

دور التصميم الخارجي للمؤسسات الجامعية الخاصة في تشكيل الصورة الذهنية لدى طلابها
دراسة ميدانية على عينة من طلاب بعض الجامعات الخاصة بمدينة بنغازي

1-فرحات محمد خليل الفاخري

قسم العلاقات العامة والاعلان ، كلية الاعلام جامعة بنغازي – ليبيا

frhat.mohammed@omu.edu.ly

2 هشام فتحي المبروك بوشعالة

قسم العلاقات العامة ، كلية الاعلام، جامعة طرابلس – ليبيا

h.boshala@uot.edu.ly

1-Farhat Mohamed Khalil Al-Fakhri

Department of Public Relations and Advertising, Faculty of Media,
University of Benghazi, Libya¹ Department, Faculty, University, City, Country

2-Hisham Fathi Al-Mabrouk Boushaala

Department of Public Relations, Faculty of Media, University of
Tripoli, Libya

تاريخ الاستلام: 2026-8-22، تاريخ القبول: 2026-9-15، تاريخ النشر: 2026-09-16.

الملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور التصميم الخارجي للمؤسسات الجامعية الخاصة في تشكيل الصورة الذهنية لدى الطلاب، وذلك من خلال دراسة ميدانية على بعض الجامعات الخاصة بمدينة بنغازي، انطلاقاً من أهمية البيئة المادية للمؤسسة التعليمية باعتبارها أحد عناصر الاتصال المؤسسي التي تسهم في تكوين الانطباعات وبناء الصورة الذهنية لدى الجمهور.

وتتمثل مشكلة الدراسة في الكشف عن مدى تأثير التصميم الخارجي للمبنى الجامعي، بما يتضمنه من عناصر معمارية وجمالية وتنظيمية، في تكوين الصورة الذهنية لدى طلاب الجامعات الخاصة، في ظل التوسع المتزايد في مؤسسات التعليم العالي الخاص وتفاوت مستوى مبانيها وبيئاتها الخارجية.

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، واستخدمت استمارة الاستبيان أداة لجمع البيانات من عينة بلغت (200) طالباً من طلبة خمس جامعات خاصة بمدينة بنغازي، تم اختيارها بطريقة قصدية، ثم اختيار أفراد العينة باستخدام العينة الطبقية النسبية العشوائية لضمان تمثيل الجامعات محل الدراسة.

ركزت الدراسة على قياس عناصر التصميم الخارجي للمؤسسة الجامعية، والانطباع البصري الأول، والصورة الذهنية لدى الطلاب، كما استخدمت الأساليب الإحصائية المناسبة، ومنها التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية ومعامل ارتباط بيرسون.

وتوصلت الدراسة إلى أن التصميم الخارجي للمؤسسة الجامعية يمثل عنصراً مؤثراً في تكوين الانطباع الأول والصورة الذهنية لدى الطلاب، كما أظهرت وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تقييم الطلاب لعناصر التصميم الخارجي ومستوى الصورة الذهنية المتكونة لديهم، بما يؤكد أن التصميم المعماري للمبنى الجامعي لا يقتصر على الجانب الجمالي، بل يعد أحد مكونات الهوية المؤسسية للجامعة. وأوصت الدراسة بضرورة اهتمام الجامعات الخاصة بتطوير بيئتها المعمارية الخارجية، ووضع معايير إرشادية للتصميم الجامعي، وتحقيق التكامل بين جودة الخدمات التعليمية والجوانب المادية والاتصالية بما يعزز الصورة الذهنية الإيجابية لدى الطلاب والمجتمع.

الكلمات المفتاحية:

التصميم الخارجي – المؤسسات الجامعية الخاصة – الصورة الذهنية – الانطباع البصري – العلاقات العامة.

Abstract:

This study aimed to identify the role of the exterior design of private university institutions in shaping students' mental image, through a field study conducted on a number of private universities in Benghazi. The study was based on the importance of the physical environment of educational institutions as one of the elements of institutional communication that contributes to forming impressions and building a positive mental image among the public.

The research problem focused on examining the extent to which the exterior design of university buildings, including their architectural, aesthetic, and organizational elements, influences the formation of students' mental image, particularly in light of the growing expansion of private higher education institutions and the varying quality of their buildings and external environments.

The study adopted the descriptive method and used a questionnaire as the primary tool for data collection. The sample consisted of 200 students from five private universities in Benghazi. The universities were selected purposively, while the respondents were selected using proportionate stratified random sampling to ensure adequate representation of the universities included in the study.

The study focused on measuring the elements of the university's exterior design, students' first visual impression, and their mental image of the institution. Appropriate statistical techniques were employed, including frequencies, percentages, arithmetic means, and Pearson's correlation coefficient.

The findings indicated that the exterior design of the university institution is an influential factor in shaping students' first impressions and mental image. The study also revealed a statistically significant correlation between students' evaluations of the exterior design elements and the level of mental image formed among them. This confirms that the architectural design of a university building is not limited to its aesthetic dimension but constitutes an important component of the university's institutional identity.

The study recommended that private universities should pay greater attention to developing their external architectural environment, establish guiding standards for university design, and achieve integration between the quality of educational services and the physical and communicative aspects of the institution in ways that enhance a positive mental image among students and the wider community.

Keywords:

Exterior Design – Private University Institutions – Mental Image – Visual Impression – Public Relations.

المقدمة

شهد قطاع التعليم العالي الخاص في ليبيا خلال العقد الأخير توسعاً ملحوظاً، تمثل في ازدياد أعداد الجامعات الخاصة وانتشارها في مختلف المدن الليبية، ولا سيما مدينة بنغازي التي شهدت افتتاح العديد من الجامعات الخاصة حتى بلغ عددها (34) جامعة، وفقاً لإفادة مدير إدارة التعليم الخاص بوزارة التعليم، موزعة على تخصصات أكاديمية متنوعة*.

ويرجع هذا التوسع إلى مجموعة من العوامل، من أبرزها تكرار توقف الدراسة في الجامعات الحكومية نتيجة اعتصامات أعضاء هيئة التدريس خلال السنوات الماضية، الأمر الذي أدى إلى تعطيل العملية التعليمية في أكثر من مناسبة، ودفع أعداداً متزايدة من الطلبة، ولا سيما الحاصلين حديثاً على شهادة إتمام مرحلة التعليم الثانوي، إلى البحث عن بدائل تضمن لهم استمرارية الدراسة، فكانت الجامعات الخاصة الخيار الأكثر توافراً لاستيعاب هذا الطلب المتزايد.

وعلى الرغم من اهتمام العديد من الدراسات السابقة بتقييم الجامعات الخاصة من حيث جودة البرامج الأكاديمية، والنظام الدراسي، وكفاءة أعضاء هيئة التدريس، ومستوى الخدمات التعليمية، ومخرجات العملية التعليمية، فإن جانباً مهماً لم يحظ بالاهتمام البحثي الكافي، يتمثل في التصميم الخارجي للمؤسسات الجامعية الخاصة، ومدى انعكاسه على الصورة الذهنية التي تتكون لدى جمهورها، ولا سيما الطلاب.

وتبرز أهمية هذا الجانب في ظل وجود تفاوت واضح بين الجامعات الخاصة من حيث استيفائها لمتطلبات البيئة الجامعية الملائمة، سواء فيما يتعلق بحجم المباني، أو تصميم الواجهات، أو عدد القاعات الدراسية، أو المعامل والمرافق التعليمية، وهي جميعها عناصر ترتبط بمعايير الاعتماد المؤسسي وجودة البيئة التعليمية. ومن هذا المنطلق، تسعى هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على أحد العناصر المؤثرة في تكوين الانطباعات الأولية عن المؤسسة الجامعية، وهو التصميم الخارجي لمبنى الجامعة، وبيان دوره في تشكيل الصورة الذهنية لدى طلاب الجامعات الخاصة.

وتؤكد الأدبيات المعمارية أهمية الهوية البصرية للمؤسسات التعليمية، حيث تشير إلى أن الصورة الذهنية للمدن الجامعية تتشكل بدرجة كبيرة من خلال الطابع المعماري لمبانيها، إذ يسهم توحيد النمط المعماري في إضفاء هوية بصرية مميزة تعزز الانطباع الإيجابي عن المؤسسة التعليمية (أبا الخيل، 2018).

وانطلاقاً من ذلك، يفترض الباحثان أن التصميم الخارجي للمؤسسة الجامعية يمثل أحد العوامل المؤثرة في توجه الطلبة نحو اختيار جامعة دون أخرى، لما يتركه من انطباعات أولية قد تسهم في بناء الصورة الذهنية للمؤسسة وتعزيز جاذبيتها. ولذلك، تتناول هذه الدراسة هذا الموضوع من خلال

عرض عناصره المنهجية، وتأصيله النظري، وصولاً إلى أبرز النتائج التي يمكن أن تسهم في تطوير البيئة الجامعية الخاصة وتعزيز صورتها الذهنية لدى الطلاب.

مشكلة البحث

تُعد الصورة الذهنية للمؤسسات الجامعية من العوامل المؤثرة في قدرتها على استقطاب الطلبة وتعزيز مكانتها التنافسية، إذ تتأثر هذه الصورة بمجموعة من العناصر المادية والمعنوية، ومن بينها التصميم الخارجي للمؤسسة الجامعية، الذي يُعد أول ما يواجه الطالب ويُسهّم في تكوين انطباعه الأول عنها. وانطلاقاً من ملاحظة الباحثين، يلاحظ وجود تباين واضح في التصميمات الخارجية للجامعات الخاصة بمدينة بنغازي، سواء من حيث الطراز المعماري، أو حجم المباني، أو الواجهات، أو المرافق الخارجية، الأمر الذي قد ينعكس إيجاباً أو سلباً على الصورة الذهنية التي يكونها الطلاب تجاه هذه المؤسسات. كما تشير المعلومات المتوافرة لدى الباحثين، حتى تاريخ إجراء هذه الدراسة، إلى عدم وجود ضوابط أو معايير معمارية موحدة وملزمة تنظم التصميم الخارجي للمؤسسات الجامعية الخاصة، وهو ما يفسر هذا التفاوت بين الجامعات.

وقد عززت الملاحظات الميدانية والتجارب العملية للباحثين هذا التوجه، حيث لوحظ أن بعض أولياء الأمور والطلبة يميلون إلى تكوين انطباعات أولية عن الجامعة استناداً إلى تصميمها الخارجي ومظهرها العام، قبل التعرف على برامجها الأكاديمية أو مستوى خدماتها التعليمية أو كفاءة أعضاء هيئة التدريس بها، الأمر الذي يشير إلى احتمال وجود دور للتصميم الخارجي في تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسة الجامعية.

وفي ضوء ذلك، تتمثل مشكلة البحث في محاولة التعرف على الدور الذي يؤديه التصميم الخارجي للمؤسسات الجامعية الخاصة في تشكيل الصورة الذهنية لدى طلابها، وذلك من خلال الإجابة عن السؤال الرئيس الآتي:

ما دور التصميم الخارجي للمؤسسات الجامعية الخاصة في تشكيل الصورة الذهنية لدى طلابها؟ أهمية البحث

- إثراء الأدبيات العلمية في مجال العلاقات العامة من خلال تناول دور التصميم الخارجي للمؤسسات الجامعية الخاصة في تشكيل الصورة الذهنية لدى طلابها، وهو موضوع لم يحظ بالاهتمام الكافي في الدراسات المحلية.
- تزويد إدارات الجامعات الخاصة بمؤشرات علمية تساعد على تطوير التصميم الخارجي للمباني الجامعية بما يسهم في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة وجاذبيتها لدى الطلاب.
- تقديم نتائج وتوصيات يمكن الاستفادة منها في تطوير معايير تصميم المباني الجامعية الخاصة، بما يعزز جودة البيئة الجامعية ويدعم القدرة التنافسية لمؤسسات التعليم العالي الخاصة.

أهداف البحث

يُعد تحديد أهداف البحث من الركائز الأساسية في المنهجية العلمية، إذ تسهم الأهداف الواضحة والمحددة في توجيه مسار الدراسة، وتيسير الوصول إلى نتائج تتفق مع مشكلة البحث وتساؤلاته. وانطلاقاً من ذلك، يسعى هذا البحث إلى تحقيق الأهداف الآتية:

1. التعرف على الصورة الذهنية المتكونة لدى طلاب الجامعات الخاصة تجاه جامعاتهم.
2. التعرف على الانطباعات الأولية لدى طلاب الجامعات الخاصة تجاه التصميم الخارجي لمباني جامعاتهم.
3. الكشف عن دور التصميم الخارجي للمؤسسات الجامعية الخاصة في قرار الطلاب باختيار الجامعة.
4. التعرف على العلاقة بين التصميم الخارجي للمؤسسات الجامعية الخاصة والصورة الذهنية المتكونة لدى طلابها.
5. التوصل إلى مجموعة من المؤشرات والمقترحات المتعلقة بمتطلبات التصميم الخارجي للمباني الجامعية من وجهة نظر طلاب الجامعات الخاصة.

تساؤلات البحث

يسعى هذا البحث إلى الإجابة عن مجموعة من التساؤلات التي تنبثق عن مشكلة البحث، وتسهم في تحقيق أهدافه، وذلك على النحو الآتي:

1. ما الصورة الذهنية المتكونة لدى طلاب الجامعات الخاصة تجاه جامعاتهم؟
2. ما الانطباعات الأولية لدى طلاب الجامعات الخاصة عن التصميم الخارجي لمباني جامعاتهم؟
3. ما دور التصميم الخارجي للمؤسسات الجامعية الخاصة في قرار الطلاب باختيار الجامعة؟
4. ما العلاقة بين التصميم الخارجي للمؤسسات الجامعية الخاصة والصورة الذهنية المتكونة لدى طلابها؟
5. ما المتطلبات المعمارية التي يرى طلاب الجامعات الخاصة ضرورة توافرها في التصميم الخارجي للمبنى الجامعي؟

فروض البحث

- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التصميم الخارجي للمؤسسات الجامعية الخاصة والصورة الذهنية المتكونة لدى طلابها .
- لا يسهم التصميم الخارجي للمؤسسات الجامعية الخاصة في تشكيل الصورة الذهنية لدى طلابها.

التصميم الخارجي

يُقصد بالتصميم الخارجي في هذه الدراسة الهيئة المعمارية الظاهرة لمبنى الجامعة، وما تتضمنه من عناصر تصميمية، مثل الواجهات، والطرز المعماري، والألوان، وتنسيق المداخل والمساحات الخارجية، بما يعكس الهوية المؤسسية للجامعة ويسهم في تكوين الانطباع الأول والصورة الذهنية لدى طلابها. ويُعرف التصميم المعماري بأنه عملية إبداعية تجمع بين الجوانب العلمية والفنية والوظيفية، وتهدف إلى تخطيط وتنظيم العناصر المادية للمباني بما يحقق احتياجات المستخدمين ويهيئ بيئة مناسبة لممارسة الأنشطة المختلفة، مع مراعاة الجوانب الجمالية والرمزية والتقنية التي تمنح المبنى شخصيته المعمارية المميزة (نوبي، د.ت.).

كما يشير مفهوم فن التصميم المعماري إلى مجموعة العمليات المنطقية والفنية والعلمية التي تهدف إلى ابتكار وتنظيم الفراغات المعمارية بما يتلاءم مع احتياجات الإنسان ومتطلبات البيئة المحيطة، وقد تطور هذا المفهوم عبر العصور من مجرد تلبية الاحتياجات الأساسية للإنسان إلى وسيلة تعكس الهوية الحضارية والثقافية والجمالية للمجتمعات، الأمر الذي جعل العديد من المباني تمثل معالم معمارية بارزة تسهم في تكوين الانطباعات الإيجابية لدى الأفراد (الحلايقة، 2016).

ويعرف الباحثان التصميم الخارجي إجرائياً بأنه: مجموعة الخصائص والعناصر المعمارية الظاهرة لمبنى الجامعة، بما تشمل الواجهة الخارجية، والتصميم الهندسي، والألوان، والمداخل، والمساحات المحيطة، والتي تسهم في تكوين الانطباع الأول وتشكيل الصورة الذهنية لدى طلاب الجامعة الخاصة، ويُقاس من خلال استجابات أفراد عينة الدراسة على فقرات الاستبانة المخصصة لهذا المتغير.

الصورة الذهنية

تُعرف الصورة الذهنية بأنها الصورة العقلية التي تتكون لدى الأفراد عن المؤسسات والمنظمات، وقد تنشأ نتيجة الخبرة المباشرة أو غير المباشرة، وقد تستند إلى معلومات موثقة أو إلى انطباعات وشائعات، إلا أنها تمثل في النهاية واقعاً إدراكياً بالنسبة لمن يحملها (عجوة، 2000، ص. 23).

ويعرف الباحثان الصورة الذهنية إجرائياً بأنها: مجموعة الانطباعات والتقييمات والاتجاهات التي يكونها طلاب الجامعات الخاصة تجاه جامعاتهم نتيجة إدراكهم للتصميم الخارجي للمبنى الجامعي، والتي تنعكس في آرائهم واتجاهاتهم نحو الجامعة، ويُقاس هذا المتغير من خلال استجابات أفراد عينة الدراسة على فقرات الاستبانة.

أنواع الصورة الذهنية

يشير علي عجوة (2000، ص. 9) إلى أن الصورة الذهنية للمؤسسات تتخذ عدة صور، من أهمها:

1. الصورة المرآة: وهي الصورة التي ترى المؤسسة نفسها من خلالها.
2. الصورة الحالية: وهي الصورة الفعلية التي يكونها الجمهور عن المؤسسة.
3. الصورة المرغوبة: وهي الصورة التي تسعى المؤسسة إلى ترسيخها في أذهان جمهورها.

4. الصورة المثلى: وهي الصورة التي تطمح المؤسسة إلى تحقيقها، وقد يصعب الوصول إليها في ظل المنافسة.

5. الصورة المتعددة: وهي الصورة التي تتكون نتيجة اختلاف الانطباعات التي ينقلها ممثلو المؤسسة إلى جمهورها، وقد تتطور لاحقاً إلى صورة موحدة إيجابية أو سلبية. ويعد هذا التقسيم من أكثر التقسيمات ارتباطاً بمجال العلاقات العامة، لأنه يفسر طبيعة الصورة الذهنية التي تسعى المؤسسات إلى بنائها وإدارتها لدى جماهيرها المختلفة.

النموذج النظري المستخدم في البحث

اعتمد الباحثان على نموذج إدارة الصورة الذهنية الذي قدمه Shet and Abratt، والذي يوضح آلية تكوين الصورة الذهنية للمؤسسات من خلال ثلاث مراحل مترابطة (Abratt, 1989, p. 363)، وهي:

المرحلة الأولى: شخصية المؤسسة

وتمثل القيم والمبادئ والفلسفة التي تقوم عليها المؤسسة، والتي تنعكس في رسالتها وأهدافها وثقافتها التنظيمية، وتشكل الأساس الذي تُبنى عليه هويتها المؤسسية.

المرحلة الثانية: هوية المؤسسة

وتتمثل في جميع الوسائل التي تعبر بها المؤسسة عن شخصيتها، مثل الهوية البصرية، والشعار، والتصميم المعماري، وأساليب الاتصال، والعلاقات مع وسائل الإعلام، وغيرها من الأنشطة الاتصالية التي تسهم في تقديم صورة موحدة عن المؤسسة.

المرحلة الثالثة: الصورة الذهنية للمؤسسة

وتمثل الانطباعات والتصورات التي تتكون لدى الجمهور نتيجة تفاعله مع هوية المؤسسة وأنشطتها المختلفة، وتتأثر هذه الصورة بالخبرات المباشرة وغير المباشرة وبجميع الرسائل التي يتلقاها الجمهور عن المؤسسة.

وفي إطار هذه الدراسة، يعد التصميم الخارجي للمؤسسة الجامعية الخاصة أحد أهم مكونات الهوية المؤسسية، والذي يسهم في تكوين الانطباع الأول لدى الطلاب، ومن ثم يؤثر في تشكيل الصورة الذهنية التي يحملونها تجاه جامعاتهم، وهو ما يبرر اعتماد هذا النموذج بوصفه الإطار النظري المفسر للعلاقة بين متغيرات الدراسة.

الجامعات الخاصة في ليبيا

تُعد الجامعات الخاصة في ليبيا مؤسسات تعليمية تعمل في إطار القوانين واللوائح المنظمة للتعليم العالي، وتخضع للضوابط والتعليمات المعمول بها في وزارة التعليم العالي والبحث العلمي فيما يتعلق بإنشائها وبرامجها الأكاديمية وأنظمتها التعليمية. وقد شهدت السنوات الأخيرة توسعاً ملحوظاً في انتشار الجامعات الخاصة بمختلف المدن الليبية، مع تفاوت في مستويات الجودة والاعتماد المؤسسي والبرامجي، حيث حصلت بعض الجامعات على الاعتماد المؤسسي من مركز ضمان الجودة واعتماد المؤسسات التعليمية

والتدريبية، بينما لا تزال جامعات أخرى في مراحل استكمال متطلبات الاعتماد. ومع ذلك، فإن جميع الجامعات الخاصة محل الدراسة تمارس نشاطها التعليمي بصورة قانونية، استنادًا إلى التراخيص الصادرة عن الجهات المختصة، الأمر الذي يمنحها الحق في قبول الطلبة وتقديم خدماتها التعليمية. وفي هذا الإطار، لا تهدف هذه الدراسة إلى تقييم جودة الجامعات الخاصة أو مستوى برامجها الأكاديمية، وإنما تركز على أحد الجوانب الاتصالية المرتبطة بها، والمتمثل في دور التصميم الخارجي للمؤسسة الجامعية في تشكيل الصورة الذهنية لدى طلابها. كما تسعى إلى التعرف على مدى إسهام التصميم الخارجي للمبنى الجامعي في تكوين الانطباعات الأولية، وما إذا كان يمثل أحد العوامل المؤثرة في قرار الطلاب باختيار جامعة خاصة دون غيرها.

الدراسات السابقة

من خلال الاطلاع على الدراسات والأبحاث السابقة فيما يتعلق بموضوع البحث وجد الباحث مجموعة كبيرة من الدراسات ورسائل الماجستير المحلية حول موضوع الصورة الذهنية وكانت جلها تتعلق بدراسة وتحليل طبيعة الصورة الذهنية لبعض المؤسسات الخدمية والانتاجية من وجهة نظر الجمهور الخارجي بشكل عام وكانت أهداف أغلب تلك الدراسات تتمحور حول طبيعة الخدمات أو المنتجات التي تتميز بها تلك المؤسسات دون الإشارة إلى رمزية المباني أو التصميم المعماري وانعكاسه على الصورة الذهنية المنطبعة لدى الجمهور وفيما يلي عينة من هذه الدراسات.

أجرى أسامة الزروق مسعود (2019) دراسة بعنوان "إدارة الصورة الذهنية للجامعات الليبية: دراسة ميدانية - بكلية الإعلام - جامعة بنغازي"، هدفت إلى التعرف على مفهوم الصورة الذهنية وأساليب إدارتها باعتبارها إحدى وظائف العلاقات العامة، والكشف عن آليات تكوينها ودعمها وتصحيحها، إضافة إلى التعرف على مدى إدراك العاملين بالجامعة لرؤيتها ورسالتها وأهدافها الاستراتيجية وانعكاس ذلك على الصورة الذهنية لديهم، والتعرف على الصورة الذهنية لجامعة بنغازي لدى جمهورها الداخلي، والمشكلات المؤثرة فيها، ودور الاتصال في تحسين صورة الجامعة لدى العاملين بها. واعتمدت الدراسة على الموظفين العاملين بكليات جامعة بنغازي مجتمعًا للدراسة، وتوصلت إلى أن الجامعة حققت الصورة الذهنية المثالية لدى موظفيها بدرجة متوسطة، في حين جاءت الصورة الذهنية الواقعية بدرجة مرتفعة، كما أظهرت النتائج تحقق رسالة الجامعة وأهدافها الاستراتيجية لدى الموظفين بدرجة مرتفعة، ووجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الاحتياجات المادية للموظفين والصورة الذهنية الواقعية لديهم، وكذلك بين الاتصال داخل الجامعة والصورة الذهنية الواقعية لأفراد العينة.

كما أجرى عبد المنعم مفتاح محمد (2013) دراسة بعنوان "الصورة الذهنية للخدمات الصحية بالمستشفيات العامة لدى الليبيين، ودور العلاقات العامة في تحسينها: دراسة ميدانية"، هدفت إلى التعرف على الصورة الذهنية المتكونة لدى الجمهور الليبي عن الخدمات الصحية المقدمة بالمستشفيات

العامة، ومدى إسهام العلاقات العامة في تحسين هذه الصورة من خلال التعرف على وظائفها وأهدافها. وشملت الدراسة الجمهور الداخلي المتمثل في العاملين بإدارات العلاقات العامة بالمستشفيات العامة بمدينة طرابلس، إضافة إلى الجمهور الخارجي، واعتمدت على أسلوب العينة العشوائية الطبقية ذات التوزيع المتساوي، واستخدمت الاستبانة أداة لجمع البيانات. وأظهرت النتائج وجود تفاوت في المستوى التنظيمي لإدارات العلاقات العامة بالمستشفيات، حيث جاءت في بعض المؤسسات بمستوى إدارة وفي مؤسسات أخرى بمستوى وحدة، كما كشفت عن ضعف اهتمام العلاقات العامة بوظائف البحوث والدراسات العلمية والتخطيط والاتصال والتقييم، وعدم وجود دور واضح لها في تحسين الصورة الذهنية للمستشفيات محل الدراسة، إضافة إلى أن مستوى الصورة الذهنية لدى الجمهور الخارجي عن الخدمات الصحية المقدمة جاء بدرجة متوسطة.

وفي مجال البيئة الجامعية والتصميم المعماري، أجرى أحمد (2025) دراسة بعنوان "جودة حياة الطلاب: العوامل المؤثرة في إدراك الطلاب للبيئة العمرانية للحرم الجامعي"، هدفت إلى التعرف على أثر البيئة المادية للحرم الجامعي وعناصرها التصميمية في إدراك الطلاب للجامعة وجودة تجربتهم التعليمية، من خلال دراسة تصوراتهم تجاه مكونات البيئة الجامعية، مثل توزيع المباني، والعناصر المادية، والمساحات المفتوحة، والعوامل التصميمية المؤثرة في استخدام الحرم الجامعي. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت الاستبانة والملاحظة الميدانية لجمع البيانات، وتوصلت إلى أن خصائص البيئة العمرانية للحرم الجامعي، بما تتضمنه من تصميم المباني وتنظيم الفراغات الخارجية، تؤثر بصورة واضحة في إدراك الطلاب للجامعة وتجربتهم التعليمية، وأكدت أهمية الاهتمام بالتخطيط والتصميم الجامعي باعتباره أحد العوامل الداعمة لجودة البيئة التعليمية.

كما أجرى سليمان، مصطفى، وفهمي (2024) دراسة بعنوان "خصائص تصميم المساحات الخارجية للحرم الجامعي وعلاقتها بإدراك الطلاب لجودتها: دراسة في السياق المصري"، هدفت إلى التعرف على العلاقة بين خصائص التصميم الخارجي للمساحات الجامعية وإدراك الطلاب لجودتها من الناحية الوظيفية والجمالية، وذلك من خلال تحليل عدد من عناصر التصميم، مثل التنظيم المكاني، والتنوع، والتنسيق البصري، والعناصر الطبيعية داخل الحرم الجامعي. واعتمدت الدراسة على تقييم الطلاب والصور الفوتوغرافية لبعض المساحات الجامعية، وأظهرت النتائج أن عناصر التصميم الخارجي للحرم الجامعي تؤثر في الانطباعات التي يكونها الطلاب عن البيئة الجامعية، وأن جودة التصميم تسهم في تحسين تجربة المستخدم وتعزيز ارتباطه بالمكان.

موقع الدراسة الحالية من الدراسات السابقة

يتضح من استعراض الدراسات السابقة أنها تناولت موضوع الصورة الذهنية للمؤسسات من زوايا متعددة، حيث ركزت بعض الدراسات على دور العلاقات العامة في بناء وإدارة الصورة الذهنية

للمؤسسات التعليمية والخدمية، كما في دراسة مسعود (2019) التي تناولت إدارة الصورة الذهنية للجامعات الليبية لدى جمهورها الداخلي، ودراسة محمد (2013) التي بحثت في دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمستشفيات العامة. وقد أكدت هذه الدراسات أهمية الصورة الذهنية باعتبارها أحد العناصر الأساسية في بناء علاقة المؤسسة بجمهورها وتعزيز مكانتها.

كما تناولت بعض الدراسات الأخرى البيئة المادية والتصميم المعماري للمؤسسات الجامعية، من خلال التركيز على دور تصميم الحرم الجامعي ومكوناته العمرانية في تشكيل إدراك الطلاب وتجربتهم داخل المؤسسة التعليمية، وأظهرت أهمية العناصر المادية للمكان في تكوين الانطباعات لدى مستخدميه.

وتختلف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في أنها تجمع بين متغيرين رئيسيين هما **التصميم الخارجي للمؤسسات الجامعية الخاصة والصورة الذهنية لدى الطلاب**، حيث تسعى إلى الكشف عن دور التصميم الخارجي للمبنى الجامعي في تشكيل الانطباع الأول والصورة الذهنية المتكونة لدى طلاب الجامعات الخاصة بمدينة بنغازي، في حين ركزت معظم الدراسات السابقة إما على إدارة الصورة الذهنية من منظور العلاقات العامة، أو على تقييم البيئة الجامعية من منظور معماري وتصميمي.

وتتميز الدراسة الحالية بتركيزها على أحد الجوانب المادية للهوية المؤسسية للجامعة، والمتمثل في التصميم الخارجي، باعتباره أحد العناصر التي قد تؤثر في إدراك الطلاب للجامعة واتجاهاتهم نحوها، وهو جانب لم يحظَ باهتمام كافٍ في الدراسات الليبية والعربية، مما يمنح الدراسة الحالية أهمية في سد جانب من الفجوة البحثية في هذا المجال.

منهج البحث

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي باعتباره المنهج الأكثر ملاءمة لطبيعة موضوع البحث، حيث يتيح وصف وتحليل وتفسير الآراء والاتجاهات المتكونة لدى أفراد عينة الدراسة تجاه التصميم الخارجي للمؤسسات الجامعية الخاصة، ومدى انعكاسه على الصورة الذهنية لديهم. ويُعد المنهج الوصفي من أكثر المناهج استخدامًا في الدراسات التي تهتم بدراسة الاتجاهات والانطباعات والصور الذهنية لدى الجمهور، لقدرته على رصد الظواهر كما هي في الواقع وتحليل العلاقات بين متغيراتها.

ويُعرف المنهج الوصفي بأنه أسلوب بحثي يهدف إلى دراسة الظواهر والمشكلات العلمية من خلال وصفها وصفًا دقيقًا، وتحليل خصائصها والعوامل المرتبطة بها، وصولًا إلى تفسيرات علمية تساعد الباحث في تحديد أبعاد المشكلة واستخلاص النتائج المرتبطة بها (بحيى سعد، د.ت).

ويعتمد هذا المنهج على مجموعة من التساؤلات أو الفروض العلمية التي توجه عملية جمع البيانات وتحليلها، بهدف الوصول إلى نتائج تساعد في تفسير العلاقة بين التصميم الخارجي للمؤسسات الجامعية الخاصة والصورة الذهنية المتكونة لدى الطلاب.

مجتمع البحث والعينة

تمثل مجتمع البحث في طلبة الجامعات الخاصة بمدينة بنغازي، ونظرًا لعدم توفر قاعدة بيانات رسمية شاملة ومحدثة تتضمن العدد الكلي لطلبة جميع الجامعات الخاصة في المدينة، فقد اعتمد الباحث على تحديد مجتمع الدراسة الميداني من خلال الجامعات الخاصة التي تم اختيارها لتطبيق إجراءات الدراسة. وفي ضوء طبيعة موضوع البحث ومتطلباته الميدانية، تم اختيار (5) جامعات خاصة من بين الجامعات الخاصة بمدينة بنغازي باستخدام أسلوب العينة القصدية، وذلك وفق معايير محددة تمثلت في استعداد إدارات هذه الجامعات للتعاون والسماح بإجراء الدراسة الميدانية، وتوفر البيانات اللازمة حول أعداد الطلبة، بالإضافة إلى مراعاة وجود تباين نسبي بين الجامعات المختارة من حيث طبيعة المباني الجامعية وتصميمها الخارجي والمرافق والخدمات المصاحبة لها، بما يحقق قدرًا مناسبًا من التنوع في مجتمع الدراسة. وبلغ إجمالي عدد الطلبة المسجلين في الجامعات الخمس المختارة (420) طالبًا، وقد تم تحديد حجم عينة الدراسة بالرجوع إلى جداول تحديد حجم العينات، حيث بلغ الحجم المناسب للعينة (200) مفردة، بما يتناسب مع حجم مجتمع الدراسة ويحقق متطلبات التمثيل الإحصائي.

ولضمان تمثيل جميع الجامعات المختارة داخل العينة، اعتمد الباحث أسلوب العينة الطبقية النسبية العشوائية، حيث اعتُبرت كل جامعة طبقة مستقلة، وتم تحديد عدد المفردات المسحوبة من كل طبقة وفقًا لنسبتها من إجمالي مجتمع الدراسة، ثم جرى اختيار أفراد العينة داخل كل جامعة بطريقة عشوائية، بما يضمن توزيعًا متوازنًا للعينة ويحد من احتمالات التحيز في اختيار المبحوثين.

وقد سبقت عملية جمع البيانات مجموعة من الإجراءات الميدانية، تمثلت في زيارة الجامعات المختارة للاطلاع على طبيعة مبانيها وتصميمها الخارجي ومرافقها الخدمية، والتنسيق مع إدارتها ومكاتب التسجيل للحصول على البيانات المتعلقة بأعداد الطلبة وتوزيع العينة، ومن ثم تطبيق أداة الدراسة (الاستبانة) على أفراد العينة المختارة تمهيدًا لمعالجة البيانات وتحليلها إحصائيًا.

ادوات جمع المعلومات

استمارة الاستبيان

وتُعد استمارة الاستبيان من أكثر أدوات جمع البيانات استخدامًا في البحوث الوصفية، حيث يعتمد الباحث من خلالها على مجموعة من الأسئلة أو الفقرات التي يتم إعدادها وفقًا لأهداف الدراسة ومتغيراتها، بهدف الحصول على البيانات والمعلومات اللازمة لتحليل الظاهرة المدروسة، كما تتميز بإمكانية تطبيقها على أعداد كبيرة من المبحوثين، وتوحيد أسلوب جمع البيانات بما يحقق قدرًا مناسبًا من الموضوعية والدقة (عبد الحميد، 2010، ص 389). ولقد اشتملت صحيفة الاستبيان المستخدمة في هذا البحث على مجموعة من الأسئلة قسمت على أربعة محاور الأول تناول التصميم الخارجي المميز للجامعة الخاصة ومدى انعكاسه على جودة الخدمات الجامعية ومستواها العلمي، والمحور الثاني تناول الانطباع البصري الأول

لدى عينة الدراسة والمحور الثالث الصورة الذهنية المنطبعة عن الجامعات الخاصة لدى عينة البحث وكيف تكونت؟ المحور الرابع تناول العلاقة بين التصميم الخارجي والصورة الذهنية حسب افراد عينة البحث.

عرض وتحليل البيانات ومناقشة النتائج

يتناول هذا الفصل عرضاً وتحليلاً للبيانات الميدانية التي تم جمعها من خلال استمارة الاستبيان المطبقة على عينة الدراسة البالغ قوامها (200) مفردة من طلبة الجامعات الخاصة بمدينة بنغازي، وذلك بهدف التعرف على آرائهم واتجاهاتهم تجاه التصميم الخارجي للمؤسسات الجامعية الخاصة ومدى انعكاسه على الصورة الذهنية المتكونة لديهم.

وقد تم معالجة البيانات التي تم الحصول عليها باستخدام مجموعة من الأساليب الإحصائية الوصفية، تمثلت في التكرارات، والنسب المئوية، والمتوسطات الحسابية، والأوزان النسبية؛ بهدف وصف استجابات أفراد العينة وتحليل اتجاهاتهم نحو محاور الدراسة المختلفة، والكشف عن طبيعة العلاقة بين التصميم الخارجي للمؤسسة الجامعية الخاصة والصورة الذهنية لدى الطلاب.

كما يتضمن هذا الجزء من الدراسة تفسير النتائج ومناقشتها في ضوء أهداف البحث وتساؤلاته وفروضه، وربطها بالإطار النظري والدراسات السابقة، بما يسهم في الوصول إلى تصور علمي حول دور التصميم الخارجي للجامعة الخاصة في تشكيل الانطباعات والصورة الذهنية لدى جمهورها الطلابي.

أولاً: عرض وتحليل البيانات العامة للمبحوثين

جدول رقم 1 توزيع افراد العينة حسب الجنس

الجنس	التكرار	النسبة
ذكر	110	55%
انثى	90	45%
المجموع	200	100%

يتضح من بيانات الجدول أن توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس جاء متقارباً نسبياً، حيث بلغ عدد الذكور (110) مفردة بنسبة (55%) ، في حين بلغ عدد الإناث (90) مفردة بنسبة (45%) ويشير هذا التوزيع إلى وجود تمثيل مناسب لكلا الجنسين داخل عينة الدراسة، بما يعزز إمكانية الحصول على آراء متنوعة حول تأثير التصميم الخارجي للمؤسسات الجامعية الخاصة في تشكيل الصورة الذهنية لدى الطلاب، ويقلل من احتمالية تأثر النتائج باتجاه جنس معين.

جدول رقم 2 توزيع أفراد العينة حسب العمر

الفئة العمرية	التكرار	النسبة
أقل من 20 سنة.	40	20%
من 20 إلى أقل من 25 سنة.	120	60%
من 25 إلى أقل من 30 سنة.	30	15%
30 سنة فأكثر.	10	5%
المجموع	200	100%

تشير بيانات الجدول إلى أن غالبية أفراد عينة الدراسة تتركز في الفئة العمرية (من 20 إلى أقل من 25 سنة)، حيث بلغ عددهم (120) مفردة بنسبة (60%) ، وهي الفئة الأكثر تمثيلاً بين طلبة الجامعات الخاصة، تليها فئة أقل من 20 سنة بعدد (40) مفردة بنسبة (20%) ، بينما جاءت الفئة العمرية من 25 إلى أقل من 30 سنة بنسبة (15%)، في حين سجلت الفئة العمرية 30 سنة فأكثر أقل نسبة بواقع (5%) . ويعكس هذا التوزيع طبيعة مجتمع الدراسة المتمثل في طلبة الجامعات الخاصة، إذ تتركز النسبة الأكبر من الطلبة في الفئات العمرية المرتبطة بمرحلة التعليم الجامعي الأولى، مما يجعل أفراد العينة أكثر قدرة على تقييم البيئة الجامعية وتصميم مبانيتها الخارجية، باعتبارهم الفئة الأكثر احتكاكاً المباشر بالمؤسسة الجامعية.

جدول رقم 3 توزيع أفراد العينة حسب التخصص العلمي

التخصص العلمي	التكرار	النسبة %
التخصصات الطبية	50	25%
التخصصات الهندسية	45	22.5%
التخصصات الإنسانية والاجتماعية	40	20%
التخصصات الاقتصادية والإدارية	50	25%
تخصصات أخرى	15	7.5%
المجموع	200	100%

يوضح الجدول توزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً للتخصص العلمي، حيث جاءت التخصصات الطبية والاقتصادية والإدارية في المرتبة الأولى من حيث التمثيل، بواقع (50) مفردة لكل منهما بنسبة (25%)، تليها التخصصات الهندسية بعدد (45) مفردة بنسبة (22.5%) ، ثم التخصصات الإنسانية والاجتماعية بعدد (40) مفردة بنسبة (20%) ، بينما جاءت التخصصات الأخرى في المرتبة الأخيرة بعدد (15) مفردة بنسبة (7.5%).

ويشير هذا التوزيع إلى تنوع أفراد العينة من حيث الخلفيات العلمية، بما يساهم في الحصول على آراء واتجاهات مختلفة حول التصميم الخارجي للمؤسسات الجامعية الخاصة والصورة الذهنية المتكونة عنها، كما يعزز من شمولية النتائج وعدم ارتباطها بتخصص علمي محدد.

جدول رقم 4 توزيع أفراد العينة حسب المستوى الدراسي

النسبة %	التكرار	المستوى الدراسي
45	90	السنة الأولى
15	30	السنة الثانية
12.5	25	السنة الثالثة
20	40	السنة الرابعة
7.5	15	السنة الخامسة
100	200	المجموع

يتضح من بيانات الجدول أن النسبة الأكبر من أفراد عينة الدراسة كانت من طلبة السنة الأولى، حيث بلغ عددهم (90) مفردة بنسبة (45%) ، يليهم طلبة السنة الرابعة بعدد (40) مفردة بنسبة (20%) ، ثم طلبة السنة الثانية بعدد (30) مفردة بنسبة (15%) ، في حين جاءت نسبة طلبة السنة الثالثة بواقع (25) مفردة بنسبة (12.5%) ، بينما سجل طلبة السنة الخامسة أقل نسبة بواقع (15) مفردة بنسبة (7.5%) ويشير هذا التوزيع إلى أن معظم أفراد العينة ينتمون إلى المراحل الدراسية الأولى والمتوسطة، وهي مراحل يكون فيها الطالب أكثر قدرة على تكوين انطباعات واضحة عن البيئة الجامعية ومرافقها وتصميمها الخارجي نتيجة احتكاكه اليومي بالمؤسسة التعليمية، كما أن وجود طلبة من مختلف المستويات الدراسية يحقق قدرًا من التنوع في الآراء حول موضوع الدراسة.

جدول رقم (5): أسباب اختيار الجامعة من وجهة نظر أفراد العينة

النسبة	التكرار	سبب اختيار الجامعة
75%	150	جودة التخصصات والبرامج الأكاديمية المتوفرة
60%	120	السمعة الجيدة للجامعة ومكانتها بين الجامعات الخاصة
57.5%	115	كفاءة أعضاء هيئة التدريس وجودة الخدمات التعليمية
52.5%	105	موقع الجامعة وملاءمته من حيث القرب وسهولة الوصول
45%	90	مناسبة الرسوم الدراسية والتسهيلات المالية المقدمة
42.5%	85	جاذبية التصميم الخارجي وشكل المبنى الجامعي
35%	70	توصيات الأسرة أو الأصدقاء والمعارف
55%	110	توفر المرافق والخدمات الجامعية المناسبة (القاعات، المعامل، المكتبة)
32.5%	65	سهولة إجراءات القبول والتسجيل
47.5%	95	توفر بيئة جامعية مناسبة ومريحة للطلاب
5%	10	أسباب أخرى

تشير بيانات الجدول إلى أن جودة التخصصات والبرامج الأكاديمية جاءت في مقدمة أسباب اختيار الطلاب للجامعات الخاصة، حيث أشار إليها (150) طالبًا بنسبة (75%) ، مما يعكس أهمية الجانب الأكاديمي في قرار الالتحاق بالجامعة. كما جاءت سمعة الجامعة ومكانتها في المرتبة الثانية بنسبة (60%)، تليها كفاءة أعضاء هيئة التدريس وجودة الخدمات التعليمية بنسبة (57.5%)

وفيما يتعلق بموضوع الدراسة، فقد احتل جاذبية التصميم الخارجي وشكل المبنى الجامعي مرتبة مهمة ضمن أسباب الاختيار، حيث أشار إليه (85) طالباً بنسبة (42.5%) ، وهي نسبة تدل على أن المظهر الخارجي للجامعة يمثل أحد العوامل المؤثرة في قرار الطالب، وإن كان يأتي إلى جانب عوامل أخرى أكثر ارتباطاً بجودة التعليم والخدمات الجامعية.

وتوضح هذه النتائج أن اختيار الجامعة الخاصة لا يعتمد على عامل واحد، بل يتشكل من مجموعة من الاعتبارات الأكاديمية والخدمية والمادية، ويعد التصميم الخارجي أحد المكونات التي تسهم في تكوين الانطباع الأول وتعزيز جاذبية المؤسسة الجامعية لدى الطلاب.

ثانياً: تحليل محاور الدراسة

جدول (6): عناصر التصميم الخارجي للمؤسسة الجامعية الخاصة

المتوسط الحسابي	أوافق بشدة	أوافق	محايد	أعارض	أعارض بشدة	العبارة
3.70	50	80	40	20	10	يتميز المبنى الجامعي بتصميم معماري حديث وجذاب
3.82	56	84	36	16	8	تتميز واجهات الجامعة بالنظافة والتنظيم والتناسق
3.72	52	78	42	18	10	يتناسب الشكل الخارجي للمبنى مع طبيعة المؤسسة الجامعية
3.64	48	76	44	20	12	يعكس التصميم الخارجي للجامعة هويتها كمؤسسة تعليمية
3.60	48	76	44	20	12	الألوان المستخدمة في المبنى الجامعي مناسبة ومتناسقة
3.47	40	70	50	24	16	تتوفر مساحات خضراء وأماكن جلوس مناسبة داخل البيئة الخارجية للجامعة
3.73	52	80	40	18	10	مدخل الجامعة واللافتة الخارجية واضحا ومصممان بصورة مميزة
3.63	48	74	46	20	12	يسهم تنظيم المداخل والممرات الخارجية في سهولة حركة الطلاب
3.55	44	72	48	22	14	توجد إضاءة خارجية مناسبة تعزز جمالية المبنى وأمانه
3.74	52	82	38	18	10	يعكس التصميم الخارجي للجامعة مستوى من التنظيم والجودة المؤسسية
3.66	المتوسط العام					

تشير بيانات الجدول إلى أن أفراد عينة الدراسة لديهم اتجاه إيجابي نحو عناصر التصميم الخارجي للمؤسسات الجامعية الخاصة، حيث بلغ المتوسط العام للمحور (3.66) من خمس درجات، وهو ما يشير إلى مستوى موافقة مرتفع نسبياً على أن التصميم الخارجي يمثل أحد العناصر المهمة في تقييم البيئة الجامعية وتكوين الانطباع عنها.

وقد جاءت عبارة "تتميز واجهات الجامعة بالنظافة والتنظيم والتناسق" في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (3.82)، وهو ما يعكس إدراك الطلاب لأهمية المظهر الخارجي المنظم والنظيف في تكوين الانطباع الأول عن المؤسسة الجامعية. كما جاءت عبارة "مدخل الجامعة واللافتة الخارجية واضحا ومصممان

بصورة مميزة "بمتوسط (3.73)، وعبرة "يعكس التصميم الخارجي للجامعة مستوى من التنظيم والجودة المؤسسية "بمتوسط (3.74)، مما يدل على أن العناصر البصرية المرتبطة بالواجهة والمداخل والهوية المعمارية تعد من المؤشرات المهمة التي يعتمد عليها الطلاب في تقييم الجامعة.

كما أظهرت النتائج أن عبارة "يتناسب الشكل الخارجي للمبنى مع طبيعة المؤسسة الجامعية" حصلت على متوسط (3.72)، وهو ما يشير إلى إدراك الطلبة للعلاقة بين الشكل المعماري للمبنى والوظيفة التعليمية التي تؤديها الجامعة، في حين جاءت عبارة "يعكس التصميم الخارجي للجامعة هويتها كمؤسسة تعليمية" بمتوسط (3.64)، مما يؤكد أن التصميم الخارجي لا ينظر إليه باعتباره عنصرًا جماليًا فقط، بل باعتباره أحد مكونات الهوية المؤسسية للجامعة.

أما أقل العبارات حصولاً على المتوسط فكانت عبارة "تتوفر مساحات خضراء وأماكن جلوس مناسبة داخل البيئة الخارجية للجامعة" بمتوسط (3.47)، تليها عبارة "توجد إضاءة خارجية مناسبة تعزز جمالية المبنى وأمانه" بمتوسط (3.55)، وهو ما قد يشير إلى وجود جوانب تحتاج إلى مزيد من الاهتمام في تصميم البيئة الخارجية للحرم الجامعي، خاصة فيما يتعلق بالعناصر التي توفر الراحة والجاذبية البصرية للطلاب.

وتتفق هذه النتائج مع ما أشارت إليه دراسة إبراهيم عبدالله أبو الخيل (2018) حول أهمية المباني الجامعية باعتبارها عنصراً يعبر عن هوية المؤسسة التعليمية، وأن التصميم المعماري الموحد والجيد يسهم في تكوين صورة واضحة ومميزة عن الحرم الجامعي. كما تتسجم مع ما أكدته الدراسات المتعلقة بالبيئة العمرانية الجامعية من أن تصميم المباني والمساحات الخارجية يؤثر في إدراك الطلاب لجودة البيئة التعليمية وانطباعاتهم تجاه المؤسسة الجامعية.

كما تتفق النتائج مع دراسة أحمد (2025) التي أوضحت أن عناصر البيئة المادية للحرم الجامعي، بما تتضمنه من تصميم المباني وتنظيم المساحات الخارجية، تؤثر في تجربة الطلاب وإدراكهم للمؤسسة التعليمية، وكذلك مع دراسة سوليمان ومصطفى وفهمي (2024) التي أكدت وجود علاقة بين جودة تصميم المساحات الخارجية للحرم الجامعي وبين الانطباعات التي يكونها الطلاب عن الجامعة.

وبناءً على ذلك، يمكن القول إن نتائج هذا المحور تدعم أحد افتراضات الدراسة، وهو أن التصميم الخارجي للمؤسسة الجامعية الخاصة يمثل عنصراً مؤثراً في تشكيل إدراك الطلاب للجامعة، ويسهم في بناء صورة إيجابية عنها من خلال ما يحمله من دلالات جمالية وتنظيمية تعكس مستوى الاهتمام والتميز المؤسسي.

جدول (7): الانطباع البصري الأول عن المبنى الخارجي للجامعة الخاصة

المتوسط الحسابي	أوافق بشدة	أوافق	محايد	أعارض	أعارض بشدة	العبارة
3.80	50	88	36	18	8	المظهر الخارجي للجامعة يعطي انطباعاً أولياً إيجابياً عنها
3.69	48	82	40	20	10	تصميم واجهة المبنى الجامعي يجذب الانتباه عند رؤيته لأول مرة
3.80	50	88	36	18	8	الشكل الخارجي للجامعة يوحي بالتنظيم والترتيب
3.70	48	82	42	18	10	مدخل الجامعة وتصميمه الخارجي يترك انطباعاً جيداً لدى الطلاب
3.74	50	84	38	20	8	يعكس التصميم الخارجي للمبنى طابعاً مميزاً يختلف عن الجامعات الأخرى
3.85	54	90	34	16	6	يسهم المظهر الخارجي للمبنى في تكوين الانطباع الأول عن الجامعة
3.76	المتوسط العام					

تشير نتائج الجدول إلى أن أفراد عينة الدراسة لديهم اتجاه إيجابي نحو دور التصميم الخارجي للمبنى الجامعي في تكوين الانطباع البصري الأول عن الجامعة، حيث بلغ المتوسط العام للمحور (3.76) من خمس درجات، وهو ما يعكس مستوى موافقة مرتفعاً على أن المظهر الخارجي للمؤسسة الجامعية يمثل عنصراً مؤثراً في تشكيل الإدراك الأولي لدى الطلاب.

وقد جاءت عبارة "يسهم المظهر الخارجي للمبنى في تكوين الانطباع الأول عن الجامعة" في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (3.85)، مما يؤكد أن الطلاب يدركون العلاقة المباشرة بين الشكل الخارجي للمبنى وبين الصورة الأولية التي تتكون لديهم عن الجامعة. كما جاءت عبارة "المظهر الخارجي للجامعة يعطي انطباعاً أولياً إيجابياً عنها" و"الشكل الخارجي للجامعة يوحي بالتنظيم والترتيب" بمتوسط (3.80) لكل منهما، وهو ما يشير إلى أن العناصر البصرية المرتبطة بجمال المبنى وتنظيمه تسهم في بناء تقييم إيجابي للمؤسسة الجامعية.

كما حصلت عبارة "يعكس التصميم الخارجي للمبنى طابعاً مميزاً يختلف عن الجامعات الأخرى" على متوسط (3.74)، وهو ما يدل على أهمية التميز المعماري في تعزيز تفرد الجامعة وتمييزها عن المؤسسات المنافسة، في حين جاءت عبارة "مدخل الجامعة وتصميمه الخارجي يترك انطباعاً جيداً لدى الطلاب" بمتوسط (3.70)، وعبارة "تصميم واجهة المبنى الجامعي يجذب الانتباه عند رؤيته لأول مرة" بمتوسط (3.69)، وهي جميعها تقع ضمن مستوى الموافقة المرتفع.

وتشير هذه النتائج إلى أن الانطباع الأول عن الجامعة لا يتكون فقط من خلال عناصرها الأكاديمية أو الخدمية، بل يتأثر كذلك بالمظاهر المادية والرمزية التي تقدمها المؤسسة للجمهور، حيث يمثل المبنى الجامعي أحد أشكال الاتصال غير المباشر الذي يعكس هوية الجامعة ومستوى اهتمامها بالتفاصيل المؤسسية. وتتفق هذه النتيجة مع ما أشار إليه علي عجوة في دراساته حول الصورة

الذهنية، من أن الصورة التي تتكون لدى الجمهور قد تنشأ من الخبرة المباشرة أو غير المباشرة، وأن المظاهر الخارجية للمؤسسة تعد من العناصر التي تسهم في تكوين الإدراك والانطباعات عنها. كما تنسجم مع نموذج إدارة الصورة الذهنية لكل من (Shet and Abratt 1989) الذي يوضح أن هوية المؤسسة ومظاهرها الاتصالية والمادية تمثل مرحلة أساسية في بناء الصورة الذهنية لدى الجمهور.

كما تتفق نتائج هذا المحور مع ما توصلت إليه دراسة الزبير (2018) حول العلاقة بين الهوية البصرية والصورة الذهنية في المؤسسات التعليمية الخاصة، حيث أكدت أهمية العناصر البصرية في تشكيل إدراك الجمهور للمؤسسة التعليمية. وتدعم كذلك نتائج الدراسات الخاصة بالبيئة العمرانية الجامعية التي أوضحت أن تصميم المباني والمساحات الخارجية يؤثر في تجربة الطلاب وانطباعاتهم عن الجامعة.

وبناءً على ذلك، تؤكد نتائج الجدول أن التصميم الخارجي للمؤسسة الجامعية الخاصة يمثل رسالة بصرية أولى تصل إلى الطالب، ويسهم بدرجة واضحة في تكوين انطباع إيجابي عن الجامعة، بما يدعم دور العناصر المعمارية في بناء صورتها الذهنية لدى جمهورها الداخلي المتمثل في الطلاب.

جدول (8): الصورة الذهنية للمؤسسة الجامعية لدى أفراد عينة الدراسة

العبارة	أعارض بشدة	أعارض	محايد	أوافق	أوافق بشدة	المتوسط الحسابي
أرى أن الجامعة تتمتع بسمعة طيبة لدى المجتمع	10	20	40	80	50	3.70
تكون لدي انطباعات إيجابية تجاه الجامعة التي أدرس بها	8	18	36	86	52	3.78
أشعر بأن الجامعة تتميز عن غيرها من الجامعات الخاصة	10	22	42	78	48	3.66
أرى أن الجامعة تحظى بمكانة جيدة بين الطلاب والمجتمع	8	20	40	82	50	3.73
لدي ثقة في مستوى الجامعة وإمكاناتها التعليمية	9	18	38	84	51	3.75
تعكس الجامعة صورة مؤسسية إيجابية لدى جمهورها	8	16	36	88	52	3.80
المتوسط العام						3.74

توضح بيانات الجدول أن أفراد عينة الدراسة يمتلكون اتجاهًا إيجابيًا نحو الصورة الذهنية للمؤسسات الجامعية الخاصة التي يدرسون بها، حيث بلغ المتوسط العام للمحور (3.74) من خمس درجات، وهو ما يشير إلى مستوى مرتفع من الموافقة على العبارات المرتبطة بالصورة الذهنية للجامعة، ويعكس وجود انطباعات إيجابية لدى الطلاب تجاه مؤسساتهم الجامعية.

وقد جاءت عبارة "تعكس الجامعة صورة مؤسسية إيجابية لدى جمهورها" في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (3.80)، مما يدل على إدراك الطلاب لقدرة الجامعة على تقديم صورة إيجابية عن ذاتها من خلال مختلف عناصرها المؤسسية. كما جاءت عبارة "تكون لدي انطباعات إيجابية تجاه الجامعة التي أدرس بها" بمتوسط (3.78)، وهو ما يعكس وجود ارتباط عاطفي وإدراكي إيجابي بين الطلاب والجامعة التي ينتمون إليها.

وجاءت عبارة "لدي ثقة في مستوى الجامعة وإمكاناتها التعليمية" بمتوسط (3.75)، ثم عبارة "أرى أن الجامعة تحظى بمكانة جيدة بين الطلاب والمجتمع" بمتوسط (3.73)، بينما حصلت عبارة "أرى أن الجامعة تتمتع بسمعة طيبة لدى المجتمع" على متوسط (3.70)، في حين جاءت عبارة "أشعر بأن الجامعة تتميز عن غيرها من الجامعات الخاصة" بأقل متوسط حسابي بلغ (3.66)، إلا أنها ما زالت ضمن مستوى الموافقة المرتفع.

وتشير هذه النتائج إلى أن الصورة الذهنية لدى الطلاب لا ترتبط فقط بالجانب الأكاديمي، وإنما تتشكل من خلال مجموعة من العناصر المتداخلة، من بينها المظهر المؤسسي للجامعة، ومستوى الخدمات، وطبيعة البيئة الجامعية، والانطباعات اليومية التي يكتسبها الطالب من خلال تفاعله مع المؤسسة.

وتتفق هذه النتائج مع مفهوم الصورة الذهنية الذي أشار إليه عوجة (2000)، باعتبارها مجموعة الأفكار والانطباعات والمشاعر التي تتكون لدى الأفراد عن المؤسسة، سواء من خلال التجربة المباشرة أو غير المباشرة، حيث تصبح هذه الانطباعات واقعاً إدراكياً بالنسبة للجمهور. كما تتسجم مع نموذج إدارة الصورة الذهنية الذي قدمه (Shet and Abratt 1989)، والذي يوضح أن صورة المؤسسة تتشكل نتيجة التفاعل بين هوية المؤسسة وممارساتها والعناصر التي يدركها الجمهور عنها.

كما تتفق نتائج هذا المحور مع دراسة أسامة الزروق مسعود (2019) حول إدارة الصورة الذهنية للجامعات الليبية، والتي أكدت أهمية الاتصال والعوامل المؤسسية في تشكيل الصورة الذهنية لدى جمهور الجامعة الداخلي، كما تدعم ما توصلت إليه دراسة الزبير (2018) حول العلاقة بين الهوية البصرية والصورة الذهنية في المؤسسات التعليمية الخاصة، حيث أكدت أن العناصر البصرية للمؤسسة تعد أحد المكونات المؤثرة في بناء الصورة لدى الجمهور.

وبناءً على ذلك، يمكن القول إن نتائج هذا المحور تؤكد أن طلاب الجامعات الخاصة بمدينة بنغازي يحملون صورة ذهنية إيجابية نسبياً عن جامعاتهم، وأن هذه الصورة تتأثر بمجموعة من العوامل المؤسسية، يأتي من بينها التصميم الخارجي للمبنى الجامعي باعتباره أحد المظاهر المادية التي تعكس هوية الجامعة ومستوى تنظيمها وتميزها.

جدول (9): معامل ارتباط بيرسون بين عناصر التصميم الخارجي والصورة الذهنية

القرار الإحصائي	مستوى الدلالة	معامل الارتباط (r)	المتغيرات
رفض الفرض الصفري وقبول الفرض البديل	0.000	0.684	عناصر التصميم الخارجي × الصورة الذهنية

تشير نتائج الجدول إلى وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين تقييم الطلاب لعناصر التصميم الخارجي للمؤسسة الجامعية والصورة الذهنية المتكونة لديهم، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط ($r = 0.684$) وهي قيمة تدل على وجود علاقة موجبة بدرجة متوسطة إلى قوية، كما أن مستوى الدلالة الإحصائية ($\text{Sig} = 0.000$) أقل من مستوى الدلالة المعتمد (0.05) وبناءً على ذلك يتم رفض الفرض الصفري الذي ينص على عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين التصميم الخارجي والصورة الذهنية، وقبول الفرض البديل القائل بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المتغيرين.

وتشير هذه النتيجة إلى أن ارتفاع مستوى تقييم الطلاب لجودة التصميم الخارجي للجامعة يرتبط بارتفاع مستوى الصورة الذهنية الإيجابية لديهم.

جدول (10): معامل ارتباط بيرسون بين الانطباع البصري الأول والصورة الذهنية

القرار الإحصائي	مستوى الدلالة	معامل الارتباط (r)	المتغيرات
رفض الفرض الصفري وقبول الفرض البديل	0.000	0.721	الانطباع البصري الأول × الصورة الذهنية

توضح نتائج الجدول وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين الانطباع البصري الأول والصورة الذهنية لدى أفراد العينة، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط ($r = 0.721$) وهي علاقة موجبة قوية نسبياً، مما يشير إلى أن الانطباعات الأولية التي تتكون لدى الطلاب نتيجة مشاهدة المبنى الخارجي تسهم بدرجة واضحة في تشكيل الصورة الذهنية عن الجامعة. وبناءً عليه يتم رفض الفرض الصفري وقبول الفرض البديل، أي أن الانطباع البصري الأول يرتبط بصورة ذات دلالة إحصائية بالصورة الذهنية لدى الطلاب.

ثالثاً: نتائج وتوصيات البحث النتائج العامة

- أظهرت نتائج الدراسة أن التصميم الخارجي للمؤسسات الجامعية الخاصة يمثل أحد العناصر المؤثرة في إدراك الطلاب للمؤسسة الجامعية، حيث بينت استجابات أفراد العينة وجود تقييم إيجابي

نسبيًا للعناصر المعمارية والبصرية للمباني الجامعية، بما يشمل شكل المبنى، الواجهات، المداخل، التنظيم الخارجي، والعناصر الجمالية المصاحبة.

- كشفت النتائج أن المظهر الخارجي للمؤسسة الجامعية يسهم في تكوين الانطباع البصري الأول لدى الطلاب، إذ تبين أن الشكل المعماري للمبنى الجامعي والعناصر المرتبطة به تشكل نقطة الاتصال الأولى بين الطالب والمؤسسة، وتؤثر في الإدراك الأولي لطبيعة الجامعة ومستوى تنظيمها.
- أظهرت الدراسة وجود صورة ذهنية إيجابية نسبيًا لدى طلاب الجامعات الخاصة تجاه المؤسسات التي ينتمون إليها، حيث ارتبطت هذه الصورة بمجموعة من العناصر المتمثلة في السمعة، والثقة، والشعور بالانتماء، والمكانة المدركة للجامعة.
- بينت نتائج اختبار معامل ارتباط بيرسون وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين عناصر التصميم الخارجي والصورة الذهنية لدى الطلاب، مما يؤكد أن تحسين الجوانب المعمارية والبصرية للمؤسسة الجامعية يرتبط بارتفاع مستوى الصورة الذهنية الإيجابية عنها.
- أثبتت النتائج وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الانطباع البصري الأول والصورة الذهنية للجامعة، مما يشير إلى أن التصورات الأولية التي تتكون لدى الطلاب من خلال المشاهدة المباشرة للمبنى الجامعي تمثل أحد العوامل المساهمة في بناء اتجاهاتهم نحو المؤسسة.
- أوضحت الدراسة أن التصميم الخارجي لا يمثل عنصرًا جماليًا فقط، بل يعد أحد مكونات الهوية المؤسسية للجامعة، باعتباره يعكس مستوى التنظيم والاهتمام بالصورة العامة التي تقدمها المؤسسة أمام طلابها والمجتمع.
- أشارت النتائج إلى أهمية التكامل بين الجوانب المادية والاتصالية في بناء الصورة الذهنية للجامعة، حيث لا يمكن الاعتماد على جودة البرامج التعليمية والخدمات الأكاديمية فقط، بل يجب أن يصبغها اهتمام بالبيئة المادية التي تحتضن العملية التعليمية.
- كشفت الدراسة عن حاجة بعض الجامعات الخاصة إلى مزيد من الاهتمام بالتخطيط المعماري والتصميم الخارجي، بما يتوافق مع طبيعة المؤسسة الجامعية ومتطلبات بناء الهوية البصرية المميزة لها.

التوصيات

في ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة، يوصي الباحث بما يلي:

- ضرورة اهتمام إدارات الجامعات الخاصة بتطوير التصميم الخارجي لمبانيها الجامعية باعتباره أحد عناصر الهوية المؤسسية ووسيلة اتصال غير مباشرة تسهم في تكوين انطباعات إيجابية لدى الطلاب والمجتمع.

- العمل على وضع معايير إرشادية للتصميم المعماري للجامعات الخاصة من قبل الجهات المختصة بالتعليم العالي وضمان الجودة، بما يضمن توافق المباني الجامعية مع طبيعة المؤسسة التعليمية ومتطلبات البيئة الجامعية الحديثة.
- تعزيز مفهوم الهوية البصرية للمؤسسات الجامعية الخاصة من خلال تحقيق التكامل بين التصميم المعماري الخارجي والعناصر البصرية الأخرى بما يعكس شخصية الجامعة ورسالتها ومكانتها.
- ضرورة إجراء قياسات دورية للصورة الذهنية لدى الطلاب والجمهور المستهدف، والاستفادة من نتائجها في تطوير الجوانب المادية والاتصالية والخدمية للجامعة بما يعزز الثقة والانتماء إليها.
- التأكيد على أن بناء الصورة الذهنية الإيجابية للجامعة لا يعتمد على جودة البرامج التعليمية والخدمات الأكاديمية فقط، بل يتطلب تكاملاً بين الأداء المؤسسي والبيئة الجامعية المادية، وفي مقدمتها التصميم الخارجي للمبنى الجامعي.

مراجع الدراسة

1. أبا الخيل، إبراهيم عبدالله. (2018). المباني الجامعية. مجلة البناء الإلكترونية. تم الاسترجاع من موقع مجلة البناء بتاريخ 27 يونيو 2024.
2. عوجة، علي. (2003). العلاقات العامة والصورة الذهنية. القاهرة: عالم الكتب.
3. عبد الحميد، محمد. (2000). البحث العلمي في الدراسات الإعلامية. القاهرة: عالم الكتب.
4. كردي، حمد السيد. (2011). إدارة الصورة الذهنية للمنظمات في إطار واقع المسؤولية الاجتماعية. جامعة بنها، كلية التجارة.
5. الحلايقة، غادة. (2016). مفهوم فن التصميم المعماري. تم الاسترجاع من موقع موضوع بتاريخ 28 أغسطس 2016.
6. الزيادات، أميرة. (2023). أسس التصميم المعماري للجامعات. تم الاسترجاع من موقع موضوع.
7. نوبي، حسن. (د.ت). نظريات العمارة والتصميم المعماري. تم الاسترجاع من موقع Scribd.
8. الزبير، محمد عبد الرحمن. (2018). العلاقة بين الهوية البصرية والصورة الذهنية في المؤسسات التعليمية الخاصة. مجلة البحوث الإعلامية، 12(2)، 45-68.
9. سعد، يحيى. (2024). المنهج الوصفي في البحث العلمي. مدونة دراسة للاستشارات والدراسات. تم الاسترجاع من موقع دراسة بتاريخ 29 يونيو 2024.
10. مبتعث للدراسات والاستشارات الأكاديمية. (2024). المنهج الوصفي: تعريفه وخصائصه. تم الاسترجاع من موقع مبتعث بتاريخ 29 يونيو 2024.

11. مسعود، أسامة الزروق. (2019). إدارة الصورة الذهنية للجامعات الليبية: دراسة ميدانية. كلية الإعلام، جامعة بنغازي، ليبيا.
12. محمد، عبد المنعم مفتاح. (2013). الصورة الذهنية للخدمات الصحية بالمستشفيات العامة لدى الليبيين، ودور العلاقات العامة في تحسينها: دراسة ميدانية. رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة طرابلس، ليبيا.
13. أحمد، منى. (2025). جودة حياة الطلاب: العوامل المؤثرة في إدراك الطلاب للبيئة العمرانية للحرم الجامعي. مجلة دراسات العمارة والتخطيط الحضري، 15(2)، 55-78.
14. سليمان، مصطفى، وفهمي، أحمد. (2024). خصائص تصميم المساحات الخارجية للحرم الجامعي وعلاقتها بإدراك الطلاب لجودتها: دراسة في السياق المصري. مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية، 9(45)، 210-235.
15. Abratt, R. (1989). A new approach to the corporate image management process. *Journal of Marketing Management*, 5(1), 63-76.
16. Michigan State University. (2022). Planning principles. Retrieved April 20, 2022.