤسسة تعليمية لصناعة نخبة المجتمع
35%	2.5%	%	32.5%	%	
40	4	ت	36	ت	المجموع
100%	10%	%	90%	%	

يوضح لنا الجدول أعلاه آراء الباحثين الجامعيين حول جامعة قلمة حيث قدرت أكبر نسبة 32.5% لدى الخيارين مؤسسة لتمضية مرحلة عمرية معينة ومؤسسة تعليمية لصناعة نخبة المجتمع وبينما قدرت أقل نسبة لخيار المؤسسة لبناء أجيال المستقبل وذلك ب 25%.

أما نظرة الباحثين دون جامعي لجامعة قلمة كانت أكبر نسبة لمؤسسة اجتماعية لبناء أجيال المستقبل وذلك ب 7.5% أما النسبة 2.5% فقد قدرت للخيار مؤسسة تعليمية لصناعة نخبة المجتمع وانعدمت عند الخيار مؤسسة لتمضية مرحلة عمرية معينة.

تفسر نتائج الجدول أن أغلب الباحثين الجامعيين يؤكدون على وجهة نظرهم في كون الجامعة مؤسسة لتمضية مرحلة عمرية معينة إذ لا بد على كل فرد وفق في حصوله على شهادة البكالوريا أن يمرراحل ومستويات التعليم العالي للحصول على الشهادة المرغوبة كذلك في كونها مؤسسة تعليمية لصناعة نخبة المجتمع لأن الوصول إلى المستوى الجامعي يعني بالضرورة بلوغك مستوى الإطارات والنخب في المجتمع وهذا لا يأتي هكذا وإنما تصنعه منك الجامعة. أما عينة دون الجامعيين وجهت نظرهم تجسدت في كونها مؤسسة اجتماعية لبناء أجيال المستقبل وهذا يعود إلى ما تسهر الجامعة لأجله في توفير خدمة التعليم ونشر المستقبل وهذا يعود إلى ما تسهر الجامعة لأجله في توفير خدمة التعليم ونشر المعرفة والعلم في شتى التخصصات لتبني إطارات ونخب راقية مستقبلا.

الجدول رقم 37: يمثل علاقة الجامعة بمحيطها الاقتصادي

المجموع	دون جامعي		جامعي		المتغيرات
					الخيارات
53	3	ت	12	ت	منفتحة على محيطها الاقتصادي
37.5%	7.5%	%	30%	%	
25	1	ت	24	ت	منغلق على محيطها الاقتصادي
62.5%	5%.2	%	60%	%	
40	4	ت	36	ت	المجموع
100%	10%	%	90%	%	

يوضح الجدول أعلاه علاقة الجامعة بمحيطها الاقتصادي، ومن خلال قراءة الجدول نلاحظ أن أكبر نسبة والتي قدرت ب 60% يرون الجامعة منغلق على محيطها الاقتصادي لدى الباحثين ذو المستوى الجامعي، كما صرح فئة أخرى والتي قدرت نسبتهم 30% يرون الجامعة منفتحة على محيطها الاقتصادي.

أما الباحثين ذو المستوى دون الجامعي فقدرت أكبر نسبة ب 7.5% ثم تليها الفئة الأدنى والتي قدرت نسبتهم ب 2.5% مفردة.

ويتبين لنا من هذه النتائج أن أغلب الباحثين يرونها منغلق على محيطها الاقتصادي وذلك يعود إلى:

1. أن الجامعة منغلق على نفسها، لأن كل قسم من أقسامها يواصل استخدام برامج التقليدية دون انفتاحه على غيره، إذ أن مناهجها لا تواكب التطورات السريعة.
2. كذلك الفائض الكبير للخريجين الذين يعانون من البطالة في مجالات تخصصاتهم.

الجدول رقم 38: يمثل سبب انفتاح جامعة قالمة على محيطها الاقتصادي

المجموع	دون جامعي		جامعي		المتغيرات
					الخيارات
8	02	ت	6	ت	اتفاقيات التعاون المبرمة مع القطاعين العام والخاص
20%	5%	%	15%	%	
4	1	ت	3	ت	الأبواب المفتوحة للقطاعين العام والخاص في الجامعة
10%	2.5%	%	7.5%	%	
0	0	ت	0	ت	ورشات تكوين ورسكلة موظفي القطاعين العام والخاص في الجامعة
0%	0%	%	0%	%	
3	0	ت	3	ت	فتح أبواب التبرص لفائدة الطلبة في القطاعين العام والخاص
7.5%	0%	%	7.5%	%	
15	3	ت	12	ت	المجموع
37.5%	7.5%	%	30%	%	

يوضح الجدول أعلاه، أن الجامعة منفتحة على محيطها الاقتصادي حيث صرح أغلب الباحثين ذو المستوى الجامعي بأن الجامعة منفتحة لوجود اتفاقيات التعاون المبرمة مع القطاعين العام والخاص والتي قدرت بنسبة 15% ثم تليها نسبة 7.5% يرون أن الجامعة منفتحة وذلك لوجود أبواب المفتوحة للقطاعين العام والخاص في الجامعة وكذلك فتح أبواب التبرص لفائدة الطلبة في القطاعين العام والخاص، أما باقي استجابات الباحثين فكانت منعدمة.

في حين صرح الباحثين ذو المستوى دون الجامعي أن الجامعة منفتحة على محيطها الاقتصادي لوجود اتفاقيات تعاون بنسبة قدرت ب 5% ثم تليها نسبة 2.5%، أما باقي استجابات الباحثين فكانت منعدمة.

ويتبين لنا من هذه النتائج أن الجامعة منفتحة على محيطها الاقتصادي وذلك لوجود اتفاقيات التعاون المبرمة مع القطاعين العام والخاص، وذلك يرجع إلى: تفاعلها مع الوسط الخارجي من خلال الأبواب المفتوحة وتنظيم الأحداث الخاصة وجعلها منفتحة مع كلا الطرفين.

الجدول رقم 39: يمثل سبب انغلاق جامعة قالمة على محيطها الاقتصادي

المجموع	دون جامعي		جامعي		المتغيرات
					الخيارات
10	1	ت	9	ت	قلة أو انعدام اتفاقيات التعاون المبرمة مع القطاعين العام والخاص
25%	2.5%	%	22.5%	%	
12	0	ت	12	ت	عدم وجود علاقات بين الجامعة والمحيط الاقتصادي
30%	0%	%	30%	%	
3	0	ت	3	ت	عدم وجود قنوات اتصال بين الجامعة والمحيط الاقتصادي
7.5%	0%	%	7.5%	%	
25	1	ت	24	ت	المجموع
62.5%	2.5%	%	60%	%	

يظهر لنا الجدول أعلاه، أن الجامعة منغلقة على محيطها الاقتصادي حيث نجد أن أعلى نسبة لدى الباحثين ذو المستوى الجامعي والتي قدرت نسبتهم بـ 30% يؤكدون أن الجامعة منغلقة لعدم وجود علاقة بينها وبين المحيط الاقتصادي، ثم تليها نسبة 22.5% يرونها منغلقة لانعدام وقلة الاتفاقيات، أما النسبة الأدنى والتي قدرت بـ 7.5%.

أما بالنسبة للمستوى دون جامعي يرون أن الجامعة منغلقة لقلة وانعدام اتفاقيات التعاون المبرمة مع القطاعين بنسبة قدرت بـ 2.5%، أما باقي الباحثين فكانت نسبتهم منعدمة. وعليه يتبين لنا من خلال هذه النتائج أن أكبر نسبة والتي صرح بها أغلب الباحثين والمتمثلة في أن الجامعة منغلقة على محيطها الاقتصادي وذلك لعدم وجود علاقات بينها وبين المحيط الاقتصادي، ويرجع ذلك إلى:

- 1- غياب الأطر القانونية والتشريعية الملزمة للتعاون بين الطرفين.
- 2- كذلك قرارات وخطابات مرسومة بعيدا عن الواقع العملي.
- 3- ضعف إلى ذلك غياب ثقافة الاقتراب بين الطرفين وتكريس سبل التعاون.

المبحث الرابع: اتجاه الرأي العام الجزائري نحو سمعة جامعة قلمة في محيطها الاقتصادي

الجدول رقم 40:

دون جامعي				جامعي				المتغيرات
المجموع	معارض	محايد	مؤيد	المجموع	معارض	محايد	مؤيد	العبرة
4	0	1	3	36	5	6	25	توجد قطيعة بين الجامعة الجزائرية والمؤسسات في القطاعين العام والخاص
10%	0%	2.5%	7.5%	90%	12.5%	15%	62.5%	

نلاحظ من خلال الجدول أن أغلب المبحوثين الجامعيين مؤيدين على أنه توجد قطيعة بين الجامعة الجزائرية والمؤسسات في القطاعين العام والخاص، حيث قدرت نسبة المؤيدين ب 62.5% ونسبة 15% للمحايدين، أما المعارضين فكانت نسبتهم 12.5%.

أما بالنسبة للمستوى دون الجامعي يؤيدون هذا الطرح بنسبة تقدر ب 7.5% والمحايدين 2.5% وانعدمت لدى المعارضين.

ويتبين من هذه النتائج أن الجامعيين ودون الجامعيين يؤكدون على أنه توجد قطيعة بين الجامعة والمؤسسات في القطاعين العام والخاص، وهذا راجع إلى كون الجامعة لا تربطها أي علاقة لا من قريب ولا من بعيد مع المؤسسات الاقتصادية العامة لضعف الاتصال المباشر والغير مباشر وعدم احتكاك الجامعة بمحيطها الخارجي من المؤسسات الاقتصادية.

الجدول رقم 41:

دون جامعي				جامعي				المتغيرات
المجموع	معارض	محايد	مؤيد	المجموع	معارض	محايد	مؤيد	العبرة
4	0	1	3	36	1	5	30	توجد فجوة بين المجال النظري الذي يدرس في الجامعة والتطبيقي الواقع في المؤسسات
10%	0%	2.5%	7.5%	90%	2.5%	12.5%	75%	

من خلال الجدول نلاحظ أن أكبر نسبة للمبحوثين الجامعيين هي 75% مؤيدين لفكرة وجود فجوة بين المجال النظري الذي يدرس في الجامعة والتطبيقي الواقع في المؤسسات ليلها بعد ذلك المحايد بنسبة 12.5% والمعارضين بنسبة 2.5%.

أما بالنسبة لدون الجامعي العينة من جهتهم تؤكد كذلك على هذا الطرح بنسبة 7.5% ونسبة 2.5% محايدين، وانعدمت النسبة لدى المعارضين.

ويتبين من هذه النتائج على أن المؤيدين يؤيدون هذه الفكرة وهذا راجع إلى: عدم انسجام وتكامل النظري مع التطبيقي لأن الجامعة تفتقر إلى ما هو ملموس وواقع في المؤسسات أنها تحتاج إلى الموارد البشرية ذوي الخبرة والكفاءة وهذا ما أدى إلى بلوغ هذه الفجوة.

الجدول رقم 42:

دون جامعي				جامعي				المتغيرات
المجموع	معارض	محايد	مؤيد	المجموع	معارض	محايد	مؤيد	العبارة
4	0	1	3	36	13	10	13	تعد الجامعة الجزائرية بمثابة مولد الطاقات التي تشغل وتتحكم وتطور القطاع العام والخاص
10%	0%	2.5%	7.5%	90%	32.5%	25%	32.5%	

أظهرت نتائج الجدول أن نسبة المؤيدين والمعارضين الجامعيين متساوية قدرت بنسبة 32.5% على أن الجامعة الجزائرية تعد بمثابة مولد الطاقات التي تشغل وتتحكم وتطور القطاع العام والخاص وأقل نسبة قدرت ب 25% للمحايدين.

أما بالنسبة لدون جامعي فالمؤيدين قدرت نسبتهم ب 7.5% والمحايد بنسبة 2.5% وانعدام نسبة المعارضين.

ويتبين من هذه النتائج على أن المستوى الجامعي والمستوى دون جامعي يؤكدون هذا الطرح وذلك يعود إلى أن لديهم قناعة بأن المحتوى التعليمي والبرامج التعليمية التي تقدمها الجامعة تساهم في تطوير القطاع العام والخاص. أما بالنسبة للمعارضين الجامعيين راجع إلى عدم ثقتهم في الجامعة كمؤسسة للتعليم العالي وفيما تقدمه من برامج تعليمية لتشغل وتتحكم وتطور القطاع العام والخاص.

الجدول رقم 43:

دون جامعي				جامعي				المتغيرات
المجموع	معارض	محايد	مؤيد	المجموع	معارض	محايد	مؤيد	العبارة
4	1	1	2	36	3	8	25	الجامعة منقطعة
10%	2.5%	2.5%	5%	90%	7.5%	20%	62.5%	عن محيطها الاقتصادي

نلاحظ من خلال استجابات الباحثين الجامعيين أن أكبر نسبة قدرت 62.5% يؤيدون بأن الجامعة منقطعة على محيطها الاقتصادي، لتأتي بعدها نسبة 20% محايدين ونسبة 7.5% معارضين.

أما بالنسبة للمستوى دون جامعي العينة من جهتهم تؤكد هذا الطرح بنسبة 5%، وتساوي نسبة المحايدين والمعارضين بنسبة قدرت ب 2.5%.

يتبين من هذه النتائج أن المؤيدون الجامعيين ودون الجامعيين يوافقون هذه الفكرة وذلك راجع إلى: عدم وجود خطة اتصالية تعتمدها الجامعة في علاقتها بالمؤسسات الاقتصادية، وعدم تنظيم تظاهرات وملتقيات أو مؤتمرات لتفعيل العلاقة ما أعطى صبغة سيئة في تشكيل هذا الانقطاع.

الجدول رقم 44:

دون جامعي				جامعي				المتغيرات
المجموع	معارض	محايد	مؤيد	المجموع	معارض	محايد	مؤيد	العبرة
4	2	1	1	36	9	11	16	الجامعة منفتحة على القطاع العام ومنغلقه على القطاع الخاص لأنها مؤسسة حكومية تنتمي إلى القطاع العام
10%	5%	2.5%	2.5%	90%	22.5%	27.5%	40%	

يظهر من خلال الجدول السابق أن الجامعة منفتحة على القطاع العام ومنغلقه على القطاع الخاص لأنها مؤسسة حكومية تنتمي إلى القطاع العام، يؤيدها المبحوثين الجامعيين بنسبة قدرت ب 40% ثم يليها المحايد بنسبة 27.5% والمعارضين بنسبة 22.5%.

أما دون جامعي يعارض المبحوثين هذا الطرح بنسبة 5% وتساوي نسبة المؤيدين والمحايد بنسبة 2.5%.

ويتبين من هذه النتائج أن الجامعيين يوافقون على انفتاح الجامعة على القطاع العام وانغلاقها على القطاع الخاص باعتبار الجامعة مؤسسة تابعة للدولة فهي تتماشى أكثر مع التغيرات الاقتصادية للقطاع العام دون الخاص لكن المستوى دون جامعي نفى هذا الطرح لأن أي مؤسسة كانت خاصة الجامعة لا بد أن تتفاعل مع محيطها الاقتصادي سواء العام أو الخاص لأن في الأخير اندماج الطالب الجامعي للعمل سيكون في القطاعين العام أو الخاص.

الجدول رقم 45:

دون جامعي				جامعي				المتغيرات
المجموع	معارض	محايد	مؤيد	المجموع	معارض	محايد	مؤيد	العبارة
4	1	1	2	36	11	14	11	تفتح الجامعة أبوابها للمؤسسات والشركات
10%	2.5%	2.5%	5%	90%	27.5%	35%	27.5%	

تشير النتائج في الجدول أن المبحوثين الجامعيين محايدين بنسبة تقدر ب 35% أن الجامعة تفتح أبوابها للمؤسسات والشركات، حيث تساوى في النسبة كل من المؤيدين والمعارضين بنسبة قدرت ب 27.5% أما دون جامعي فكانت أكبر بنسبة للمؤيدين والتي قدرت نسبتهم ب 5%، أما بالنسبة لمحايدين والمعارضين فتساوت نسبتهم ب 2.5%.

ويتبين من هذه النتائج أن أغلب الجامعيين محايدين لفكرة انفتاح الجامعة على محيطها الخارجي وهذا راجع إلى كون الجامعة لا تدخل ضمن اهتمامهم ليتعرفوا على انفتاحها أو انغلاقها على البيئة الخارجية أما المؤيدين من دون جامعي يؤكدون على تفاعل الجامعة مع المؤسسات والشركات من خلال الأبواب المفتوحة والملتقيات والمؤتمرات التي تشهدها الجامعة في كل مرة.

الجدول 46:

دون جامعي				جامعي				المتغيرات
المجموع	معارض	محايد	مؤيد	المجموع	معارض	محايد	مؤيد	العبرة
4	1	1	2	36	8	10	18	تقوم الجامعة بعقد الأبواب المفتوحة الندوات الورشات الأيام الإعلامية والدورات التدريبية مع القطاع الخاص والعام
10%	2.5%	2.5%	5%	90%	20%	25%	45%	

يتضح من الجدول أعلاه أن المبحوثين الجامعيين يؤيدون بنسبة تقدر ب 45% أن الجامعة تقوم بعقد الأبواب المفتوحة، الندوات، الورشات، الأيام الإعلامية والدورات التدريبية مع القطاع الخاص والعام، أما المحايدين قدرت نسبتهم ب 25% والمعارضين بنسبة 20%.

أما بالنسبة للمستوى دون الجامعي فتمثلت أكبر نسب لدى المؤيدين ب 5% وتساوي نسبة المعارضين والمحايدين ب 2.5%.

ويتبين من هذه النتائج أن المبحوثين مؤيدين لهذه الفكرة وهذا راجع إلى حقيقة الجامعة في عقد المؤتمرات والندوات والورشات والأيام الإعلامية مع القطاع الخاص والعام وذلك من أجل تحسين صورتها وكسب جمهور من أفراد المجتمع والمؤسسات الاقتصادية والقضاء على تلك المقاطعة.

الجدول رقم 47:

دون جامعي				جامعي				المتغيرات
المجموع	معارض	محايد	مؤيد	المجموع	معارض	محايد	مؤيد	العبرة
4	0	0	4	36	1	6	29	يعاني الطلبة من أجل الحصول على فرصة للتربص نهاية مشوارهم الدراسي
10%	0%	0%	10%	90%	2.5%	15%	72.5%	

تشير النتائج في الجدول أعلاه أن عبارة تعاني الطلبة من أجل الحصول على فرصة لتربص نهاية مشوارهم الدراسي، أيدها معظم الباحثين ذو المستوى الجامعي والذي قدرت نسبتهم ب 72.5%، أما المحايدين بنسبة قدرت ب 15% أما النسبة الأدنى للمعارضين والتي قدرت نسبتهم ب 2.5%.

وأما بالنسبة للمستوى دون الجامعي فكانت أكبر نسبة مؤيدة وذلك ب 10% وانعدمت لدى المحايدين والمعارضين.

ويتبين من هذه النتائج أن أغلب الباحثين مؤيدين هذه الفكرة وهذا راجع إلى: أن الفترة التي يقضيها الطالب الجامعي في تحضيره للشهادة الجامعية في الأخير يجد نفسه يعاني في الاندماج بعالم الشغل وذلك على اعتبار أن التخصصات لا تتناسب مع متطلبات سوق العمل.

الجدول رقم 48:

دون جامعي				جامعي				المتغيرات
المجموع	معارض	محايد	مؤيد	المجموع	معارض	محايد	مؤيد	العبرة
4	0	0	4	36	1	8	27	يعاني الطلبة من أجل الحصول على فرصة عمل في القطاع الاقتصادي وهذا يعود إلى قطيعة الجامعة بمحيطها الاقتصادي
10%	0%	0%	10%	90%	2.5%	20%	67.5%	

تشير نتائج الجدول أعلاه أن المبحوثين الجامعيين مؤيدين لفكرة معاناة الطلبة من أجل الحصول على فرصة عمل في القطاع الاقتصادي وهذا يعود إلى قطيعة الجامعة بمحيطها الاقتصادي وذلك بنسبة 67.5%، أما المحايدون فكانت النسبة بـ 20%، أما المعارضين بـ 2.5%

أما في المستوى دون الجامعي فقدت نسبة المؤيدين بـ 10% وانعدم نسبة المحايدون والمعارضين.

ويتبين من خلال هذه النتائج أن المبحوثين من الجامعيين ودون جامعيين مؤيدين لهذه الفكرة وهذا راجع إلى: مقاطعة المؤسسات الاقتصادية للجامعة سبب التدفق الهائل لمخرجات الجامعة من الطلاب وعدم الأخذ بعين الاعتبار متطلبات المحيط الاقتصادي وسوق العمل ما جعل الطلبة يعانون في الاندماج بعالم الشغل.

الجدول رقم 49:

دون جامعي				جامعي				المتغيرات
المجموع	معارض	محايد	مؤيد	المجموع	معارض	محايد	مؤيد	العبرة
4	2	1	1	36	14	17	8	الجامعة منفتحة على شركات ومؤسسات القطاع العام والخاص
10%	5%	2.5%	2.5%	90%	35%	35%	20%	

يلاحظ من خلال استجابات الباحثين الجامعيين تساوي نسبة المحايدين والمعارضين ب 35% على أن الجامعة منفتحة على شركات ومؤسسات القطاع العام والخاص في حين أيدها بعض الباحثين بنسبة 20%.
أما بالنسبة للمستوى دون الجامعي فهم معارضين لهذه الفكرة بنسبة قدرت ب 5%، في حين حصل المؤيدين والمحايدين على نفس النسبة والتي قدرت ب 2.5%.
ومن خلال هذه النتائج يتبين أن الجامعيين أغلبيتهم انقسموا ما بين محايد ومعارض وكذلك بالنسبة لما دون جامعيين فأغلبيتهم معارضين على أن الجامعة منفتحة على شركات ومؤسسات القطاع العام والخاص وهذا راجع إلى عدم وجود استراتيجية اتصالية واضحة للعلن بين الجامعة والمحيط العام والخاص.

المبحث الخامس: المقارنة

- 1- من خلال الإجابة عن السؤال رقم (1) يؤكد المبحوثين في المحيط الاجتماعي أن الجامعة بوابة نحو عالم الشغل بنسبة 52.5%، أما في المحيط الاقتصادي يرونها كذلك بوابة نحو عالم الشغل بنسبة 50%.
- 2- من خلال الإجابة عن السؤال رقم (2) يرى أفراد عينة المحيط الاجتماعي أن جامعة قلمة تتمتع بسمعة عادية وذلك بنسبة 75%، في حين ينظر المحيط الاقتصادي أن جامعة قلمة تتمتع بسمعة عادية وذلك بنسبة 65%.
- 3- من خلال الإجابة عن السؤال رقم (3) يلاحظ أفراد عينة المحيط الاجتماعي أن سبب إزدهار سمعة جامعة قلمة يعود إلى إعتناء الجهات الوصية بالجامعة الجزائرية وذلك بنسبة 12.5%، أما في المحيط الاقتصادي يرجع سبب إزدهار سمعة جامعة قلمة إلى إعتناء الجهات الوصية بالجامعة الجزائرية والمساهمة الفعالة للجامعة الجزائرية في النهضة العلمية للبلاد بنسبة 10%.
- 4- من خلال الإجابة عن السؤال رقم (4) يرجع المبحوثين في المحيط الاجتماعي أن السبب الذي ساهم في كون جامعة قلمة ذات سمعة عادية هو تراجع اهتمام الدولة بالجامعة بنسبة 30%، في حين يرجع المبحوثين في المحيط الاقتصادي السبب إلى عزلة الجامعة عن محيطها الاقتصادي والاجتماعي بنسبة 25%.
- 5- من خلال الإجابة عن السؤال رقم (5) يرجع المبحوثين في المحيط الاجتماعي والمحيط الاقتصادي أن سبب تدني سمعة جامعة قلمة راجع إلى تدني المستوى التعليمي الجامعي بنسبة 5%.
- 6- من خلال الإجابة عن السؤال رقم (6) يرى المحيط الاجتماعي أن جامعة قلمة هي مؤسسة إجتماعية لبناء أجيال المستقبل بنسبة 60%، أما المحيط الاقتصادي فيرى بأنها مؤسسة تعليمية لصناعة نخبة المجتمع بنسبة 35%.
- 7- من خلال الإجابة عن السؤال رقم (7) يؤكد المبحوثين في المحيط الاجتماعي أن جامعة قلمة منفتحة على محيطها الاجتماعي بنسبة 65%، ومنغلقة على محيطها الاقتصادي بنسبة 62.5%.
- 8- من خلال الإجابة عن السؤال رقم (8) يرجع أفراد عينة المحيط الاجتماعي سبب إنفتاح الجامعة على محيطها الاجتماعي هو وجود جمعيات لقداماء خريجي الجامعة بنسبة 46.5%، في حين يرجع أفراد عينة المحيط الاقتصادي أن سبب إنفتاح الجامعة على محيطها الاقتصادي إلى إتفاقيات التعاون المبرمة مع القطاعين العام والخاص بنسبة 20%.

9- من خلال الإجابة عن السؤال رقم (9) يؤكد المبحوثين في المحيط الاجتماعي أن سبب إنغلاق جامعة قلمة مع محيطها الاجتماعي راجع إلى عدم وجود علاقات بين الجامعة وجمعيات المجتمع المدني بنسبة 22.5%، أما سبب إنغلاقها على المحيط الاقتصادي هو عدم وجود علاقات بين الجامعة والمحيط الاقتصادي بنسبة 30%.

نتائج الدراسة:

نتائج المحيط الاجتماعي:

1. يؤكد أكثر من نصف المبحوثين بنسبة 52.5% أن الجامعة هي بوابة نحو عالم الشغل.
2. يؤكد أغلبية المبحوثين وذلك بنسبة 75% على أن جامعة قلمة تتمتع بسمعة عادية.
3. ينظر بعض أفراد العينة وذلك بنسبة 12.5% إلى أن سبب إزدهار جامعة قلمة هو إعتناء الجهات الوصية بالجامعة الجزائرية.
4. عبر ثلث المبحوثين وذلك بنسبة 30% على أن السبب في كون جامعة قلمة ذات سمعة عادية هو تراجع إهتمام الدولة بالجامعة.
5. يشير بعض المبحوثين بنسبة 5% على أن سبب تدني سمعة جامعة قلمة يعود إلى تدني المستوى التعليمي الجامعي.
6. يؤكد ثلثي المبحوثين وذلك بنسبة 60% أن جامعة قلمة هي مؤسسة لبناء أجيال المستقبل.
7. يؤكد أغلبية المبحوثين بنسبة 65% على أن الجامعة منفتحة على محيطها الاجتماعي.
8. يضير نصف المبحوثين تقريبا وذلك بنسبة 46.5% أن سبب انفتاح الجامعة على محيطها الاجتماعي هو وجود جمعيات لقداماء خرجي الجامعة Alumni.
9. عبر المبحوثين بنسبة 22.5% على أن سبب انغلاق الجامعة على محيطها الاجتماعي هو عدم وجود علاقات بين الجامعة وجمعيات المجتمع المدني.
10. يوافق المبحوثين بنسبة 45% على أن جامعة قلمة تتمتع بسمعة جيدة.
11. يؤكد المبحوثين بنسبة 47.5% على أن سبب تردّي سمعة جامعة قلمة يعود الى المبالغة في تشويه سمعتها في المجتمع.
12. يؤكد أفراد العينة وذلك بنسبة 72.5% أنه أصبح من هب ودب يستهزأ بالجامعة وسمعتها.
13. يوافق أغلبية المبحوثين وذلك بنسبة 60% أن من أهم مظاهر تردّي سمعة الجامعة هو استهزاء المجتمع الجزائري في الآونة الأخيرة بالطالب الجامعي.
14. نفى المبحوثين بنسبة 45% بأن الجامعة الجزائرية لا تتمتع بسمعة جيدة في المجتمع الجزائري.
15. يوافق جميع المبحوثين 100% على أن الجامعة من أهم المؤسسات التي يجب أن تنهض بالمجتمع.
16. يؤكد المبحوثين بنسبة 37.5% على أن الجامعة غابت وصارت مغيبة عن تأدية أدوارها في المجتمع.
17. نفى المبحوثين بنسبة 42.5% فكرة أن الجامعة منقطعة عن الواقع الاجتماعي اليوم.

18. يوافق المبحوثين وذلك بنسبة 67.5% على أن الجامعة الجزائرية تعاني من أزمة السمعة لدى الرأي العام.
19. يؤكد أغلبية المبحوثين بنسبة 72.5% على أنه حتى أصحاب المستويات الدنيا صاروا يستهزؤون بالجامعة الجزائرية والطالب الجامعي الجزائري.

نتائج المحيط الاقتصادي:

1. يؤكد نصف المبحوثين بنسبة 50% على أن جامعة قلمة عي بوابة نحو عالم الشغل.
2. يشير ثلثي المبحوثين وذلك بنسبة 65% على أن جامعة قلمة تتمتع بسمعة عادية.
3. ينظر بعض أفراد العينة و ذلك بنسبة 10% على أن سبب ازدهار سمعة جامعة قلمة اعتناء الجهات الوصية بالجامعة الجزائرية و المساهمة الفعالة للجامعة الجزائرية في النهضة العلمية للبلاد.
4. عبر ربع المبحوثين وذلك بنسبة 25% على أن السبب في كون جامعة قلمة ذات سمعة عادية هو عزلتها عن المحيط الاجتماعي والاقتصادي.
5. يشير بعض المبحوثين بنسبة 5% على أن سبب تدني سمعة جامعة قلمة يرجع إلى تدني مستوى التعليمي للجامعي.
6. ينظر أكثر من ثلث المبحوثين بنسبة 35% إلى أن جامعة قلمة هي مؤسسة تعليمية لصناعة نخبة المجتمع.
7. يدل أغلب المبحوثين بنسبة 62.5% على أن جامعة قلمة منغلقة على محيطها الاقتصادي.
8. ينظر بعض المبحوثين بنسبة 20% على أن سبب انفتاح جامعة قلمة على محيطها الاقتصادي هو وجود اتفاقيات التعاون المبرمة مع القطاعين العام والخاصة.
9. أكد ثلث المبحوثين بنسبة 30% أن سبب انغلاق جامعة قلمة على محيطها الاقتصادي هو عدم وجود علاقات بين الجامعة والمحيط الاقتصادي.
10. يؤكد معظم المبحوثين بنسبة 70% على أنه توجد قطيعة بين الجامعة الجزائرية والمؤسسات في القطاعين العام والخاص.
11. يؤكد معظم المبحوثين بنسبة 82.5% على أنه توجد فجوة بين المجال النظري الذي يدرس في الجامعة والتطبيق الواقع في المؤسسات؟
12. يؤيد بعض المبحوثين بنسبة 40% على أن الجامعة الجزائرية بمثابة مولد الطاقات التي تشغل وتتحكم وتطور القطاع العام والخاص.
13. يؤكد أغلب المبحوثين بنسبة 67.5% على أن الجامعة منقطعة عن محيطها الاقتصادي.
14. يؤيد أفراد العينة بنسبة 42.5% على أن الجامعة منفتحة على القطاع العام ومنغلقة على القطاع الخاص لأنها مؤسسة حكومية تنتمي إلى القطاع العام.

15. يجايد بعض أفراد العينة بنسبة 37.5% على أن الجامعة تفتح أبوابها للمؤسسات والشركات.
16. يؤيد نصف المبحوثين بنسبة 50% على أن الجامعة تقوم بعقد الأبواب المفتوحة، الندوات، الورشات، الأيام الإعلامية والدورات التدريبية مع القطاع والخاص.
17. يؤيد معظم المبحوثين بنسبة 82.5% على أن الطلبة يعانون من أجل الحصول على فرصة للتربص نهاية مشوارهم الدراسي.
18. يؤيد أغلب أفراد العينة بنسبة 77.5% على أن الطلبة يعانون من أجل الحصول على فرصة عمل في القطاع الاقتصادي وذلك لقطيعة الجامعة بمحيطها الاقتصادي.
19. يعارض بعض المبحوثين بنسبة 40% على أن الجامعة منفتحة على الشركات ومؤسسات القطاع العام الخاص.

خاتمة:

من خلال دراستنا لموضوع اتجاه الرأي العام الجزائري نحو سمعة جامعة قلمة لدى محيطها الاجتماعي و الاقتصادي، أدركنا أن جامعة قلمة تلعب دورا مهما في احداث التغيير الاجتماعي و الاقتصادي حيث تضفي الابتكار لدى الفرد لما تحتويه من أبعاد اجتماعية و اقتصادية فضلا عن كونها عملية مستمرة ليست مرتبطة بزمان و مكان وجيل معين لهذا فإن الجامعة لها أثر إيجابي في مجتمعنا فهي تقوم بتحسين أوضاع المجتمع و تيسر فرص عمل الأفراد لكونها تساهم في انتاج كوادر تصنع القرارات السياسية للبلاد بالإضافة إلى أنها تحقق أفضل أنواع الاستثمار من خلال توفير بيئة صناعية تهتم بالتخصصات الاقتصادية.

واعتمادا على نتائج الدراسة نستطيع القول إن جامعة قلمة تتمتع بسمعة عادية وذلك لنقص التعاون بين الجامعة والمؤسسات الاقتصادية، فالجامعة قلمة منقطعة على محيطها الاقتصادي حيث توجد فجوة بين المجال النظري الذي يدرس في الجامعة والمجال التطبيقي الواقع في المؤسسات ما أدى إلى معاناة الطلبة من أجل الحصول على فرصة للتربص نهاية مشوارهم الدراسي وهذا لا يعني أن جامعة قلمة تربطها علاقات بالبيئة الخارجية فهي منفتحة على محيطها الاجتماعي من خلال وجود جمعيات لقدماء خريجي الجامعة.

وعليه تبقى الجامعة دائما بوابة نحو عالن الشغل فهي مؤسسة اجتماعية تقوم ببناء أجيال المستقبل وتحقق النهضة الاجتماعية والاقتصادية في شتى المجالات والقطاعات.

وفي الأخير نرجوا أن تكون دراستنا قد أعطت فكرة واضحة عن سمعة جامعة قلمة واتجاه المحيط الاجتماعي الاقتصادي نحوها.

قائمة المراجع

المعاجم

1. مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط، مكتبة الشروق الدولية، مصر، ط5، 2011،

الكتب:

1. أحمد بن مرسي، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1983.
2. اسماعيل ابراهيم، مناهج البحوث الاعلامية، دار الفجر للنشر والتوزيع.
3. ألاميوب غالي، البحث في الاتصال عناصر منهجية، ترجمة ميلود سفاري فضيل دليو، رابح كعباش، مولود سعادة حليلة بوشاقور، مخبر علم الاجتماع والاتصال للبحث والترجمة، 2004.
4. جمال مجاهد، الرأي العام وطرق قياسه، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2008.
5. خالد أبو سمرة، سيكولوجية الرأي العام، دار النشر والتوزيع، الأردن، 2011.
6. الدسوقي وجيه المرسي، الاعلام وعلوم الاتصال، العلاقات العامة والجمهور.
7. رشيد حمليل، الحرب والرأي العام والدعاية، دار هومة للطباعة، الجزائر، 2007.
8. زهير عبد اللطيف عامد، الرأي العام وطرق قياسه، اليازوري الأردن، 2014.
9. سمير محمد حسين، الأسس النظرية والجوانب المنهجية، عالم الكتب، القاهرة، 1997.
10. سناء محمد الجبور، الاعلام والرأي العام العربي والعالمي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
11. صابر حارص، إشكاليات الاعلام في التأثير على الرأي العام، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007.
12. عاطف عدلي العبد عبيد، مدخل إلى الاتصال والرأي العام، الأسس النظرية والاسهامات العربية، دار الفكر العربي، القاهرة، طبعة3، 1999.

13. عبد الرزاق الدليمي، الدعاية والشائعات والرأي العام، رؤية معاصرة، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، ط2، 2015.
14. عراك عبود عمير، احمد ضياء الدين صلاح الدين، انعكاس ادارة علاقات الزبون في تعزيز سمعة المنظمة، دراسة استطلاعية لعينة من المصارف العراقية الخاصة في مدينة بغداد، 2017.
15. عزام أبو الحمام، الاعلام والمجتمع، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2011.
16. عقيل حسين عقيل، خطوات البحث العلمي مع تحديد المشكلة الى تفسير النتيجة، دار غبن كثير.
17. علي الباز، العلاقات العامة والعلوم الإنسانية والرأي العام، مع دراسة تطبيقية للعلاقات العامة بأجهزة الشرطة، مكتبة ومطبعة الاشعاع الفنية، مصر، 2002.
18. عمر نصر الله، مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2016.
19. غازي محمد راتب عصاصة وآخرون تأثير البوابات الالكترونية والنشر الدلي على ترتيب جامعة بنها في التصنيفات العالمية.
20. فتحي حسين عامر، إستطلاعات الرأي العام على الأنترنت، دار النشر والتوزيع، القاهرة، 2013
21. فلاح كاظم المحنة، علم الاتصال بال جماهير، الأفكار النظريات الأنماط، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، 2005.
22. كامل خو رشيد مراد، مدخل إلى الرأي العام، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، ط3، 2013.
23. محمد منير حجاب، أساسيات الرأي العام، دار الفجر للنشر والتوزيع، كلية الآداب سيوهاج، جامعة جنوب الوادي، 1998.
24. محمود احمد درويش، مناهج البحث في العلوم الانسانية، مؤسسة الامة العربية للنشر والتوزيع، مصر، 2018.
25. محي الدين عبد الحليم، الرأي العام في الإسلام رؤية عصرية، دار الفكر العربي، القاهرة، 2008، ص21.

26. مختار التهامي، وآخرون، الرأي العام، القاهرة، 2000.
27. مروان عبد المجيد ابراهيم، اسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2011.
28. منذر الضامن، اساسيات البحث، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2007.
29. ميرهان محسن الطنطاوي، الاستراتيجيات الاتصالية لإدارة سمعة المنظمات، دار العالم العربي، مصر، 2013.
30. ميلود سفاري وآخرون، الاشاعة والرأي العام، مؤسسة الزهراء للفنون المطبعية، قسنطينة، 2003.
31. ناهدة عبد زيد الدليمي، أسس وقواعد البحث العلمي، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان 2016.
32. نضال فلاح الضلاعين، وآخرون، الاعلام والرأي العم، دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع، الأردن، 2014.
33. نهى سعدي احمد مغازي، اسس البحث العلمي، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الاسكندرية، 2013.
34. هيثم هادي نعمان الهيتي، الرأي العام بين التحليل والتأثير، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012.
35. يوسف حجيم سلطان الطاني، عامر عبد الكريم الذبحاوي، الذكاء الاخلاقي مدخل لدعم سمعة منظمات الاعمال، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2017.

الرسائل والمذكرات الجامعية

1. إلهام بن فردي، سهيلة بليزوح، دور الإعلان في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الخدماتية لدى جمهورها الخارجي، مذكرة ماستر، جامعة العربي بن مهدي، أم البواقي، 2014/2015.
2. أمل سريسي، مفهوم اللغة في ضوء مناهج البحث اللغوي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير (دراسة منشورة)، جامعة سعد دحلب، البلديدة 2012.

3. إيمان سمير عودة، العلاقة التأثيرية بين جودة الخدمات الالكترونية وسمعة الجامعات، دراسة على عينة من الجامعات الخاصة الاردنية، جامعة الشرق الاوسط، 2012، رسالة ماجستير (رسالة جامعية منشورة).
4. إيمان سمير عودة، العلاقة التأثيرية بين جودة الخدمات الالكترونية وسمعة الجامعات، دراسة على عينة من الجامعات الخاصة الاردنية، جامعة الشرق الاوسط، 2012، رسالة ماجستير (رسالة جامعية منشورة).
5. ايمن يوسف، تطور التعليم العالي الاصلاح والآفاق السياسية، دراسة ميدانية لمجموعة من الاساتذة بجامعة بن يوسف بن خدة-الجزائر، 2007-2008، رسالة ماجستير، رسالة جامعية منشورة.
6. ايمن يوسف، تطور التعليم العالي الاصلاح والآفاق السياسية، دراسة ميدانية لمجموعة من الاساتذة بجامعة بن يوسف بن خدة-الجزائر، 2007-2008، رسالة ماجستير، رسالة جامعية منشورة.
7. أيمن يوسف، تطور التعليم العالي، الإصلاح و آفاق السياسية ، دراسة ميدانية ،لمجموعة من الأساتذة لجامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، جامعة الجزائر، 2007-2008، مذكرة ماجستير رسالة منشورة.
8. أيمن يوسف، تطور التعليم العالي، الإصلاح و آفاق السياسية ، دراسة ميدانية ،لمجموعة من الأساتذة لجامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، جامعة الجزائر، 2007-2008، مذكرة ماجستير رسالة منشورة.
9. بداوي هدى، رزقي بسمة، ظافري عفاف، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في ترقية المبيعات في المؤسسة الخدمية، مذكرة لنيل شهادة الماستر تكنولوجيا المعلومات والاتصال والمجتمع، جامعة 8 ماي 1945 قالمه، 2015-2016.
10. براهيمية ماجدة، صويلح حمزة، مخلوف أسامة، مساهمة تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة في تحسين الأداء الوظيفي بالمؤسسة الاقتصادية العمومية الجزائرية دراسة ميدانية لإطارات مؤسسة سونلغاز، مذكرة لنيل شهادة الماستر، اتصال وعلاقات عامة، جامعة 08ماي1945قالمه، 2017-2018، مذكرة منشورة.

11. بنت طاعة الله بكار، دور العلاقات العامة لمجلس الامة في ادارة صورته الذهنية، دراسة تحليلية وميدانية مقارنة بين الصورة المدركة والصورة المرغوبة والصورة المنقولة(اعلام)، جامعة الجزائر3، 2014-2015، رسالة ماجستير (رسالة جامعية منشورة).
12. بنت طاعة الله بكار، دور العلاقات العامة لمجلس الامة في ادارة صورته الذهنية، دراسة تحليلية وميدانية مقارنة بين الصورة المدركة والصورة المرغوبة والصورة المنقولة(اعلام)، جامعة الجزائر3، 2014-2015، رسالة ماجستير (رسالة جامعية منشورة).
13. رزقان ليلي، اصلاح التعليم العالي الراهن، LMD ، ومشكلات الجامعة الجزائرية، دراسة ميدانية بجامعة فرحات عباس، سطيف، جامعة سطيف2.
14. زواوي الحاج سعد، اتجاهات الجمهور نحو البرامج الإخبارية لقناة الجزيرة -دراسة ميدانية أجريت على عينة من جمهور ولاية ورقلة، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2012/2013، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع، تخصص علم اجتماع الاتصال.
15. غراف نصر الدين، التعليم الالكتروني مستقبل الجامعة الجزائرية، دراسة في المفاهيم والنماذج، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علم المكتبات جامعة منتوري، قسنطينة، 2010-2011، ص53.
16. كمال بوطي، دور جودة الخدمات المصرفية في تحسين تنافسية البنوك، جامعة محمد خيضر، بسكرة، مذكرة ماستر في العلوم الاقتصادية، 2012-2013، ص 102، مذكرة منشورة.
17. كواشي سامية العلاقة بين التكوين بالجامعة و المؤسسة الاقتصادية(دراسة ميدانية في ضوء النسق المفتوح)، جامعة الحاج لخضر ، جامعة باتنة ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، رسالة منشورة، سنة2004-2005.
18. كواشي سامية العلاقة بين التكوين بالجامعة و المؤسسة الاقتصادية(دراسة ميدانية في ضوء النسق المفتوح)، جامعة الحاج لخضر ، جامعة باتنة ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، رسالة منشورة، سنة2004-2005،
19. ليالي فايق صادق الرفاتي، اتجاهات طلبة الجامعات الفلسطينية نحو الهجرة إلى الخارج وعلاقتها بالالتزام الديني والانتماء السياسي لديهم، الجامعة الإسلامية غزة، 2016، ماجستير الصحة النفسية والمجتمعية.

20. ليالي فايق صادق الرفاتي، اتجاهات طلبة الجامعات الفلسطينية نحو الهجرة إلى الخارج وعلاقتها بالالتزام الديني والانتماء السياسي لديهم، الجامعة الإسلامية غزة، 2016، ماجستير الصحة النفسية والمجتمعية.
21. نهاد جحيش، عائشة عمايرية، رملية آسيا، السمعة الالكترونية المؤسساتية، دراسة لجامعة 8 ماي 1945 قالمة من خلال صفحات الفيسبوك، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص تكنولوجيا المعلومات والاتصال والمجتمع، جامعة 08 ماي 1945، قالمة، 2016-2017.
22. وفاء محمد عون، نجاة على عبد الله الشمراني و آخرون، تطوير أداء الجامعات السعودية في التصنيفات العالمية لتحقيق رؤية المملكة 2030، (التجربة الكندية أنموذجاً) جامعة الملك سعود.
23. يسمنية خدنة البحث العلمي في الجامعات الجزائرية دراسة ميدانية ببعض جامعات الشرق الجزائري، جامعة محمد أمين دباغين، بسطيف2، مذكرة ماجستير (رسالة منشورة)، 2017-2018.

المحاضرات:

1. اسراء محمد أحمد مصطفى التصنيف العالمي للجامعات، إدارة مشروع الطرق المؤدية إلى التعليم العالي ضمن متطلبات الحصول على شهادة حضور البرنامج التدريبي، محافظة التدريب حلوان، 2009.
2. حيدر نعمة بخيت، التصنيفات العالمية للجامعات وموقع الجامعات العربية والعراقية منها.
3. خواني عماد الدين، محاضرات في مادة الاتصال والرأي العام، علم اجتماع الاتصال، قسم علم الاجتماع والديموغرافي، منشورة، 2015.
4. سهير محمد حوالة، سارة عبد المولى المتولي معايير التصنيفات العالمية للجامعات، دراسة تحليلية نقدية، معهد الدراسات والبحوث التربوية، جامعة القاهرة، 2014.
5. محمد دهان، دلال بوعتروس ترتيب الجامعات الجزائرية ضمن التصنيفات العالمية أين يكمن الخلل؟ وما هو الحل؟، دراسات العلوم التربوية عدد خاص من مؤتمر كلية العلوم التربوية بعنوان (مؤتمر التعليم العالي في الوطن العربي)، 2017.

المجلات:

1. أزهر عباس عادي دراسة حول تصنيفات الويبو ماتريكس، مجلة بابل العلوم الصرفة والتطبيقية، مجلد 25، عدد 4، 2017.
2. رحيم يونس كرو الغراوي، مقدمة في منهج البحث العلمي، سلسلة المنهل في العلوم التربوية، دار دجلة عمان، 2008.
3. شافية قرفي، حمودي حاج صحراوي، دور المسؤولية الاجتماعية في دعم سمعة المؤسسة دراسة تحليلية من وجهة نظر اطارات مؤسسة روية للعصائر (nca) محلية الباحث، عدد 16، جامعة سطيف، الجزائر، 2016.
4. صباح حسين زيادي، دور المسؤولية الاجتماعية في تعزيز السمعة التنظيمية المدركة (دراسة تحليلية لآراء القيادات الجامعية في عينة من كليات الجامعات القادسية)، مجلة القادسية للعلوم الإدارية و الاقتصادية ، جامعة القادسية العدد 1 .
5. نجوى المفوز، نشرة تثقيفية داخلية تصدرتها وكالة التطوير والجودة بالكلية الجامعية بأملج، سلسلة ثقافة الجودة، العدد 3، 2017.
6. هاتف الفتلاوي، العلاقة بين القيادة الرشيقة وبناء السمعة التنظيمية من خلال الدور الوسيط للالتزام التنظيمي بحث تحليلي لآراء عينة من العاملين في الشركة العامة لصناعة السيارات، مجلة المثنى للعلوم الادارية والاقتصادية، مجلة 7، عدد 4، جامعة كربلاء 2017.
7. يوسف حجم الطائي، محمد جبار الصائغ، عمار عبد الكريم للذبحاوي، دور الدكاء الاخلاقي في ادارة سمعة المنظمة بحث تطبيقي لآراء عينة من اعضاء الهيئة التدريسية في كليتي العلوم والزراعة في جامعة الكوفة، مجلة القادسية للعلوم الادارية والاقتصاد، مجلد 10، عدد 1، 2013.

المواقع الإلكترونية:

1. www.acofps.com
2. [Www. Djelfa.info/vb/showthread](http://Www.Djelfa.info/vb/showthread)
3. www.agb.dz
4. www.arageek.com

جامعة 8 ماي 1945

قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات

تخصص: إتصال وعلاقات عامة



استمارة حول:

إتجاه الرأي العام الجزائري نحو سمعة الجامعة
الجزائرية لدى محيطها الاجتماعي

جامعة 8 ماي 1945 قالمة أنموذجا

ملاحظة:

إن هذا الإستبيان موجه لتحقيق أغراض علمية بحتة لذا نرجو منكم الإجابة بكل
مصادقية عن الأسئلة المطروحة بوضع علامة (x) في الحقل المناسب ونحن بدورنا
نتعهد لكم بإستخدامها فقط في ما يخدم البحث العلمي

السنة الجامعية: 2019/2018

إستمارة المحيط الإقتصادي:

أولاً: محور البيانات الشخصية:

الجنس: ذكر أنثى

الفئة العمرية:

28-18 سنة 38-28 سنة

48-38 سنة أكثر من 48 سنة

المستوى التعليمي:

جامعي: ليسانس دون جامعي: إبتدائي

متوسط ماجستير

ثانوي دكتوراه

المنصب:

عون إدارة متصرف رئيس مصلحة

أخرى تذكر:

الخبرة المهنية:

أقل من 5 سنوات 5 - 10 سنوات

10 - 15 سنة أكثر من 15 سنة

المحور الثاني: مظاهر وتجليات سمعة جامعة قالمة نحو محيطها الإقتصادي

1. ما الذي تمثله جامعة قالمة بالنسبة لك؟

- ❖ مؤسسة تعليمية تثقيفية
- ❖ مرحلة دراسية لا بد منها
- ❖ بوابة نحو عالم الشغل

أخرى تذكر:

2. كيف ترى سمعة جامعة قالمة؟

- ❖ ذات سمعة طيبة. (من فضلك أجب على السؤال (3))
- ❖ ذات سمعة عادية. (من فضلك أجب على السؤال (4))
- ❖ ذات سمعة سيئة. (من فضلك أجب على السؤال (5))

3. برأيك ما الذي ساهم في ازدهار سمعة جامعة قالمة؟

- ❖ الميزانيات الضخمة المخصصة للجامعة الجزائرية.
- ❖ إعتناء الجهات الوصية بالجامعة الجزائرية.
- ❖ المساهمة الفعالة للجامعة الجزائرية في النهضة العلمية للبلاد.

4. برأيك ما الذي ساهم في كون جامعة قالمة ذات سمعة عادية؟

- ❖ ضعف المناهج التعليمية الجامعية
- ❖ عزلة الجامعة عن محيطها الإجتماعي والإقتصادي
- ❖ تراجع إهتمام الدولة بالجامعة

5. برأيك ما الذي ساهم في تدني سمعة جامعة قالمة؟

- ❖ التدهور الملحوظ في مستوى الطلبة الجامعيين
- ❖ تدني المستوى التعليمي الجامعي
- ❖ قلة الإمكانيات المالية والتكنولوجية المخصصة للجامعة الجزائرية

6. من خلال تفاعلك مع مجتمعك، فكيف ينظر مجتمعك إلى جامعة قائمة؟

❖ مؤسسة إجتماعية لبناء أجيال المستقبل

❖ مؤسسة لتمضية مرحلة عمرية معينة

❖ مؤسسة تعليمية لصناعة نخبة المجتمع

أخرى تذكر:

7. كيف ترى علاقة جامعة قائمة بمحيطها الاقتصادي؟

❖ منفتحة على محيطها الإقتصادي. (من فضلك أجب على السؤال (8))

❖ منغلقة على محيطها الإقتصادي. (من فضلك أجب على السؤال (9))

8. إذا كانت جامعة قائمة منفتحة على محيطها الإقتصادي، فذلك يعود إلى:

❖ إتفاقيات التعاون المبرمة مع القطاعين العام والخاص.

❖ الأبواب المفتوحة للقطاعين العام والخاص في الجامعة.

❖ ورشات تكوين ورسكلة موظفي القطاعين العام والخاص في الجامعة.

❖ فتح أبواب التبرص لفائدة الطلبة في القطاعين العام والخاص.

أخرى تذكر:

9. إذا كانت جامعة قائمة منغلقة على المحيط الإقتصادي، فذلك يعود إلى:

❖ قلة أو إنعدام إتفاقيات التعاون المبرمة مع القطاعين العام والخاص.

❖ عدم وجود علاقات بين الجامعة والمحيط الإقتصادي.

❖ عدم وجود قنوات إتصال بين الجامعة والمحيط الإقتصادي.

أخرى تذكر:

المحور الثالث: اتجاه الرأي العام الجزائري نحو سمعة جامعة قالمة في محيطها
الاقتصادي:

الرقم	العبارات	مؤيد	محايد	معارض
1	توجد قطيعة بين الجامعة الجزائرية والمؤسسات في القطاعين العام والخاص.			
2	توجد فجوة بين المجال النظري الذي يدرس في الجامعة والتطبيقي الواقع في المؤسسات.			
3	تعد الجامعة الجزائرية بمثابة مولد الطاقات التي تشغل وتتحكم وتطور القطاع العام والخاص.			
4	الجامعة منقطعة عن محيطها الاقتصادي.			
5	الجامعة منفتحة على القطاع العام ومنغلقة على القطاع الخاص لأنها مؤسسة حكومية تنتمي إلى القطاع العام.			
6	تفتح الجامعة أبوابها للمؤسسات والشركات.			
7	تقوم الجامعة بعقد الأبواب المفتوحة، الندوات، الورشات، الأيام الإعلامية والدورات التدريبية مع القطاع الخاص والعام.			
8	يعاني الطلبة من أجل الحصول على فرصة للتربص نهاية مشوارهم الدراسي.			
9	يعاني الطلبة من أجل الحصول على فرصة عمل في القطاع الاقتصادي، وهذا يعود إلى قطيعة الجامعة بمحيطها الاقتصادي.			
10	الجامعة منفتحة على شركات ومؤسسات القطاع العام والخاص.			

جامعة 8 ماي 1945

قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات

تخصص: إتصال وعلاقات عامة



استمارة حول:

إتجاه الرأي العام الجزائري نحو سمعة الجامعة
الجزائرية لدى محيطها الاقتصادي

جامعة 8 ماي 1945 قالمة أنموذجا

ملاحظة:

إن هذا الإستبيان موجه لتحقيق أغراض علمية بحتة لذا نرجو منكم الإجابة بكل
مصادقية عن الأسئلة المطروحة بوضع علامة (x) في الحقل المناسب ونحن بدورنا
نتعهد لكم بإستخدامها فقط في ما يخدم البحث العلمي

السنة الجامعية: 2019/2018

إستمارة المحيط الإجتماعي:

أولاً: محور البيانات الشخصية:

1. الجنس: ذكر أنثى
2. الفئة العمرية:
- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> أقل من 18 سنة | <input type="checkbox"/> 18-28 سنة |
| <input type="checkbox"/> 28-38 سنة | <input type="checkbox"/> أكثر من 48 سنة |

3. أنت:

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> طالب (ة) جامعي (ة). | <input type="checkbox"/> طالب (ة) جامعي (ة) سابق (ة). |
| <input type="checkbox"/> أب لطالب (ة) جامعي (ة). | <input type="checkbox"/> أم لطالب (ة) جامعي (ة). |
| <input type="checkbox"/> أخ لطالب (ة) جامعي (ة). | <input type="checkbox"/> أخت لطالب (ة) جامعي (ة). |
| <input type="checkbox"/> زوج لطالبة جامعية. | <input type="checkbox"/> زوجة لطالب جامعي. |

ليس مما سبق.

4. المستوى التعليمي:

- | | | | |
|---------------------------------|----------------------------------|-------------------------------------|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> جامعي: | <input type="checkbox"/> ليسانس | <input type="checkbox"/> دون جامعي: | <input type="checkbox"/> إبتدائي |
| <input type="checkbox"/> ماستر | <input type="checkbox"/> دكتوراه | <input type="checkbox"/> متوسط | <input type="checkbox"/> ثانوي |

المحور الثاني: مظاهر وتجليات سمعة جامعة قالمة نحو محيطها الاجتماعي

1. ما الذي تمثله جامعة قالمة بالنسبة لك؟

- ❖ مؤسسة تعليمية تثقيفية.
- ❖ مرحلة دراسية لا بد منها.
- ❖ بوابة نحو عالم الشغل.

أخرى تذكر:

2. كيف ترى سمعة جامعة قالمة؟

- ❖ ذات سمعة طيبة. (من فضلك أجب على السؤال (3))
- ❖ ذات سمعة عادية. (من فضلك أجب على السؤال (4))
- ❖ ذات سمعة سيئة. (من فضلك أجب على السؤال (5))

3. برأيك ما الذي ساهم في إزدهار سمعة جامعة قالمة؟

- ❖ الميزانيات الضخمة المخصصة للجامعة الجزائرية.
- ❖ إعتناء الجهات الوصية بالجامعة الجزائرية.
- ❖ المساهمة الفعالة للجامعة الجزائرية في النهضة العلمية للبلاد.

4. برأيك ما الذي ساهم في كون جامعة قالمة ذات سمعة عادية؟

- ❖ ضعف المناهج التعليمية الجامعية.
- ❖ عزلة الجامعة عن محيطها الاجتماعي والإقتصادي.
- ❖ تراجع إهتمام الدولة بالجامعة.

5. برأيك ما الذي ساهم في تدني سمعة جامعة قالمة؟

- ❖ التدهور الملحوظ في مستوى الطلبة الجامعيين.
- ❖ تدني المستوى التعليمي الجامعي.
- ❖ قلة الإمكانيات المالية والتكنولوجية المخصصة للجامعة الجزائرية.

6. من خلال تفاعلك مع مجتمعك، فكيف ينظر مجتمعك إلى جامعة قائمة؟

❖ مؤسسة إجتماعية لبناء أجيال المستقبل.

❖ مؤسسة لتمضية مرحلة عمرية معينة.

❖ مؤسسة تعليمية لصناعة نخبة المجتمع.

أخرى تذكر:

7. كيف ترى علاقة جامعة قائمة بمحيطها الاجتماعي؟

(من فضلك أجب على السؤال (8))

❖ منفتحة على محيطها الاجتماعي.

(من فضلك أجب على السؤال (9))

❖ منغلقة على محيطها الاجتماعي.

8. إذا كانت جامعة قائمة منفتحة على محيطها الاجتماعي، فذلك يعود إلى:

❖ وجود جمعيات لقداماء خريجي الجامعة Alumni

❖ وجود جمعيات لأولياء الطلبة

أخرى تذكر:

9. إذا كانت جامعة قائمة منغلقة على محيطها الاجتماعي، فذلك يعود إلى:

❖ إنغلاق الجامعة على نفسها.

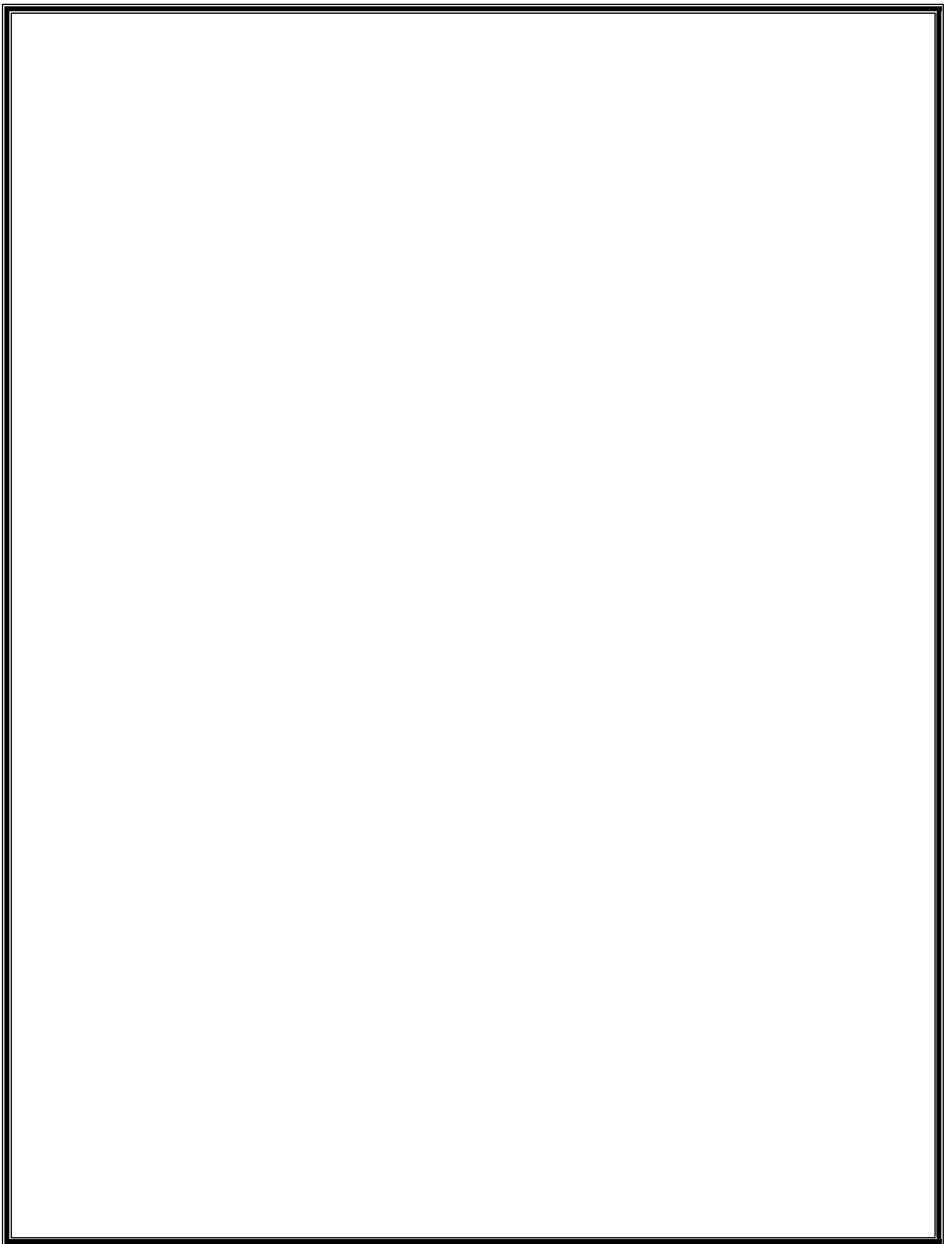
❖ عدم وجود علاقات بين الجامعة وجمعيات المجتمع المدني.

❖ إنعدام تمثيل الجامعة في المجتمع الجزائري

أخرى تذكر:

المحور الثالث: اتجاه الرأي العام الجزائري نحو سمعة جامعة قالمة في محيطها الاجتماعي:

معارض	محايد	مؤيد	العبارات	
			تتمتع الجامعة الجزائرية بسمعة جيدة في المجتمع الجزائري.	1
			يعود تردي سمعة الجامعة الجزائرية إلى المبالغة في تشويه سمعتها في المجتمع.	2
			أصبح كل من هبّ ودبّ يستهزأ بالجامعة وسمعتها.	3
			من أهم مظاهر تردي سمعة الجامعة هو استهزاء المجتمع الجزائري في الآونة الأخيرة بالطالب الجامعي.	4
			لا تتمتع الجامعة الجزائرية بسمعة جيدة في المجتمع الجزائري.	5
			الجامعة الجزائرية من أهم المؤسسات التي يجب أن تنهض بالمجتمع.	6
			غابت الجامعة وصارت مغيبة عن تأدية أدوارها ومهامها في المجتمع.	7
			الجامعة منقطعة عن الواقع الاجتماعي اليوم.	8
			تعاني الجامعة الجزائرية من أزمة السمعة لدى الرأي العام الجزائري.	9
			حتى أصحاب المستويات الدنيا صاروا يستهزؤون بالجامعة الجزائرية والطالب الجامعي الجزائري.	10



فهرس المحتويات

-	شكر وعرهان
-	إهداءات
-	ملخص الدراسة
أ	مقدمة
الفصل الأول: الإجراءات المنهجية للدراسة	
11	تمهيد
12	أولاً: إشكالية الدراسة وتساؤلاتها
16	ثانياً: أسباب اختيار الموضوع، أهمية الدراسة وأهدافها
18	ثالثاً: منهج الدراسة
20	رابعاً: أدوات جمع البيانات
22	خامساً: مجتمع الدراسة والعينة
30	سادساً: مجالات الدراسة
32	سابعاً: تحديد المفاهيم
35	ثامناً: الدراسات السابقة
41	تاسعاً: صعوبات الدراسة
42	خلاصة
44	تمهيد:
الفصل الثاني: مدخل الرأي العام:	
45	المبحث الأول: تعريف الرأي العام: Public Opinion
48	المبحث الثاني: أنواع وتصنيفات الرأي العام:
48	المطلب الأول: التقسيم حسب عمق التأثير والتأثر
49	المطلب الثاني: التقسيم من حيث عنصر الزمن
51	المطلب الثالث: تقسيم الرأي العام حسب النطاق الجغرافي
51	المطلب الرابع: التقسيم حسب أنواع الرأي
52	المطلب الخامس: التقسيم الكمي للرأي
53	المطلب السادس: التقسيم حسب التواجد
53	المطلب السابع: التقسيم حسب درجة الظهور
54	المبحث الثالث: مؤسسات أو مقومات الرأي العام
54	المطلب الأول: مقومات أولية

54	المطلب الثاني: المقومات الثانوية
54	المطلب الثالث: العادات والتقاليد
55	المطلب الرابع: الدين
56	المطلب الخامس: التربية والتعليم
56	المطلب السادس: القادة والزعماء
58	المبحث الرابع: أساليب وطرق تغيير الرأي العام
58	المطلب الأول: أسلوب التكرار والملاحقة
58	المطلب الثاني: أسلوب الاثارة العاطفية
58	المطلب الثالث أسلوب طرح الحقائق
59	المطلب الرابع: أسلوب انتباه الجماهير
59	المطلب الخامس: أسلوب البرامج المحددة
59	المطلب السادس: أسلوب افتعال الأزمات
59	المطلب السابع: أسلوب الرعب والفوضى
60	المطلب الثامن الشائعات
61	خلاصة
الفصل الثالث: السمعة بين المقاييس والمجالات والنماذج:	
63	تمهيد
64	المبحث الأول: مفهوم السمعة وأهميتها
66	المبحث الثاني: أبعاد سمعة المنظمة:
66	znnovation المطلب الأول: الابداع
67	المطلب الثاني: المسؤولية الاجتماعية social responsibility:
68	المطلب الثالث: جودة الخدمة service quality:
69	المبحث الثالث: بناء سمعة المنظمة:
70	المبحث الرابع: مقاييس السمعة:
71	المطلب الأول: الاعجاب والاحترام:
71	المطلب الثاني: الثقة بالمنظمة:
71	المطلب الثالث: الشعور الجيد عن المنظمة:
71	المطلب الرابع: الشعور بأن المنظمة تملك سمعة كلية جيدة
71	المبحث الخامس: مجالات السمعة:
71	المطلب الأول: السمعة مركب من التقييم الكلي
71	المطلب الثاني السمعة المميزة على المنافسة

71	المطلب الثالث: السمعة محتويين
71	المبحث السادس: نماذج السمعة
72	المطلب الأول: نموذج المنظمات الاكثر اعجابا في الولايات المتحدة الامريكية
72	المطلب الثاني: نموذج المنظمات الاكثر اعجابا في العالم wmac
72	المطلب الثالث: نموذج حاصل سمعة المنظمة crq
72	المطلب الرابع: نموذج reprak tm pulse
73	خلاصة:
الفصل الرابع: المؤسسات العالمية لتصنيفات الجامعات ومعاييرها	
75	تمهيد
76	المبحث الأول: تعريف تصنيف الجامعات
76	المبحث الثاني: أهمية التصنيف العالمي للجامعات
77	المبحث الثالث: أبرز التصنيفات العالمية للجامعات
77	المطلب الأول: تصنيف شنغهاي (ARWU) changhai jiao tong
78	المطلب الثاني: تصنيف ويبو متركس: webometrics
80	المطلب الثالث: تصنيف تايمز للتعليم العالي: the times higher education
82	المبحث الرابع: أسباب غياب الجامعة الجزائرية في أبرز التصنيفات العالمية
82	المطلب الأول: أسباب ترجع إلى خصوصية الجامعة الجزائرية
84	المطلب الثاني: أسباب ترجع للتصنيفات العالمية
86	خلاصة
الفصل الخامس: الإطار التطبيقي للدراسة	
88	المبحث الأول: مظاهر وتجليات سمعة جامعة قلمة نحو محيطها الاجتماعي:
97	المبحث الثاني: اتجاه الرأي العام الجزائري نحو سمعة جامعة قلمة في محيطها الاجتماعي
107	المبحث الثالث: مظاهر وتجليات سمعة جامعة قلمة نحو محيطها الاقتصادي
116	المبحث الرابع: اتجاه الرأي العام الجزائري نحو سمعة جامعة قلمة في محيطها الاقتصادي
126	المبحث الخامس المقارنة
128	نتائج الدراسة
132	الخاتمة العامة
134	قائمة المصادر والمراجع
-	الملاحق
-	فهرس المحتويات

مقدمة

الفصل الأول:

الإجراءات المنهجية للدراسة

الفصل الثاني:
مدخل للرأي العام

الفصل الثالث: السمعة بين
المجالات والمقاييس والنماذج

الفصل الرابع: المؤسسات العالمية

لتصنيفات الجامعات و معاييرها

الفصل الخامس: الاطار التطبيقي

للدراصة

الخاتمة

قائمة المصادر و المراجع

الملاحق