

دور المسؤولية الاجتماعية في بناء الصورة الذهنية للجامعات  
(دراسة ميدانية على الجامعات المصرية)

**"The Role of Social Responsibility in  
Building the Mental Image of Universities"**

(A Field Study of Egyptian Universities)

عمل الباحثة

د. رباب السيد رجب

مدرس إدارة الأعمال/كلية التجارة/جامعة بورسعيد

# دور المسؤولية الإجتماعية في بناء الصورة الذهنية للجامعات (دراسة ميدانية على الجامعات المصرية)

## الملخص

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن دور المسؤولية الإجتماعية ككل بأبعادها الفرعية (البعد الإنساني ، البعد الأخلاقي ، البعد القانوني ، البعد الاقتصادي ) في بناء الصورة الذهنية للجامعات المصرية ، والتعرف على مدى تأثير المتغيرات الديمغرافية على مدى إدراك عينة الدراسة للمسؤولية الإجتماعية، وتكونت عينة الدراسة من (537 مفردة) شملت مجموعة من أعضاء هيئة التدريس والعاملين بالجامعات المصرية (الإسكندرية ، طنطا ، المنوفية ، أسيوط)، طبقت الباحثة إستمارة المسؤولية الإجتماعية والصورة الذهنية في الجامعات المصرية (من إعداد الباحثة) مكونة من ثلاث أجزاء (البيانات الأولية ، المسؤولية الإجتماعية، الصورة الذهنية ) ومن ثم تم جمع البيانات الخاصة بالبحث وتحليلها إحصائياً وإستخراج النتائج، وتوصلت النتائج إلى أن الجامعات محل الدراسة أظهرت مستوى عالي من الإهتمام بالمسؤولية الإجتماعية بأبعادها الفرعية ، كما أثبتت الدراسة وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين المسؤولية الإجتماعية بأبعادها الفرعية وبناء الصورة الذهنية في الجامعات المصرية، كذلك أظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) في مستوى المسؤولية الإجتماعية لدى العاملين بالجامعات المصرية راجعة إلى الاختلاف في المتغيرات الديمغرافية (النوع، الفئة العمرية، مستوى الخبرة، والمستوى التعليمي).

الكلمات الافتتاحية: المسؤولية الإجتماعية، الصورة الذهنية، الجامعات المصرية .

# **"The Role of Social Responsibility in Building the Mental Image of Universities"**

**(A Field Study of Egyptian Universities)**

## **Abstract:**

The aim of this study is to uncover the role of social responsibility and its variables (human, moral, social, legal and economical) in constructing mental image of the Egyptian universities. Moreover, it helps determining the level of differences in the perception of the dimensions of social responsibility according to their personal variable. A questionnaire was performed to define the data necessary to make the study required to assess the impact of social responsibility in the construction of mental image. This questionnaire has been distributed to a group of faculties and staff members of a group of Egyptian universities (Alexandria, Tanta, Menoufia and Assiut). The sample of the study reached a number of 537 individuals; consequently the statistical methods that fit the questions and hypotheses of the study were used. Whereas the overall average was (0,05), there were no statistically significant differences in the perception of the social sample according to their demographic variables. There was a significant effect of social responsibility on the building of mental image, with the exception of the economical variable.

**Keywords : Social Responsibility, Mental Image of Egyptian universities.**

## أولاً: مقدمة :

تشهد منظمات الأعمال على إختلاف أنشطتها وأعمالها العديد من المشكلات والصعوبات في تلبية إحتياجات بيئتها الإجتماعية وتحقيق مصالح الأطراف الأخرى ومصالح المجتمع ككل ، الأمر الذي أفضى الى ضرورة إلتزام المنظمات بتحقيق أهداف ومصالح المجتمع بجانب مصالحها ، وذلك إدراكاً منها بأنها جزء من المجتمع وأنها مسئولة أمام هذا المجتمع ، ونتيجة لذلك ظهر مفهوم المسؤولية الإجتماعية والذي يعبر عن مجموعه الأنشطة والأعمال التي تقوم بها المنظمات لتحقيق التكامل بين أهدافها وأهداف المجتمع ( زهرة ، 2014 ) .

وبناءً على ذلك أدركت المنظمات ان ما تقوم به من انشطه وأعمال سواء كانت تلك الأعمال إيجابية أم سلبية سوف يترك إنطباعات وتأثيراً في نفوس وأذهان المتعاملين معها ، وإن هذا الإنطباع سوف يعد من الأسس التي تدعم قدرات المنظمات على تحقيق أهدافها ، لذلك سوف يكون عليها أن تعمل جاهده لخلق صورة ذهنية إيجابية من شأنها ان تحقق لها القدرة على المنافسة والتميز في بيئتها (نعيم ، 2016)

وتوضح الباحثة أن الجامعات من أهم المؤسسات الإجتماعية التي ترتبط إرتباطاً وثيقاً بالمجتمع والتي يقع على عاتقها مسؤولية إجتماعية كبيرة تجاه المجتمع خاصة في ظل التحديات التكنولوجية السريعة ، والتطور الكبير في متطلبات سوق العمل ، حيث لاقى موضوع المسؤولية الإجتماعية للجامعات إهتمام الباحثين والكتاب في الأونة الأخيرة وذلك بإعتبارها منظمة شبكية مفتوحة على العالم تقوم بإنتاج المعرفة والعلوم ، وإعداد جيل يعي المفاهيم والقيم المجتمعية ، ويتحلى بروح المسؤولية نحو مجتمعه ، بجانب أن الأنشطة والأعمال التي تقوم بها الجامعات تسهم في تكوين صورة ذهنية خاصة لدى الشباب ، لذلك تسعى تلك الدراسة الى التعرف على دور المسؤولية الإجتماعية في بناء صورة ذهنية للجامعات .

## ثانياً: الدراسات السابقة

### أ- الدراسات المتعلقة بالمسؤولية الإجتماعية :

- دراسة ( عبيد واخرون ، 2014 ) : هدفت هذه الدراسة الى التعرف على أثر تطبيق مفهوم المسؤولية الإجتماعية على تحسين رسالة الشركة السودانية للإتصالات وإستخدامها كأداة إستراتيجية ، وقد أثبتت تلك الدراسة وجود أثر للمسؤولية الإجتماعية تجاه البيئة في تحقيق ميزه تنافسية .
- دراسة ( النشمى وقائد ، 2015 ) : هدفت الدراسة إلى الكشف عن علاقه بين المسؤولية الإجتماعية والصورة الذهنية لجامعة العلوم والتكنولوجيا باليمن من وجهه نظر عينه من الطلاب ، وقد اتخدم الباحثان المنهج الوصفي وطبقت

الدراسة على عينة عشوائية طبقية من طلبة الجامعة محل الدراسة ، وقد اثبتت الدراسة أن هناك ارتباط قوى بين أبعاد المسؤولية الإجتماعية ( المجتمع ، البيئة ، الطلبة ، العاملين ) والصورة الذهنية للجامعة محل الدراسة .

● **دراسة ( موسى ، 2017 ) :** هدفت هذه الدراسة في التعرف على دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق المسؤولية الإجتماعية في شركات الإتصالات الفلسطينية من وجهة نظر موظفي الشركة، وقد طبقت الدراسة على عينة قوامها 200 مفردة وتم الإعتماد على الاستبيان ، وأثبتت تلك الدراسة ان شركه الإتصالات الفلسطينية تهتم بالإبداع التكنولوجي والبحث ويعتبر من الأسس الإستراتيجية للشركة ، كما أثبتت الدراسة أن الشركة تتبنى بنسبة كبيرة الأنشطة الإجتماعية الخاصة بالمجتمع للحصول على إرضاء زبائنها من خلال تطوير خدماتها باستمرار .

● **دراسة ( ابوهرديد ، 2017 ) :** هدفت الدراسة التعرف على دور المسؤولية الإجتماعية في تحقيق ميزه تنافسية لشركات الكهرباء بغزة ، وإستخدم الباحث المنهج الوصفي ، وإعتمد على الإستقصاء كأداة لجمع البيانات ، وبلغت عينة الدراسة 1026 موظفاً ، وتم إختيار عينة عشوائية طبقية تمثلت في 280 موظف ، وكان من أهم نتائج تلك الدراسة : أن مستوى تطبيق المسؤولية الإجتماعية بالشركة محل الدراسة بلغ 63.55% ، وجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين أبعاد المسؤولية الإجتماعية مجتمعة والميزة التنافسية ، تؤثر أبعاد المسؤولية الإجتماعية في تحقيق الميزه التنافسية حيث فسرت مانسبته 70% من التباين في المتغير التابع .

#### ب- الدراسات المتعلقة بالصورة الذهنية :

● **دراسة ( Ei & Lee , 2010 ) :** هدفت الدراسة إلى قياس العلاقات بين الصورة الذهنية للشركات وزيادة الوعي بالعلامة التجارية ، سعر الخدمة ، جودة الخدمة ، خدمات دعم العملاء لشركات الإتصالات المتنقلة ، وبلغت عينة الدراسة 469 من عملاء شركات الإتصالات في كوريا ، وكان من اهم نتائج تلك الدراسة وجود علاقه تأثير معنوية إيجابية بين الصورة الذهنية وزيادة الوعي بالعلامة التجارية ، سعر الخدمة ، كما أن الصورة الذهنية تلعب دور هام في الحفاظ على ولاء العملاء .

● **دراسة ( عبدالفتاح ، 2011 ) :** هدفت الدراسة إلى التعرف على دور التسويق الإلكتروني في تحسين الصورة الذهنية للخدمات الصحية من وجهة نظر عملاء الشركات الأردنية الفرنسية، وقد بلغت عينة الدراسة 500 مفردة، أثبتت تلك الدراسة وجود أثر ذو دلالة إحصائية لكل عنصر للمزيج التسويقي الإلكتروني في

الصورة الذهنية ، أيضا وجود أثر للمزيج التسويقي الإلكتروني على تحسين الصورة الذهنية للعملاء عند مستوى دلالة (0.05).

● **دراسة ( أبو بكر ، 2016 ) :** هدفت الدراسة إلى التعرف على دور جودة الخدمات والمنافع الملموسة والصورة الذهنية في تحسين جودة العلاقات مع الأعضاء المستفيدين من خدمات الغرف التجارية بغزه ، وإعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي ، وتم جمع المعلومات عن طريق الاستبيان حيث بلغت عينة الدراسة على 77 مفردة موزعه عشوائياً ، وإستخدم البرنامج الإحصائي SPSS لإجراء التحليلات التي تخدم أغراض الدراسة ، وكان من أهم النتائج التي توصلت إليها تلك الدراسة وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمات والصورة الذهنية ، كما أوصت الدراسة بضرورة تحسين الصورة الذهنية للغرف التجارية للحفاظ على الإستمرارية وزيادة المنافع الغير ملموسة المقدمة للأعضاء الحاليين.

### **ثالثاً: مشكله الدراسة:**

على الرغم من قدم مفهوم المسؤولية الإجتماعية فقد تم تناوله وإطلاق مبادرات تتبنى تطبيق هذا المفهوم من خمسينيات القرن الماضي ، إلا أن هذا المصطلح مازال غامضاً لدى منظمات الأعمال، فيرى كلاً من ( Eweje:2004 , Smith:2004 ) أن للمسؤولية الإجتماعية جانبين معاكسين الأول : أن المسؤولية الإجتماعية ليست انتاجية وتسبب ادنى قيمة للربحية.

والثاني : أن المسؤولية الإجتماعية تسهم في زيادة القيمة السوقية وتعزز من بناء صوره ذهنية إيجابية، وقد تزايد في السنوات الأخيرة الحديث عن دور المسؤولية الإجتماعية في مواجهه مشكلات الفقر والبطالة المرض ، خاصة مع تقلص دور الحكومات في التنمية الاقتصادية والإجتماعية ، والذي انخفض بعد التوجه للخصخصة وتخلي الكثير من المنظمات عن دورها الاجتماعي .

ومع ذلك وعلى حد علم الباحثة توجد ندره في الدراسات التي تناولت مفهوم المسؤولية الإجتماعية ودورها في بناء صوره ذهنية وبشكل خاص لدى الجامعات المصرية ، وهذا ما دفع الباحثة لإجراء تلك الدراسة حيث لاحظت الباحثة من خلال عملها كعضو هيئة تدريس في جامعة حكومية، ومن خلال تعاملاتها مع الفئات المختلفة في المجتمع والأطراف ذات الصلة، أن **الصورة الذهنية للجامعات المصرية سلبية وخاصة بالنسبة لمفهوم المسؤولية الإجتماعية**. وتتمحور مشكلة الدراسة هذه في محاوله الإجابة على التساؤل الرئيسي عن وجود علاقة بين المسؤولية الإجتماعية وبناء صوره ذهنية لدى الجامعات المصرية .

وبالتالي فإن المشكلة الرئيسية للدراسة تتمثل في محاولة الإجابة عن التساؤلات التالية:

- ما مدى إلتزام الجامعات المصرية بتطبيق مفهوم المسؤولية الإجتماعية ؟
- ما هو دور المسؤولية الإجتماعية في بناء الصورة الذهنية للجامعات المصرية ؟
- هل تؤثر ابعاد المسؤولية الإجتماعية تأثيراً معنوياً في بناء الصورة الذهنية للجامعات المصرية؟
- هل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المسؤولية الإجتماعية وبناء الصورة الذهنية للجامعات المصرية؟

#### رابعاً: أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيسي للدراسة في محاولة التعرف على دور المسؤولية الإجتماعية في بناء الصورة الذهنية لدى الجامعات المصرية ويمكن التوصل الى ذلك عن طريق تحقيق الأهداف الفرعية التالية:

- تحديد نوع العلاقة بين مفهوم المسؤولية الإجتماعية بأبعادها الفرعية وبناء الصورة الذهنية للجامعات المصرية .
- توضيح أهمية المسؤولية الإجتماعية ككل وأبعادها الفرعية في بناء صورة ذهنية لدى الجامعات المصرية.
- مساعدة الجامعات المصرية في معرفة أى من أبعاد المسؤولية الإجتماعية ذات التأثير الأكبر فى بناء صورتها الذهنية.
- التعرف على درجة إلتزام الجامعات المصرية بتطبيق مفهوم المسؤولية الإجتماعية.

#### خامساً: أهمية الدراسة :

تستمد هذه الدراسة أهميتها من الإضافات التي يتوقع ان تقدمها على المستويين العلمي والتطبيقي ، فعلى المستوى العلمي تكتسب هذه الدراسة أهميتها من الآتي :

- تستمد الدراسة أهميتها من إهتمام الباحثين والكتاب بمفهوم الصورة الذهنية وتحديد أبعادها ومدى تأثيرها على فعالية منظمات الأعمال ، فذلك يمثل إستجابة لما نادى به الكتاب والباحثين من ضرورة التوسع والإهتمام بدراسة هذا المفهوم وكيفيه تطبيقه داخل المنظمات من أجل تدعيم وإثراء الدراسات في هذا المجال .
- الكشف عن الدور الفعال للمسؤولية الإجتماعية في بناء وتعزيز الصورة الذهنية للجامعات المصرية بصفه خاصه، وبالتالي فإن هذه الدراسة تعد إضافة للمكتبة المصرية والعربية في هذا المجال .

أما على المستوى التطبيقي فتستمد هذه الدراسة أهميتها من خلال ما يلي:

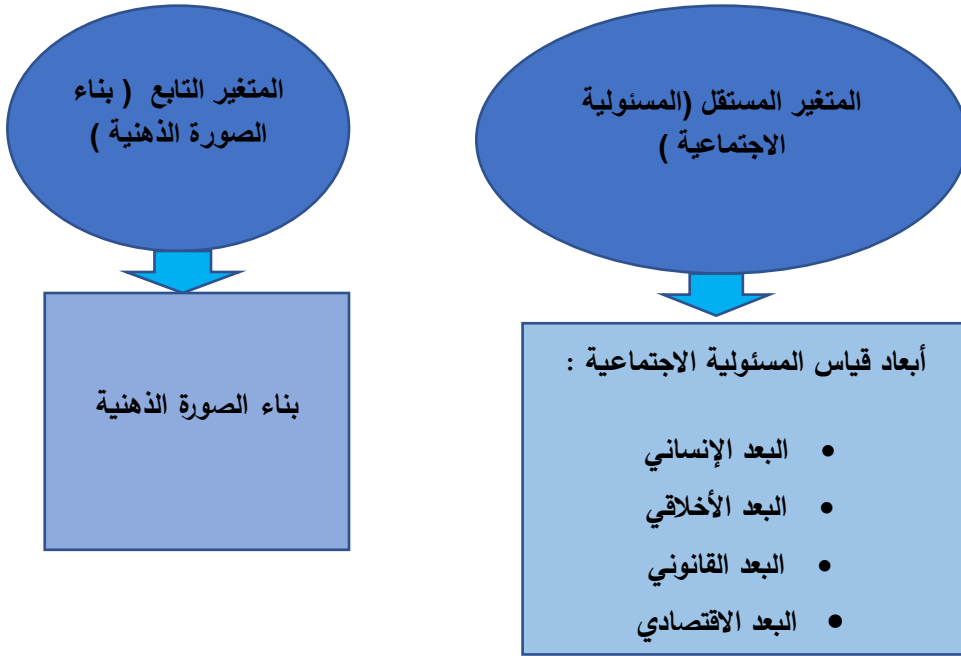
- تقدم الدراسة للجامعات المصرية إطاراً علمياً يمكن من خلاله التعرف على الصورة الذهنية وأبعادها وعلاقتها بالمسؤولية الاجتماعية، ومن ثم يمكن توفير بيئة عمل ذات طابع أخلاقي وبناء تمكنهم من الإستغلال الأمثل للموارد بشكل يساهم في تحقيق الفعالية والكفاءة.
- تساهم الدراسة في صياغة إستراتيجيات جديدة لدعم الجامعات المصرية وبناء صورته ذهنية جيدة تمكن الجامعات من الإستفادة من القيم والثقافات وتوحيدها وإستخدامها كأداة تحفيزية تساعد على الإبداع والتميز .
- تسعى الباحثة من خلال هذه الدراسة التعمق في موضوع المسؤولية الاجتماعية وبناء الصورة الذهنية ، والإستفادة منها خاصةً في الجامعات المصرية.

### سادساً: فروض الدراسة :

- الفرض الرئيسي الأول للدراسة :** توجد علاقة طردية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) بين المسؤولية الاجتماعية وبناء الصورة الذهنية للجامعات المصرية ، ولاختبار صحة هذا الفرض تم تقسيمه الى مجموعة من الفروض الفرعية التالية :
- **الفرض الفرعي الأول :** توجد علاقة طردية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05) بين المسؤولية الاجتماعية الإنسانية وبناء الصورة الذهنية للجامعات المصرية .
  - **الفرض الفرعي الثاني:** توجد علاقة طردية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05) بين المسؤولية الاجتماعية الأخلاقية وبناء الصورة الذهنية للجامعات المصرية.
  - **الفرض الفرعي الثالث:** توجد علاقة طردية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05) بين المسؤولية الاجتماعية القانونية وبناء الصورة الذهنية للجامعات المصرية.
  - **الفرض الفرعي الرابع :** توجد علاقة طردية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05) بين المسؤولية الاجتماعية الإقتصادية وبناء الصورة الذهنية للجامعات المصرية.
- الفرض الرئيسي الثاني للدراسة:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) في مدى إدراك أفراد عينة الدراسة للمسؤولية الاجتماعية راجعة للاختلاف في المتغيرات الديموغرافية (الجنس، الفئة العمرية، الخبرة ، المستوى التعليمي).



## سابعاً: متغيرات الدراسة :



## ثامناً: أساليب الدراسة:

- الأسلوب المكتبي : ويعتمد على المراجع والدوريات والكتب المرتبطة بموضوع البحث، وكذلك المواقع الإلكترونية التي تعرضت لموضوع البحث .
- الأسلوب الميداني : ويعتمد على جمع البيانات الميدانية من مفردات العينة المختارة عشوائياً من خلال قائمة الإستقصاء المعدة لهذا الغرض ، وقد قامت الباحثة بعرض الإستقصاء على مجموعه من المختصين للتأكد من أن الفقرات والعبارات تقيس ما صممت من أجله .

## تاسعاً: حدود الدراسة:

تنقسم حدود الدراسة الى:

- حدود بشرية : حيث يمثل جمهور البحث عينة من أعضاء هيئة التدريس والعاملين بالجامعات محل الدراسة.
- حدود مكانية: تتمثل في عدد محدد من الجامعات وهي الإسكندرية وطنطا والمنوفية وأسيوط ، وتعتقد الباحثة أنها بيئة مناسبة تخدم أغراض الدراسة.
- حدود موضوعية: حيث ركزت الباحثة على عدد من متغيرات قياس المسؤولية الإجتماعية وهي ( البعد الإنساني والبعد الاجتماعي والبعد القانوني والبعد الاقتصادي ) وذلك لمعرفة دورها في بناء الصورة الذهنية للجامعات .

## عاشراً: الإطار النظري

### أ- المسؤولية الإجتماعية Social Responsibility ( المتغير المستقل )

#### 1. تعريف المسؤولية الإجتماعية:

لاقى مفهوم المسؤولية الإجتماعية وتطبيقاته إهتمام الباحثين في السنوات الأخيرة، حيث أنه أصبح ضروري لمواكبة التغييرات الحاصلة في بيئة الأعمال بشكل عام، وعلى الرغم من ذلك لا يوجد تعريف محدد للمسؤولية الإجتماعية ، وإن كان يقوم المفهوم على فكره بسيطة وهي أنه على كل منظمة أن تراعى مصالح البيئة التي تعمل بها وفق إمكانياتها ( رمضان ، 2011 ) ، وفيما يلي عرض لبعض التعريفات لمفهوم المسؤولية الإجتماعية : ويرى ( الخالدي ، 2010 ) أن المسؤولية الإجتماعية تعنى الإلتزام من جانب المنظمات تجاه المجتمع بشرائه المختلفة شرط أن يكون هذا الإلتزام طوعاً ، بينما يوضح ( عزاوي وآخرون ، 2012 ) أنها عبارة عن المساهمة في التنمية المستدامة من خلال مساهمة المنظمة في تحسين مستوى معيشة الأفراد بأسلوب يخدم التجارة ويخدم التنمية في أن واحد ، ويوضح كلاً من (pride & Ferrell, 2013) أن المسؤولية الإجتماعية تشير إلى الإلتزام من قبل المنظمات من أجل تعزيز تأثيرها الإيجابي وتقليل تأثيرها السلبي على المجتمع حيث أنها تهتم بالتأثيرات الكلية لقرارات التسويق على المجتمع . وترى الباحثة أن المسؤولية الإجتماعية هي إلتزام تجاه المجتمع الذى تعمل فيه المنظمة ، وذلك عن طريق المساهمة بمجموعة كبيرة من الأنشطة الإجتماعية والسلوك الأخلاقي الذى يرتبط بقضايا قومية من الدرجة الأولى مثل مكافحه البطالة والفقر والتضخم وتحسين الخدمات الصحية ... الخ

#### 2. أهمية المسؤولية الإجتماعية:

تتمثل أهمية المسؤولية الاجتماعية في تحسين صورة المجتمع وخاصة لدى العملاء والعاملين ، حيث أن المسؤولية الاجتماعية تمثل مبادرات طوعية للمنظمة تجاه أطراف مباشرة أو غير مباشرة ، بجانب تحسين مناخ العمل وتنمية روابط التعاون بين مختلف الأطراف ، بجانب تعظيم عوائد الدولة بسبب زيادة وعي المنظمات بأهمية المساهمة العادلة في تحمل التكاليف الاجتماعية ( فرحان وآخرون ، 2004 ) .

### 3. أبعاد المسؤولية الاجتماعية :

سعى العديد من الباحثين والكتاب إلى محاولة تحديد أبعاد المسؤولية الاجتماعية ، وسوف تعتمد الباحثة في هذه الدراسة على الأبعاد التي أشار إليها كلاً من (Pride&Ferrall,2013) والتي كانت من أكثر التصنيفات شمولية للمسؤولية الاجتماعية :

- البعد الإنساني : ويقصد به أن تكون المنظمة صالحة وتعمل على الإسهام في تنمية وتطوير المجتمع وتحسين جودة الحياة المعيشية .
  - البعد الأخلاقي : يقصد به أن تكون المنظمة مبنية على أسس أخلاقية ، وأن تلتزم بالأعمال الصحيحة ، وأن تتوقف عن إيذاء الآخرين .
  - البعد القانوني : المتمثل في التزام المنظمة باللوائح والقوانين وكسب ثقه الآخرين من خلال تطبيق القانون والممارسات الشرعية .
  - البعد الاقتصادي : ويقصد به أن تكون المنظمة نافعة للمجتمع ومجدية اقتصادياً ، بجانب محاولاتها توفير الأمان للآخرين .
- أن هذه الأبعاد شاملة كما أنها تتكامل مع بعضها البعض ، وبناءً على ما سبق سوف تعتمد الباحثة على هذه الأبعاد لقياس المسؤولية الاجتماعية .
- ونستطيع أن نوضح أن المسؤولية الاجتماعية للجامعات تتضمن ما يلي (Fedrico,2012) :

- ❖ الالتزام الذي يشير الى إشراك وتمكين مختلف أفراد مجتمع الجامعة من ممارسة المسؤولية الاجتماعية .
- ❖ التشخيص الذاتي حيث تقوم به الجامعة لمعرفة نقاط القوة والضعف ومجالات التحسين، كما أن عليها أن تحلل الأوضاع القائمة لتحديد مستوى المسؤولية الاجتماعية ويتم ذلك من قبل مختلف أفراد مجتمع الجامعة سواء الداخليين كالأساتذة أو العاملين أو الطلاب أو الخارجيين مثل المجتمع المحلي والمكاتب الحكومية والخريجين .... الخ .
- ❖ التحقيق والتنفيذ وتشتمل على الإعلام والتواصل ونتائج التشخيص الذاتي لجميع المجموعات ( داخلية وخارجية ) .

وترى الباحثة أن المسئولية الإجتماعية هي نهج أخلاقي عقلاني للجامعة ، والذي يشمل الآثار التي يتركها هذا النهج على السياق الاجتماعي والإنساني والاقتصادي والبيئي والثقافي ، والذي يعمل على تعزيز التنمية المستدامة .

## ب- الصورة الذهنية Mental Image ( المتغير التابع )

### 1. تعريف الصورة الذهنية:

إن الصورة الذهنية مصطلح عميق يحتاج الى تمعن ودقة إذ أن الصورة تعنى لمعظم الناس أنه تخيل وتصور من وحى الخيال لا يمت للواقع والعقل بأي صلة ، ففي اللغة العربية يعرفها المعجم الوسيط على أنها الشكل والتمثال المجسم ، والصورة بمثابة خيال في الذهن أو العقل ، في حين يعرف قاموس (ويبستر) كلمه **Image** بأنها تشير إلى التقديم العقلي لأي شيء لا يمكن تقديمه للحواس بشكل مباشر أو هي إحياء لتجربة حسية إرتبطت بعواطف معينة ، وينظر ( Smaizien et al : 2004 ) للصورة الذهنية على أنها أحد الأصول الاستراتيجية التي تقود إلى إيجاد ميزة تنافسية وظروف مشجعة للبقاء والتطور الدائم للمنظمات .

في حين يرى ( عجوة ، 2005 ) أن الصورة الذهنية هي الناتج النهائي للإنطباعات الذاتية التي تتكون عند الأفراد او الجماعات تجاه شخص معين ، أو نظام ما ، أو منظمة ما ، أو أي شيء يمكن أن يكون له تأثير على حياة الإنسان ، وتتكون هذه الانطباعات من خلال التجارب المباشرة أو غير المباشرة وترتبط هذه التجارب بعواطف الأفراد وإتجاهاتهم وعقائدهم ، وأخيراً يرى (Shamma,2009) أن الصورة الذهنية تتنوع حسب الغرض من إستخدامها ، فأصحاب النظرة الإقتصادية يعرفونها بأنها إنعكاس الممارسات السابقة للمنظمة والتي تزود أصحاب المصالح بدلالات حقيقية عن مساهماتها الحقيقية ، في حين أن أهل الإدارة الاستراتيجية يعرفونها بأنها الإنطباع عن المنظمة من منظور متعدد المصالح ، أما المعنيين بالتسويق يرون بأنها تقييم أصحاب المصالح لممارسات المنظمة عبر الزمن .

ومما سبق ترى الباحثة أن الصورة الذهنية " ماهي إلا التصورات التي يكونها الأفراد عن العالم المحيط بهم بمكوناته المتعددة ، وتعد هذه الصورة نتاجاً طبيعياً لإجمالي خبرات الأفراد المباشرة وغير المباشرة لتفاعلاتهم وإتصالهم بالبيئة المحيطة بهم ، كما أن سهولة وصعوبة تغيير تلك الصورة يعتمد في المقام الأول على درجة رسوخ تلك الصورة الذهنية في عقول الجمهور "

### 2. إدارة الصورة الذهنية:

يعتقد ( Sobnosky , 1999 ) أن السبب الرئيسي للإستثمار في إدارة الصورة الذهنية هو الحصول على ميزه تنافسية ، حيث أن الصورة الذهنية الجيدة تجذب الإستثمارات والمستهلكين ، بجانب إستقطاب نوعية جيدة من العاملين ، في حين يرى ( Lockie , 1999 ) أن إدارة الصورة الذهنية تعمل على إيجاد شيء من المصدقية بجانب كونها

تهدف الى تحقيق الإهتمام وبناء علاقات إيجابية بين المنظمه و المنظمات والشركات المحلية الدولية .

وفى دراسة قام بها ( Golgsmith et al , 2000 ) توصلوا من خلالها إلى أن نظره المستهلك الى المنظمة وما تقدمه من منتجات وخدمات يتأثر بمصداقية هذه المنظمة والتي تعرف بأنها صدق الشركة وأمانتها في توفير وتقديم الخدمات والمنتجات لعملائها وبالتالي فإن هذه المصداقية ستؤثر على نيه المستهلك في الشراء من عدمه .

### 3. أهمية الصورة الذهنية:

تزايد الإهتمام بموضوع الصورة الذهنية وأهميتها بالنسبة للفرد أو المنظمة أو الدول نظراً لما تقوم به هذه الصورة من دور هام وفعال في تكوين الآراء وإتخاذ القرارات وتشكيل السلوك ، بجانب دورها في تشكيل مدركات الفرد ومعتقداته ، وبالتالي تتضح أهميتها الكبيرة من خلال ابراز الآراء والإتجاهات والقيم وردود الأفعال ، الأمر الذى يبرر حرص المنظمات على أن تكون صورتها الذهنية لدى الأفراد إيجابية وتخدم أهدافها ومصالحها بجانب سعيها في إزالة أي معالم او جوانب سلبية موجودة في أذهان الآخرين عنها ( الفلاح ، 2008 ) .

ويرى ( Bally ,2012 ) أن أهمية الصورة الذهنية للمنظمات تتمثل في :

- المساعدة في جذب أفضل العناصر للعمل .
- تدعيم علاقه المنظمة بالجمهور الداخلي والخارجي .
- المساعدة في دعم الجهود التسويقية للمنظمة تنمى إستعداد الجماهير للتريث قبل إصدار الحكم على المنظمة في وقت الأزمات .

### عاشراً: منهجية الدراسة

#### أ- منهج الدراسة :

تهدف الدراسة للتعرف على مستوى المسئولية الإجتماعية بالجامعات المصرية والتعرف على العلاقة بين المسئولية الإجتماعية والصورة الذهنية فى الجامعات المصرية، وذلك يقتضى وصف الواقع بالجامعات المصرية ومدى إتزام الجامعات المصرية بالمسئولية الإجتماعية، وكذا التعرف على العلاقة بين المسئولية الإجتماعية والصورة الذهنية.

#### ب- مجتمع وعينة الدراسة:

يمثل مجتمع الدراسة أعضاء هيئة التدريس والعاملين بالجامعات (الإسكندرية ، طنطا ، المنوفية، أسيوط) ، وقد تم إختيار عينة التقنين (العينة الإستطلاعية) وهى مكونة من 100 فرد ، أما العينة الأصلية 560 فرد، وقد تم توزيع استمارات الاستقصاء على العينة وقد بلغ عدد الاستمارات الصحيحة التى تم جمعها 537 استمارة ، وتم توزيع عينة

الدراسة حسب الخصائص التعريفية لأفراد عينة الدراسة والمتمثلة في: (الجنس ، العمر ، الخبرة ، المستوى التعليمي).

### ت- أداة الدراسة:

قامت الباحثة بتصميم الاستقصاء في صورته الأولية حيث تم إختيار نوع الاستجابات بطريقة التدرج الخماسي وقد تكون من:

• **الجزء الأول:** المعلومات التعريفية لإفراد عينة الدراسة مثل: (الجنس، العمر، الخبرة ، المستوى التعليمي )

• **الجزء الثاني:** يتألف من 15 فقرة تقيس أبعاد المسؤولية الاجتماعية الأربعة التي يحدد فيها آراء أعضاء هيئة التدريس والعاملين بالجامعات محل الدراسة ، وقد تم تحديد وتكييف فقرات هذا الجزء بالاعتماد على عدد من الدراسات التي أجراها كل من (Fisher, 2004; White, 2004; Hummels, 2004; Smith, 2003) ، وكانت على النحو الآتي: الفقرات(1- 4) تقيس المسؤولية الاجتماعية الإنسانية، الفقرات(5- 8) تقيس المسؤولية الاجتماعية الأخلاقية ، الفقرات (9- 12) تقيس المسؤولية الاجتماعية القانونية، الفقرات (13- 15) تقيس المسؤولية الاجتماعية القانونية.

• **الجزء الثالث:** ويتألف من 9 فقرات تقيس الصورة الذهنية في الجامعات المصرية وتبدأ فقراتها من ( 16- 24) منها سوف يتم تحديد آراء أعضاء هيئة التدريس والعاملين بالجامعات محل الدراسة حول الصورة الذهنية في الجامعات المصرية ، وقد تم تحديد وتكييف فقرات هذا الجزء بالاعتماد على دراسة (Christie, 2002) .

تم تصحيح الأداة بطريقة ليكرت الخماسي (دائماً –غالباً- أحياناً – نادراً – أبداً) والتصحيح على التوالي (1-2-3-4-5) لتحقيق أكبر قدر من التباين وتقليل المدى التقليدي لأفراد العينة إلى التوسط في التقديرات.

### ث- صدق الأداة:

1. **الصدق الظاهري:** تم عرض القائمة بعد إعدادها على مجموعة من الأساتذة ومجموعة من العاملين بالجامعات محل الدراسة، بهدف التأكد من وضوح الأسئلة وسهولة فهمها، بالإضافة الى شموليتها وصلاحياتها لأغراض التحليل الإحصائي السليم، ومدى إنتماء كل فقرة للبعد التي وردت ضمنه، إرتباط الأهداف بفقرات الاستقصاء، وضوح صياغة كل فقرة، وفي ضوء إتفاق الأساتذة استبقت الباحثة على الفقرات التي حصلت على نسبة إتفاق (80% فأكثر) من عدد المحكمين ، وقد تم

إعادة صياغة بعض الفقرات وأدخل بعض التعديلات عليها ، بناءً على ملاحظات الأساتذة المحكمين.

**2. صدق الاتساق الداخلي:** قامت الباحثة بالتحقق من صدق الأداة من خلال حساب الاتساق الداخلي وذلك عن طريق تطبيق الأداة على عينة إستطلاعية قوامها (100 مفردة) من أعضاء هيئة التدريس والعاملين بالجامعات المصرية، ثم حساب معامل الارتباط بين عبارات الإستقصاء والدرجة الكلية ، حساب معامل ارتباط الفقرة والبعد التابع لها.

**جدول (1) معاملات الارتباط بين الفقرات والدرجة الكلية للإستقصاء، وبين الفقرات والدرجة الكلية للبعد التابع لها**

معامل الارتباط بين الفقرة والدرجة الكلية للأداة	معامل الارتباط بين الفقرة والدرجة الكلية للأداة	الفقرة	معامل الارتباط بين الفقرة والدرجة الكلية للبعد	معامل الارتباط بين الفقرة والدرجة الكلية للأداة	الفقرة
**0.705	**0.735	16	**0.753	**0.739	1
**0.607	**0.615	17	**0.675	**0.765	2
**0.695	**0.754	18	**0.720	**0.754	3
**0.695	**0.693	19	**0.647	**0.783	4
**0.771	**0.880	20	**0.788	**0.787	5
**0.702	**0.871	21	**0.693	**0.717	6
**0.895	**0.801	22	**0.720	**0.740	7
**0.754	**0.736	23	**0.841	**0.887	8
**0.713	**0.758	24	**0.736	**0.754	9

\*\* دالة عند مستوى (0.01)

يتبين من الجدول أن جميع فقرات الإستقصاء تتمتع بعلاقة ارتباطية دالة إحصائياً مع الدرجة الكلية للإستقصاء ومع درجة البعد التي تنتمي إليها، ذلك بمعاملات دالة عند مستوى دلالة (0.01)، (0.05) وبالتالي يمكن إعتبار الفقرات متماسكة مع بعضها وتنتمي كلا منهما إلى البعد الذي يتضمنها والإستقصاء يتمتع بدرجة عالية من الاتساق الداخلي وهذا يؤكد أن الأداة تقيس ما وضعت من أجله.

### ج- ثبات الأداة:

قامت الباحثة باستخدام طريقة ألفا كرونباخ وذلك لإيجاد معامل ثبات الإستقصاء ، حيث حصلت الباحثة على معامل الفا (0.916) وهذا يدل على ان المقياس يتمتع بدرجة

عالية من الثبات تظمن الباحثة لتطبيقها على عينة الدراسة ، وقد تم استخراج قيمه لكل متغير من متغيرات الدراسة على النحو التالي :

**جدول (2) قيمه ألفا كرونباخ لمتغيرات الدراسة المختلفة**

المتغيرات	قيمه الفاكرونباخ
المسئوليه الإجتماعية الإنسانية	0.912
المسئولية الإجتماعية الأخلاقية	0.924
المسئولية الإجتماعية القانونية	0.919
المسئولية الإجتماعية الإقتصادية	0.861
بناء الصورة الذهنية	0.895
الاداة ككل	0.916

#### حادى عشر: الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

إستخدمت الدراسة الحزمة الإحصائية للعلوم الإجتماعية ( SPSS 20 ) في تحليل البيانات المختلفة التي تم جمعها ، سواء في الإحصاء الوصفي لتحديد القراءات العامة عن خصائص وملامح هيكل مجتمع الدراسة وتوزيعه.

1. **معامل ارتباط بيرسون** : لحساب صدق المحتوى ( التجانس الداخلي ) للمقياس.
2. **معامل ألفا كرونباخ** : لحساب الثبات وصلاحيه الاداة ويعتبر من أشهر معاملات الثبات حيث يعتمد على حساب الارتباط الداخلي للإجابة على العبارات.
3. **التكرارات والنسب المئوية** : للتعرف على الخصائص الشخصية لأفراد عينة الدراسة ، وتحديد استجابات أفرادها تجاه عبارات الاستبيان.
4. **المتوسط الحسابى (Mean)** : وذلك لمعرفة مدى ارتفاع أو انخفاض استجابات أفراد الدراسة عن عبارات الاستبيان ، مع العلم بأنه يفيد في ترتيب المستويات حسب أعلى متوسط حسابي .
5. **الانحراف المعياري** : هو أحد المقاييس المهمة لمعرفة مدى تشتت البيانات عن وسطها الحسابي ، كما أنه يفيد في ترتيب المتوسطات عند تساوي بعضها ، حيث تعطى الرتبة الأفضل للفقرة التي انحرافها المعياري أقل.
6. **المتوسط المرجح والمتوسط المئوى المرجح** : (حيث يعتبر من أفضل أساليب قياس الاتجاهات للتعرف على مستوى جودة كل عبارة من وجهة نظر المحكمين ويستخدم فى مقاييس وإستبيانات التدرج) .



7. إختبار تحليل التباين الأحادي فى إتجاه واحد **One - Way ANOVA** : هو إحدى الاختبارات المعلمية ويستخدم في حالة وجود أكثر من عينتين مستقلتين .
8. إختبار **Independent Samples T-Test** لقياس دلالات الفروق بين مجموعتين مستقلتين.

### 9. إعداد مفتاح التصحيح :

وقد قامت الباحثة بحساب المتوسط المرجح على الأسئلة الواردة في شكل تدرج خماسي ، حيث يعتبر من أفضل أساليب قياس الاتجاهات. ويستخدم المتوسط المرجح إذا كان المتغير يأخذ قيمة تختلف من حيث أهميتها، لذلك يجب أخذ هذه الأهمية في الاعتبار وذلك بإعطاء كل عبارة الوزن المناسب لأهميتها، وعليه تم إعطاء الوزن المناسب لأهمية كل عبارة من عبارات المقياس، وذلك على النحو التالي:

الوزن 5	دائماً
الوزن 4	غالباً
الوزن 3	أحياناً
الوزن 2	نادراً
الوزن 1	أبداً

وبذلك يكون الوزن المرجح لإجابات كل عبارة من العبارات على النحو التالي:

1 - 1.80	(أبداً)
1.81 - 2.60	(نادراً)
2.61 - 3.40	(أحياناً)
3.41 - 4.20	(غالباً)
4.21 - 5	(دائماً)

### 10. عرض النتائج ومناقشتها:

- أولاً وصف متغيرات الدراسة:

#### جدول (3) يوضح وصف خصائص مفردات العينة

المتغيرات الشخصية لأفراد عينة الدراسة	التكرار	النسبة المئوية
الجنس	ذكور	287
	إناث	250
العمر	35 سنة فأقل	126
	36 - 40 سنة	303
	41 - 50 سنة	50
		53.4%
		46.4%
		23.5%
		56.4%
		9.3%

	51 سنة أو أكثر	58	10.8%
الخبرة	5 سنوات فأقل	141	26.3%
	6 – 10 سنوات	165	30.7%
	11-15 سنة	111	20.7%
	16 سنة فأكثر	120	22.3%
المستوى التعليمي	دكتوراه فأعلى	96	17.9%
	ماجستير	399	74.3%
	بكالوريوس	42	7.8%

يتبين من الجدول (3) أن عدد الذكور بلغ ( 287 ) أي ما نسبته (53.4%)، أما الإناث فقد بلغ عددهن (250) أي ما نسبته (46.4%). أما فيما يتعلق بمتغير العمر فيلاحظ أن النسبة أكبر عدد للفئة العمرية من (36-40 سنة) حيث بلغ عددها (303) أي ما نسبته (56.4%)، أما فيما يتعلق بعدد سنوات الخبرة فتشير النتائج إلى أن غالبية أفراد عينة الدراسة هم ممن لديهم خبرة من (6-10) سنوات، وقد بلغ عددهم (165) أي ما نسبته (30.7%)، كما يتضح من الجدول نفسه أن غالبية أفراد عينة الدراسة هم من حملة درجة الماجستير حيث بلغ عددهم (399) أي ما نسبته (74.3%).

## 11. عرض وتحليل محاور الدراسة :

جدول (4) المتوسط المرجح والانحرافات المعيارية والوزن النسبي والأهمية النسبية لمتغير المسؤولية الإجتماعية الإنسانية

الأهمية النسبية	المستوى	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط المرجح	الفقرة
1	دائماً	90%	0.669	4.50	تساهم الجامعة في إنجاز المشروعات الأساسية للجميع من مدارس ومستشفيات وبرامج إسكان.
3	دائماً	86.34%	0.770	4.317	تقدم الجامعة المساعدات والتبرعات للمشاريع الخيرية مثل مراكز ذوى الاحتياجات الخاصة ، ودور رعاية الأطفال .
2	دائماً	87.72%	0.769	4.386	توافق الجامعة على المشاركة في برامج حماية البيئة والمجتمع .

4	دائماً	84.5%	0.835	4.225	تساهم الجامعة في توفيق وخلق فرص عمل للشباب من منطلق برامج الدولة للقضاء على البطالة وتحسين مستوى المعيشة .
	دائماً	87.14%	0.761	4.357	المسئولية الإجتماعية الإنسانية

نلاحظ من خلال الجدول السابق بأن إستجابات أفراد العينة نحو متغير البعد الانساني للمسئولية الإجتماعية ككل مرتفع حيث حصل على متوسط مرجح (4.357)، بنسبة (87.14%) ويقع في مستوى (دائماً) أى أن المسئولية الإجتماعية الإنسانية لدى الجامعات المصرية مرتفعه جداً، مما يشير إلى إهتمام الجامعات المصرية بشكل كبير بالجانب الانساني .

#### جدول (5)

المتوسط المرجح والانحرافات المعيارية والوزن النسبي والأهمية النسبية لمتغير المسئولية الإجتماعية الأخلاقية

الأهمية النسبية	المستوى	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط المرجح	الفقرة
1	دائماً	86.9%	0.814	4.345	تتوافق رساله الجامعة وأهدافها مع اهداف وقيم المجتمع.
2	دائماً	85.82%	0.783	4.291	تمتلك الجامعة نظام صارم وفعال لمحاربه الفساد الإداري بمختلف أنواعه .
4	غالباً	80.78%	0.664	4.039	تسعى الجامعة لمراعاة حقوق الانسان واحترام عادات وتقاليد المجتمع .
3	غالباً	82.46%	0.837	4.123	تسعى الجامعة لمراعاة حقوق الانسان واحترام عادات وتقاليد المجتمع .
	غالباً	83.99%	0.775	4.20	المسئولية الإجتماعية الأخلاقية

نلاحظ من خلال الجدول السابق (5) أن إستجابات أفراد عينة الدراسة نحو متغير البعد الاخلاقي للمسئولية الإجتماعية ككل يقع في مستوى (غالباً) أى مستوى مرتفع حيث حصل على متوسط مرجح (4.20) ونسبة (83.99%)، مما يؤكد على وجود إهتمام كبير

وأساسى من قبل الجامعات المصرية بالجانب الاخلاقى من خلال مراعاة حقوق المجتمع وعاداته وتقاليده.

### جدول (6)

المتوسط المرجح والانحرافات المعيارية والوزن النسبي والأهمية النسبية لمتغير المسؤولية الإجتماعية القانونية

الأهمية النسبية	المستوى	الوزن النسبى	الانحراف المعيارى	المتوسط المرجح	الفقرة
1	دائماً	%88.34	0.781	4.417	تلتزم الجامعة بالقوانين واللوائح وبرامج الرعاية الصحية والطبية للعاملين .
2	دائماً	%87.26	0.713	4.363	تحتزم الجامعة القوانين الخاصة بالحماية من الأخطار المهنية والأمراض والحوادث الناتجة عن العمل .
3	غالباً	%83.36	0.651	4.168	تعمل الجامعة على التصريح لدى مصالح الضمان الاجتماعى وتقديم الإعانات عند الوفاة أو العجز .
4	غالباً	%83.02	0.816	4.151	تتبنى إدارة الجامعة مبدئى الاعتراف بالنقابات العمالية .
	دائماً	%85.50	0.740	4.275	المسؤولية الإجتماعية القانونية

نلاحظ من خلال الجدول السابق (5) بأن إستجابات أفراد العينة نحو متغير البعد القانونى للمسؤولية الإجتماعية ككل يقع فى درجة (دائماً) أى مستوى مرتفع جداً حيث كان المتوسط العام للمتغير (4.275)، بنسبة ( 85.5%) مما يؤكد على وجود إهتمام كبير وأساسى من قبل مفردات عينة الدراسة بالجانب القانونى من خلال إحترام القوانين واللوائح والعمل على أنظمة الضمان الإجتماعى للعاملين

جدول (7)

المتوسط المرجح والانحرافات المعيارية والوزن النسبي والأهمية النسبية لمتغير المسؤولية الاجتماعية الاقتصادية

الأهمية النسبية	المستوى	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط المرجح	الفقرة
2	غالباً	%83.72	0.903	4.188	الجامعة تحقق ربح اقتصادي دون المساس بمستويات الأجور .
1	دائماً	%84.28	0.790	4.214	تسعى الجامعة الى استغلال الموارد المالية والامكانيات المتاحة بشكل يؤدي الى تطوير الأداء داخل الجامعة .
3	غالباً	%83.72	0.719	4.186	تسعى الجامعة لتحقيق اهداف اجتماعية جنباً الى جنب مع الأهداف الاقتصادية .
	غالباً	%83.91	0.804	4.195	المسؤولية الاجتماعية الاقتصادية

نلاحظ من خلال الجدول السابق (7) بأن إستجابات أفراد العينة نحو متغير البعد الاقتصادية للمسؤولية الاجتماعية ككل يقع في درجة (غالباً) أى مستوى مرتفع حيث كان المتوسط العام للمتغير (4.195)، بنسبة ( %83.91) مما يؤكد على وجود اهتمام كبير من قبل مفردات العينة بالجانب الاقتصادي عن طريق محاولة إستغلال الموارد والامكانيات المتاحة بفعالية والسعى الى التطوير.

جدول (8)

المتوسط المرجح والانحرافات المعيارية والوزن النسبي والأهمية النسبية لبناء الصورة الذهنية

الأهمية النسبية	المستوى	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط المرجح	الفقرة
7	غالباً	%83.58	0.827	4.179	تدرك الجامعة طبيعة عملها وتمتلك رؤية واضحة .
9	غالباً	%82.24	0.992	4.112	تمتلك الجامعة برامج وسياسات واضحة تمكنها من الترويج لنفسها .
8	غالباً	%82.5	0.759	4.125	تضع الجامعة رسالتها بما يتوافق مع رغبات أفراد المجتمع .
3	دائماً	%87.22	0.481	4.361	تمتلك الجامعة وسائل اتصال فعالة ومتنوعة لنشر أنشطتها في المجتمع .

الاهمية النسبية	المستوى	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط المرجح	الفقرة
6	غالباً	%83.76	0.803	4.188	تقدم الجامعة خدمات ذات جودة عالية مما يعطى اطباع إيجابي عنها .
4	دائماً	%86.44	0.876	4.322	تشارك الجامعة في الأنشطة الهادفة التي تساعد على حل مشكلات المجتمع وتحقيق التنمية الشاملة .
1	دائماً	%88.52	0.668	4.426	يلتزم موظفي الجامعة بتقديم صورة إيجابية عنها .
2	دائماً	%87.64	0.548	4.382	تساهم إدارة الموارد البشرية في الجامعة في تعزيز الصورة الذهنية الإيجابية عند العاملين مما يزيد من فرص تقدمها وتميزها .
5	دائماً	%84.48	0.752	4.224	ترتبط ثقافته الجامعة بالمعتقدات السائدة في المجتمع .
	دائماً	%85.16	0.745	4.258	الصورة الذهنية ككل

نلاحظ من خلال الجدول السابق (8) أن إستجابات أفراد عينة الدراسة حول متغير بناء الصورة الذهنية ككل تقع في درجة (دائماً) أى مستوى مرتفع جداً حيث حصلت على متوسط مرجح (4.258) بنسبة (85.16%)، مما يؤكد على وجود اهتمام كبير من قبل مفردات عينة الدراسة على بناء صورته ذهنية إيجابية وذلك من خلال إلتزام العاملين بتقديم خدمات وانشطة فعالة مرتبطة بثقافة المجتمع.

### ثانى عشر: اختبار الفروض ومناقشتها :

1. الفرض الرئيسي الأول للدراسة وينص على: توجد علاقة طردية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) بين المسؤولية الإجتماعية وبناء الصورة الذهنية للجامعات المصرية. وللتحقق من صحة هذا الفرض تم حساب قيمة معامل ارتباط بيرسون pearson لتحديد العلاقة الإرتباطية بين المسؤولية الإجتماعية وبناء الصورة الذهنية فى الجامعات المصرية ، وجدول (9) يوضح ذلك :

**جدول (9) يوضح العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وبناء الصورة الذهنية**

العدد (ن)	أطراف العلاقة	قيمة معامل الارتباط (ر)	مستوى الدلالة	نوع الارتباط
537	المسؤولية الاجتماعية × بناء الصورة الذهنية	**0.909	0.01	طردي موجب

**يتضح من الجدول السابق ما يلي:**

وجود علاقة ارتباطية (طردية موجبة قوية) بين المسؤولية الاجتماعية وبناء الصورة الذهنية في الجامعات المصرية ؛ حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.909) وهي دالة عند مستوى 0.01 ؛ أي أن المتغيرين مرتبطان ارتباطاً طردياً قوياً، فيتراد الاثنان معاً ويتناقضان معاً، ويعنى ذلك أن المسؤولية الاجتماعية لها تأثير على بناء الصورة الذهنية في الجامعات المصرية.

مما سبق وبناء على هذه النتيجة تقبل الفرضية الرئيسية الأولى التي تنص على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) بين المسؤولية الاجتماعية وبناء الصورة الذهنية في الجامعات المصرية.

**• نتائج الفرضية الفرعية الأولى:**

قامت الباحثة بالتحقق من صحة الفرض الفرعي الأول من فروض الدراسة، والذي ينص على أنه : " توجد علاقة طردية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05) بين المسؤولية الاجتماعية الإنسانية وبناء الصورة الذهنية للجامعات المصرية " .

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم حساب قيمة معامل ارتباط بيرسون pearson لتحديد العلاقة الإرتباطية بين المسؤولية الاجتماعية الإنسانية وبناء الصورة الذهنية في الجامعات المصرية، وجدول (10) يوضح ذلك :

**جدول (10) معامل الارتباط بين المسؤولية الاجتماعية الإنسانية وبناء الصورة الذهنية  
في الجامعات المصرية**

العدد (ن)	أطراف العلاقة	قيمة معامل الارتباط (ر)	مستوى الدلالة	نوع الارتباط
537	المسؤولية الاجتماعية الإنسانية × بناء الصورة الذهنية	**0.897	0.01	طردي موجب

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

وجود علاقة ارتباطية (طردية موجبة قوية) بين المسؤولية الاجتماعية الإنسانية وبناء الصورة الذهنية في الجامعات المصرية حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.897) وهي دالة عند مستوى 0.01 ؛ أي أن المتغيرين مرتبطان ارتباطاً طردياً قوياً، فيترايد الاثنان معاً ويتناقضان معاً، ويعنى ذلك أن المسؤولية الاجتماعية الإنسانية لها تأثير على بناء الصورة الذهنية في الجامعات المصرية.

مما سبق وبناء على هذه النتيجة تقبل الفرضية الفرعية الأولى التي تنص على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) بين المسؤولية الاجتماعية الإنسانية وبناء الصورة الذهنية في الجامعات المصرية.

**• نتائج الفرضية الفرعية الثانية:**

قامت الباحثة بالتحقق من صحة الفرض الفرعي الثاني من فروض الدراسة، والذي ينص على أنه : " توجد علاقة طردية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05) بين المسؤولية الاجتماعية الأخلاقية وبناء الصورة الذهنية للجامعات المصرية " .

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم حساب قيمة معامل ارتباط بيرسون pearson لتحديد العلاقة الارتباطية بين المسؤولية الاجتماعية الأخلاقية وبناء الصورة الذهنية في الجامعات المصرية، و جدول (11) يوضح ذلك :



جدول (11) معامل الارتباط بين المسؤولية الاجتماعية الأخلاقية وبناء الصورة الذهنية في الجامعات المصرية

العدد (ن)	أطراف العلاقة	قيمة معامل الارتباط (ر)	مستوى الدلالة	نوع الارتباط
537	المسؤولية الاجتماعية الأخلاقية × بناء الصورة الذهنية	**0.910	0.01	طردى موجب

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

وجود علاقة ارتباطية (طردية موجبة قوية) بين المسؤولية الاجتماعية الأخلاقية وبناء الصورة الذهنية في الجامعات المصرية حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.910) وهي دالة عند مستوى 0.01 ؛ أي أن المتغيرين مرتبطان ارتباطاً طردياً قوياً، فيترايد الاثنان معاً ويتناقضان معاً، ويعنى ذلك أن المسؤولية الاجتماعية الأخلاقية لها تأثير على بناء الصورة الذهنية في الجامعات المصرية. مما سبق وبناء على هذه النتيجة تقبل الفرضية الفرعية الثانية التي تنص على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) بين المسؤولية الاجتماعية الأخلاقية وبناء الصورة الذهنية في الجامعات المصرية.

• نتائج الفرضية الفرعية الثالثة:

قامت الباحثة بالتحقق من صحة الفرض الفرعي الثالث من فروض الدراسة، والذي ينص على أنه : " توجد علاقة طردية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05) بين المسؤولية الاجتماعية القانونية وبناء الصورة الذهنية للجامعات المصرية ". وللتحقق من صحة هذا الفرض تم حساب قيمة معامل ارتباط بيرسون pearson لتحديد العلاقة الارتباطية بين المسؤولية الاجتماعية القانونية وبناء الصورة الذهنية في الجامعات المصرية، و جدول (12) يوضح ذلك :

جدول (12) معامل الارتباط بين المسؤولية الإجتماعية القانونية وبناء الصورة الذهنية  
فى الجامعات المصرية

العدد (ن)	أطراف العلاقة	قيمة معامل الارتباط (ر)	مستوى الدلالة	نوع الارتباط
537	المسؤولية الإجتماعية القانونية × بناء الصورة الذهنية	**0.892	0.01	طردى موجب

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

وجود علاقة ارتباطية (طردية موجبة قوية) بين المسؤولية الإجتماعية القانونية وبناء الصورة الذهنية فى الجامعات المصرية حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.892) وهي دالة عند مستوى 0.01 ؛ أي أن المتغيرين مرتبطان ارتباطاً طردياً قوياً، فيترايد الاثنان معاً ويتناقضان معاً، ويعنى ذلك أن المسؤولية الإجتماعية القانونية لها تأثير على بناء الصورة الذهنية فى الجامعات المصرية. مما سبق وبناء على هذه النتيجة تقبل الفرضية الفرعية الثالثة التى تنص على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) بين المسؤولية الإجتماعية القانونية وبناء الصورة الذهنية فى الجامعات المصرية.

• نتائج الفرضية الفرعية الرابعة:

قامت الباحثة بالتحقق من صحة الفرض الفرعي الرابع من فروض الدراسة، والذي ينص على أنه : " توجد علاقة طردية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05) بين المسؤولية الاجتماعية الإقتصادية وبناء الصورة الذهنية للجامعات المصرية ". وللتحقق من صحة هذا الفرض تم حساب قيمة معامل ارتباط بيرسون pearson لتحديد العلاقة الإرتباطية بين المسؤولية الإجتماعية الإقتصادية وبناء الصورة الذهنية فى الجامعات المصرية، و جدول (13) يوضح ذلك :

**جدول (13) معامل الارتباط بين المسؤولية الاجتماعية الاقتصادية وبناء الصورة الذهنية في الجامعات المصرية**

العدد (ن)	أطراف العلاقة	قيمة معامل الارتباط (ر)	مستوى الدلالة	نوع الارتباط
537	المسؤولية الاجتماعية الاقتصادية × بناء الصورة الذهنية	**0.792	0.01	طردى موجب

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

وجود علاقة ارتباطية (طردية موجبة قوية) بين المسؤولية الاجتماعية القانونية وبناء الصورة الذهنية في الجامعات المصرية حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.792) وهي دالة عند مستوى 0.01 ؛ أي أن المتغيرين مرتبطين ارتباطاً طردياً قوياً، فيترايد الاثنان معاً ويتناقضان معاً، ويعنى ذلك أن المسؤولية الاجتماعية الاقتصادية لها تأثير على بناء الصورة الذهنية في الجامعات المصرية.

مما سبق وبناء على هذه النتيجة تقبل الفرضية الفرعية الرابعة التي تنص على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) بين المسؤولية الاجتماعية الاقتصادية وبناء الصورة الذهنية في الجامعات المصرية.

2. **الفرض الرئيسي الثاني:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) في مدى إدراك أفراد عينة الدراسة للمسؤولية الاجتماعية راجعة للاختلاف في المتغيرات الديموغرافية (الجنس، الفئة العمرية، الخبرة ، المستوى التعليمي).

**وللتحقق من صحة الفرض التالي قام الباحث باتباع الخطوات التالية :**

1. استخدام إختبار (ت) في حالة عينتين مستقلتين Independent Samples T- Test وذلك للتعرف على مدى تأثير الاختلاف في النوع على إستجابات أفراد عينة الدراسة حول المسؤولية الاجتماعية في الجامعات المصرية.
2. استخدام إختبار تحليل التباين الأحادي في اتجاه واحد One – Way ANOVA وذلك للتعرف على أنه هل هناك تأثير لاختلاف (الفئة العمرية والخبرة والمستوى

التعليمي) على استجابات أفراد عينة الدراسة حول المسؤولية الإجتماعية في الجامعات المصرية.

جدول (14) يوضح الفروق بين استجابات أفراد عينة الدراسة حول المسؤولية الإجتماعية التي ترجع الى الاختلاف في النوع

المحاور	مصدر التباين	العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ( T )	درجات الحرية	الدلالة	مستوى الدلالة
المسئولية الإجتماعية	إناث	287	61.634	9.592	6.640	535	0.000	دالة عند (0.01)
	ذكور	250	66.512	7.017				

يوضح الجدول (14) :

● أن قيمة (T) = 6.640 ومستوى الدلالة هو (0.000) وهو أقل من مستوى المعنوية (0.01) و بالتالي " توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.01) بين استجابات أفراد عينة الدراسة حول المسؤولية الإجتماعية راجعة إلى الاختلاف في "النوع" والاختلاف لصالح الذكور، وبالتالي يوجد تأثير معنوي لإختلاف نوع أفراد عينة الدراسة على استجاباتهم حول المسؤولية الإجتماعية وأكثر الاستجابات ارتفاعا الذكور بمتوسط (66.512).

جدول (15) يوضح الفروق بين استجابات أفراد عينة الدراسة حول المسؤولية الإجتماعية رجة الى الاختلاف في الفئة العمرية

	مصدر التباين	درجات الحرية	مجموع المربعات	متوسط المربعات	F	الدلالة	مستوى الدلالة
المسئولية الإجتماعية	بين المجموعات	3	15323.24	5107.75	103.01	0.000	دالة عند (0.01)
	داخل المجموعات	533	26428.91	49.585			
	الإجمالي	536	41752.16	-			

يوضح الجدول (15) :

أن قيمة (F) = 103.01 ومستوى الدلالة هو (0.000) وهو أقل من مستوى المعنوية (0.05) ، (0.01) و بالتالي " توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) ، (0.01) بين استجابات أفراد عينة الدراسة حول المسؤولية الإجتماعية في الجامعات المصرية راجعة إلى الاختلاف في " الفئة العمرية " ، وبالتالي يوجد تأثير معنوي

لاختلاف الفئة العمرية على استجابات أفراد عينة الدراسة حول المسؤولية الإجتماعية فى الجامعات المصرية.

جدول (16) يوضح الفروق بين استجابات أفراد عينة الدراسة حول المسؤولية الإجتماعية رجعة الى الاختلاف فى مستوى الخبرة

مصدر التباين	درجات الحرية	مجموع المربعات	متوسط المربعات	F	الدلالة	مستوى الدلالة
بين المجموعات	3	17746.92	5915.64	131.348	0.000	دالة عند (0.01)
داخل المجموعات	533	24005.24	45.038			
الإجمالي	536	41752.156	-			

يوضح الجدول (15) :

أن قيمة (F) = 131.348 ومستوى الدلالة هو (0.000) وهو أقل من مستوى المعنوية (0.05) ، (0.01) و بالتالي " توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) ، (0.01) بين استجابات أفراد عينة الدراسة حول المسؤولية الإجتماعية فى الجامعات المصرية رجعة الى الاختلاف فى " مستوى الخبرة " ، وبالتالى يوجد تأثير معنوي لاختلاف مستوى الخبرة على استجابات أفراد عينة الدراسة حول المسؤولية الإجتماعية فى الجامعات المصرية.

جدول (16) يوضح الفروق بين استجابات أفراد عينة الدراسة حول المسؤولية الإجتماعية رجعة الى الاختلاف فى المستوى التعليمي

مصدر التباين	درجات الحرية	مجموع المربعات	متوسط المربعات	F	الدلالة	مستوى الدلالة
بين المجموعات	2	6160.004	3080.002	46.210	0.000	دالة عند (0.01)
داخل المجموعات	534	35592.15	66.652			
الإجمالي	536	41752.16	-			

يوضح الجدول (16) :

أن قيمة (F) = 46.210 ومستوى الدلالة هو (0.000) وهو أقل من مستوى المعنوية (0.05) ، (0.01) و بالتالي " توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) ، (0.01) بين استجابات أفراد عينة الدراسة حول المسؤولية الإجتماعية فى الجامعات المصرية رجعة الى الاختلاف فى " المستوى التعليمي " ، وبالتالى يوجد تأثير معنوي

لاختلاف المستوى التعليمي على استجابات أفراد عينة الدراسة حول المسؤولية الاجتماعية في الجامعات المصرية. مما سبق وبناء على هذه النتيجة تقبل الفرضية الرئيسية الثانية التي تنص على وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) في مدى إدراك أفراد عينة الدراسة للمسؤولية الاجتماعية راجعة للاختلاف في المتغيرات الديموغرافية (الجنس، الفئة العمرية، الخبرة ، المستوى التعليمي).

### ثالث عشر: مناقشة النتائج

- لقد خلصت الدراسة إلى العديد من النتائج التي بينت دور المسؤولية الاجتماعية في بناء الصورة الذهنية للجامعات المصرية ، وفيما يلي عرض لأهم النتائج مع مناقشتها:
1. يوجد دور لأبعاد المسؤولية الاجتماعية في بناء الصورة الذهنية للجامعات المصرية ، ويبرز هذا من خلال التزام الجامعات بالممارسات الأخلاقية والمساهمة في القضايا الإنسانية والاقتصادية ، بجانب العمل على تحسين نوعية الظروف المعيشية للعاملين والمجتمع ككل.
  2. اتضح من نتائج الدراسة أن هناك إهتمام عالي من قبل الجامعات محل الدراسة بالمسؤولية الاجتماعية، وهذا ما أفصحت عنه نتائج الدراسة التي بينت تقارب المتوسطات الحسابية لإجابات مفردات العينة، وقد جاءت هذه النتيجة منسجمة مع فلسفة الجامعات تجاه المسؤولية الاجتماعية ضمن ما هو مشار الى فلسفتها حيال المسؤولية الاجتماعية، وهذا يدل على الوعي المتزايد لدى الجامعات المصرية لأهمية المسؤولية الاجتماعية، وان بذل المزيد هو يعد من قوانين اللعبة
  3. التنافسية الجديدة التي تفرضها التغيرات البيئية والتكنولوجية ومتطلبات بيئة العمل الحالية ، توصلت نتائج الدراسة إلى أن الجامعات محل الدراسة تسعى لتحسن وبناء صورتها الذهنية فقد كان ذلك واضحاً من نتائج تحليل الاختبار الوصفي التي بينت ان الاجابات كانت عالية ومتقاربة .
  4. خلصت الدراسة الى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المسؤولية الاجتماعية ككل بأبعادها الفرعية ( البعد الإنساني ، البعد الأخلاقي ، البعد القانوني ، البعد الاقتصادي ) وبناء الصورة الذهنية ، وهذه نتيجة طبيعية ولم تكن مفاجئة ، اذ ان مفتاح البقاء والاستمرار والتميز يعتمد بالضرورة على ما تقدمه المنظمات المتميزة من أعمال خاصة الجامعات لما تساهم فيه من دور فعال وإيجابي بالمجتمع ، يضمن لها السبيل في كسب صورته ذهنية ايجابية في أعين من تتعامل معهم من اصحاب المصلحة والتي مؤداها النجاح والتميز.

5. وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) في مدى إدراك أفراد عينة الدراسة للمسئولية الإجتماعية راجعة للاختلاف في المتغيرات الديموغرافية (الجنس، الفئة العمرية، الخبرة ، المستوى التعليمي).

### رابع عشر: التوصيات :

- في ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة يمكن تقديم التوصيات التالية:
- 1- مضاعفة الاهتمام من قبل الجامعات المصرية بمسئولياتها الإجتماعية ، لاسيما في ظل تنامي متطلبات وحاجات المجتمع المحلي من جهة ، والمسئوليات الأخرى التي أصبحت تشكل التزاما أخلاقيا وقانونيا يقع على عاتق الجامعات ، من خلال التنوع في طرق وأساليب أعمالها بهذا الخصوص.
  - 2- ضرورة بلورة رؤية واضحة للجامعات المصرية فيما يخص المسئولية الإجتماعية فضلاً عن إدراجها ضمن أهدافها الإستراتيجية.
  - 3- أفصحت النتائج عن عدم وجود اثر معنوي لدور المسئولية الإجتماعية في بناء الصورة الذهنية ، مما يعني ضرورة بذل المزيد من قبل الجامعات ، من خلال استقطاب أو بقاء أعضاء هيئة التدريس والعاملين ذوى الكفاء.
  - 4- ضرورة بذل المزيد من أنشطة المسئولية الإجتماعية التوعوية تجاه المجتمع ، ويمكن أن يكون ذلك من خلال توسيع نطاق الأنشطة والأعمال الخيرية والإنسانية التي من شأنها ان تزيد من نشر ثقافة المسئولية الإجتماعية في مجتمع الجامعات .
  - 5- يتطلب من الجامعات المصرية تنمية ثقافه العمل التطوعي لدى الطلاب ، ويمكن ذلك من خلال الاعتماد على أساليب ووسائل مبتكرة وحديثه ، الامر الذى يساهم في بناء صورته ذهنية إيجابية .
  - 6- عقد مؤتمرات وورش عمل من قبل الجامعات المصرية كوسيلة تتصل من خلالها مع افراد المجتمع ، لبيان ما تقوم به الجامعات من دور هام وفعال من خلال الأنشطة والمشاريع الخيرية و الاستثمارية ، وتفعيل برامج حماية البيئة والمجتمع وتوعية الشباب والاستماع إلى آراءهم ومقترحاتهم وزياده دورهم في المشاركة بالأنشطة والمسئوليات الإجتماعية ، ذلك لارتباطها بالمجتمع واعداد جيل يعي المفاهيم والقيم المجتمعية .
  - 7- يتطلب من الجامعات المصرية بناء نظام تقييم متقدم وفعال، وذلك لتعتمد عليه في تقييم أداءها المتعلق بأنشطة المسئوليات الإجتماعية بشكل دوري ، الأمر الذى سيعزز لديها إمكانية التحسين المستمر في التزاماتها الإجتماعية.
  - 8- إنشاء قسم متخصص يعنى بإدارة المسئولية الإجتماعية والصورة الذهنية بكل أنواعها ، لاسيما في ظل احتدام حدة التنافس بين الجامعات فيما يخص أنشطة

المسؤولية الإجتماعية، وما يمكن أن يؤثر ذلك على بناء صورة ذهنية إيجابية ،  
تزيد من فرص الجامعات للتميز.

9- لقد استهدفت الدراسة الجامعات المصرية كمدانا لإجراء الدراسة، الأمر الذي  
يشجع على إجراء دراسة مستقبلية مثيلة لكن في قطاعات أخرى، وذلك بهدف  
تقييم مدى التزام الجامعات والشركات الاخرى بالمسؤولية الإجتماعية.

10- ضرورة تعاون جميع الجامعات المصرية بوضع استراتيجيات وطنية واضحة  
تساهم في تعزيز مسؤولياتها الإجتماعية تجاه البيئة والمجتمع .

#### مقترحات لبحوث مستقبلية :

- أثر أبعاد المسؤولية الإجتماعية في تحقيق الفعالية التنظيمية .
- دور الابتكار التنظيمي في بناء الصورة الذهنية .
- دور المسؤولية الإجتماعية في العلاقة بين الصحة التنظيمية وتحقيق التميز  
المؤسسى.



## المراجع

1. البكري ، ثامر ياسر : (2005) ، " ادراك المديرين لمفهوم المسؤولية الإجتماعية : دراسة تطبيقي على الشركات الصناعية بالعراق " **المجلة العربية للإدارة ، المنظمة العربية للتنمية الإدارية ، مجلد 21، عدد يونيو ص ص 89-113.**
2. عبدالفتاح ، عمر راشد : (2016) ، مدى إدراك العاملين في البنوك التجارية لأنشطة التسويق الإلكتروني / دراسة ميدانية على البنوك التجارية في الأردن ، **المجلة الأردنية للعلوم التطبيقية، المجلد 8، العدد الأول ، عمان ، الأردن ص ص 94-108.**
3. فرحان ، طالب ، عبد الحميد، سعد ، إبراهيم ، احمد : (2012) ، تطبيق المفهوم الاجتماعي للتسويق في الجمعيات الخيرية بالسعودية ، **مجلة الإدارة العامة، العدد الأول .**
4. عزوي ، عمرو واخرون : (2012) دوافع تبني المنظمات ابعاد المسؤولية الإجتماعية والأخلاقية كمعيار لقياس الأداء الاجتماعي المسؤولية الإجتماعية للجامعات ، **الملتقى الدولي الثالث حول منظمات الأعمال والمسؤولية الإجتماعية ، جامعه بشار للعلوم الاقتصادية بالجزائر .**
5. الخالدي ، إبراهيم السعيد (2010) ، المسؤولية الإجتماعية للشركات ، **مجلة جسر التنمية ، العدد التاسع .**
6. عجوه ، على : (2005) ، **العلاقات العامة والصورة الذهنية ، عالم الكتب للطباعة والنشر**
7. الفلاح ، محمد : (2008) ، **الصورة الذهنية لقناه الجزيرة والجزيرة الدولية لدى الشباب الجامعي ، المجلة الأردنية الإجتماعية ، العدد الأول .**
8. رمضان ، الغريب : (2011) ، **أثر الاتصال في رفع الأداء التسويقي للمؤسسات الخدمية ، دراسة حاله في المؤسسة الاقتصادية ، جامعه الشرق الأوسط .**
9. زهرة ، محمد: ( 2014) ، **الإدارة الاستراتيجية ، منظور منهجي متكامل ، عمان ، دار الميسر للنشر والتوزيع .**
10. عبيد ، طاهر محسن و العامري ، صالح مهدي (2014) " **دور الشركات المساهمة في الأنشطة الإجتماعية بالسودان دراسة ميدانية " ، معهد الإدارة العامة ، العدد الرابع المجلد الثاني .**
11. موسى ، قاسم : (2017) ، **دور المسؤولية الإجتماعية في تحقيق ميزه تنافسية ، دراسة حاله عن شركة زين الإتصالات الخلوية ، مجله العلوم الإدارية العدد الأول ، المجلد الأول .**

12. منير ، حجاب : (2007) ، الاتصال والعلاقات العامة ، دار الفجر للنشر والتوزيع

13. على ، سعاد حمودة : (2005) ، فاعلية العلاقات العامة في تكوين الصورة الذهنية ، دراسة حالة على الشركات العامة والخاصة بالسودان ، مجله العلوم الادرية والاقتصادية العدد السابع المجلد الأول .

14. نعيم ، عبدالعزيز : (2016) ، الصورة الذهنية لدى رجال الشرطة لدى الرأي العام المصري ، ورقة عمل مقدمة الى برنامج الأمم المتحدة الإنمائي في مجال حقوق الانسان ، اكااديمية مبارك للأمن .

### المراجع الأجنبية

1. Fisher, J. (2004). Social responsibility and ethics: clarifying the concepts. **Journal of Business Ethics**, 52, p. 391-400.
2. Anselmsson , Johan & Johansson, Ulf (2007)Corporate Social Responsibility and the Positioning of grocery brands"An exploratory study of retailer and manufacturer brands at point of purchase, **International Journal of Retail & Distribution Management**,Vol.35, No.10, 2007,pp.835-856.from [www.emeraldinsight.com/0959-0552.htm](http://www.emeraldinsight.com/0959-0552.htm). cited on 3/3/2009.
3. Eweje , G. & Bentley,T. (2006).CSR and staff retention in New Zealand companies:A literature review.(Department of Management and International Business Research Working Paper series 2006,no.6)Auckland, NZ: Massey University. <http://hdl.handle.net/10179/635>.
4. Hummels, H. (2004). A collective lack of memory. **The Journal of Corporate Citizenship**, Summer, 2004,14, p.18.
5. Lockie, S., (1999). Community Movements and Corporate Images: "Land care" in Australia in Rural Sociology, **College Station, June 1999, Volume 62, Issue 2, PP. 291-233**.
6. - Natural Resources Canada, (2003), For more information on this study please contact: Jim Frehs, Sustainable Development and InternationalAffairs,[www.nrcan.gc.casddpubscsrrsepdfcsr.pdf](http://www.nrcan.gc.casddpubscsrrsepdfcsr.pdf) retrieved on 21/2/2009 from Google

7. Sekaran, Uma (2003) **Research Methods for Business: A Skill-Building Approach**.4<sup>th</sup> ed.,New York:John Wiley and Sons Inc.
8. Smith, N.C. (2003) Corporate Social Responsibility: Whether or How? **California Management Review**, **45.4**, Summer, **2003**, pp.52-76.
9. Šmaižien, I., and Oržekauskas, P., (2006). Corporate Image Audit. **Vadyba/Management**. **Vol. 1. P. 89**.
10. Synder, Beth (2000)."Amaster Yard Upends Elite Image in Advertising Age, (Electronic), **Midwest Region Edition**, **Vol.71**, page **28**.USA.AvailableL: **ProQuest/ABI Inform (2000, January 31)**.
11. Christie,J.David(2002) A trilateral for the Management of Corporate Image: An examination of the inter-relationship between an organizations self Image, Projected Image, and its Perceived Image. Dissertation, School of Management ,**Faculty of Commerce and Management, Griffith University, Sited on 3/9/2008,from Google**.
12. Smith, Craig, (2001). "Same Old Attitude Is No Way to Find Corporate Identity" in **Marketing, London, February 2001**. Available: **ProQuest/ABI Inform global, (February 1, 2001)**.
13. White, A. L. (2004). Lost in Transition? The future of corporate social responsibility. **The Journal of Corporate Citizenship, Winter, 2004,16**.
14. Bloogan, M.M., (1999). "The Importance of First Impressions" in **Business Journal Serving Jacksonville & Northeast Florida, Volume 15, Issue 6, P. 23**. Available: **Database-Business Source Elite**.
15. Dawling, G. R., Maeshel, T.,Ratkman,A: (2009). **Corporate Reputations – Strategies for Developing the Corporate Brand**. Melbourne, Longman Professional.

16. Eweje ,G .and Bentley ,T.(2006).CSR and staff retention in New Zealand companies : A literature review.(**Department of Management and International Business Research Working Paper series 2006,no.6**)Auckland, NZ: Massey University. <http://hdl.handle.net/10179/635>.
17. Pride, M.F. & Ferrell , C.O (2013) Management concept & strategies :9<sup>th</sup> ed . Boston: **Houghton , Millin Company** .
18. Federico ,s (2012) , **The Social Responsibility Of The University** , The Experience Of The Welfare Department Of The Faculty of economics university of Buenos Aires , 16(2) December p.5.
19. May , Joshua and Walsh, James “**Do consumers expect companies to be socially responsible? The impact of corporate social responsibility on buying behavior**”, The Journal of Consumer Affairs, Vol. 35, No. 1, p.45 (2004).