

جامعة ميدأوشن



كلية الإدارة

قسم / تخصص. ماجستير إدارة العلاقات

عنوان البحث

أثر الاتصال المؤسسي في تعزيز السمعة التنظيمية للجمعيات الخيرية بالمنطقة الغربية
بالسعودية من وجهة نظر المستفيدين والمانحين

إعداد الطالب / أحمد قاسم عبدربه

إشراف/

د. الفیصل عبد الحمید محمد

دفايز علي الجراد

العام الدراسي:

٢٠٢٦

مقدمة الدراسة

يعد الاتصال المؤسسي حجر الزاوية في بناء الهوية التنظيمية وإدارة العلاقة مع الجمهور في العصر الحديث، حيث لم يعد مجرد وسيلة لنقل المعلومات، بل أداة استراتيجية لصناعة الصورة الذهنية وتعزيز الثقة. وفي ظل رؤية المملكة 2030، التي أولت القطاع الثالث (القطاع غير الربحي) أهمية كبرى لرفع مساهمته في الناتج المحلي الإجمالي، تواجه الجمعيات الخيرية تحديات متزايدة في إثبات كفاءتها وشفافيتها.

تعتبر السمعة التنظيمية للأعمال الخيرية في المنطقة الغربية بالمملكة العربية السعودية أصلاً غير ملموس يتأثر بشكل مباشر بكفاءة قنوات الاتصال المستخدمة، سواء كانت موجهة للمانحين لضمان استدامة الدعم، أو للمستفيدين لضمان جودة الخدمة والعدالة في التوزيع. ومن هنا تبرز أهمية دراسة "الاتصال المؤسسي" كمتغير مستقل يسهم في تشكيل "السمعة التنظيمية" كمتغير تابع، خاصة في بيئة تتميز بخصوصية دينية واجتماعية وتنافسية عالية.

مشكلة الدراسة

تتمثل مشكلة الدراسة في وجود فجوة محتملة بين الممارسات الاتصالية للجمعيات الخيرية وتصورات الأطراف ذات العلاقة (المانحين والمستفيدين) حول مصداقية هذه الجمعيات، مما قد يؤثر على ولائهم واستمرارية تعاملهم.

التساؤل الرئيسي:

ما أثر الاتصال المؤسسي في تعزيز السمعة التنظيمية للجمعيات الخيرية بالمنطقة

الغربية بالسعودية من وجهة نظر المستفيدين والمانحين؟

التساؤلات الفرعية:

1. ما مستوى كفاءة ممارسات الاتصال المؤسسي (الشفافية، الاستجابة، التفاعلية) في

الجمعيات الخيرية بالمنطقة الغربية؟

2. ما مستوى السمعة التنظيمية (الموثوقية، المسؤولية الاجتماعية، الابتكار)

للجمعيات الخيرية من منظور الفئات المستهدفة؟

3. هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقدير أثر الاتصال المؤسسي على

السمعة تعزى لمتغير (نوع الفئة: مانح/مستفيد)؟

4. كيف يسهم الاتصال الرقمي الحديث في تحسين الصورة الذهنية للجمعيات مقارنة

بالوسائل التقليدية؟

أهمية الدراسة

1. الأهمية العلمية (النظرية):

• إثراء المكتبة العربية: ردد المكتبة الأكاديمية بدراسة متخصصة تربط بين علوم

الاتصال والإدارة في القطاع غير الربحي بالمملكة.

- **تطوير الإطار النظري:** تقديم نموذج نظري يفسر العلاقة بين أدوات الاتصال المؤسسي وأبعاد السمعة التنظيمية في سياق بيئة المنطقة الغربية التي تعد مركزاً للعمل الخيري.
 - **فتح آفاق بحثية:** تمهيد الطريق لباحثين آخرين لدراسة متغيرات وسيطة مثل "الثقة" أو "الشفافية المالية" وتأثيرها على السمعة.
 - 2. **الأهمية العملية (التطبيقية):**
 - **تطوير الاستراتيجيات:** تزويد صناع القرار في الجمعيات الخيرية بتوصيات مبنية على أدلة علمية لتطوير خططهم الاتصالية بما يتوافق مع توقعات المانحين والمستفيدين.
 - **جذب التمويل:** مساعدة الجمعيات في فهم كيفية بناء سمعة قوية تضمن تدفق التبرعات واستدامة الموارد المالية من خلال تحسين قنوات التواصل مع المانحين.
 - **تحقيق رؤية 2030:** المساهمة في تحقيق مستهدفات الرؤية المتعلقة بتمكين القطاع غير الربحي من خلال رفع مستوى الحوكمة والاتصال الفعال والشفافية.
 - **تجويد الخدمة:** تمكين الجمعيات من فهم احتياجات المستفيدين بشكل أدق عبر قنوات اتصال تفاعلية، مما ينعكس إيجاباً على سمعتها الخدمية.
- أهداف الدراسة

الهدف الرئيسي:

- قياس أثر ممارسات الاتصال المؤسسي في تعزيز السمعة التنظيمية للجمعيات الخيرية بالمنطقة الغربية بالسعودية من وجهة نظر المستفيدين والمانحين.

الأهداف الفرعية:

1. التعرف على واقع ممارسات الاتصال المؤسسي المطبقة في الجمعيات الخيرية بالمنطقة الغربية.
2. تحديد مستوى السمعة التنظيمية لهذه الجمعيات من وجهة نظر كل من المانحين والمستفيدين.
3. الكشف عن طبيعة العلاقة الارتباطية بين أبعاد الاتصال المؤسسي (الشفافية، المصداقية، التفاعلية) وأبعاد السمعة التنظيمية.
4. رصد الفروق في تصورات المانحين والمستفيدين حول كفاءة الاتصال المؤسسي وعلاقته بالسمعة.

تساؤلات الدراسة

التساؤل الرئيسي:

- إلى أي مدى يسهم الاتصال المؤسسي في تعزيز السمعة التنظيمية للجمعيات الخيرية بالمنطقة الغربية؟

التساؤلات الفرعية:

1. ما هي أبرز الوسائل الاتصالية التي تعتمد عليها الجمعيات الخيرية في تواصلها

مع المانحين والمستفيدين؟

2. كيف يقيم المانحون والمستفيدون مستوى السمعة التنظيمية للجمعيات بالمنطقة

الغربية؟

3. هل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة الاتصال المؤسسي وتحسن السمعة

التنظيمية؟

4. هل تختلف وجهات نظر المانحين عن المستفيدين فيما يتعلق بأثر الاتصال على

السمعة؟

فرضيات الدراسة

تعتمد الدراسة على الفرضيات التالية (سيتم اختبارها إحصائياً):

1. الفرضية الأولى: توجد علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين كفاءة

الاتصال المؤسسي وتعزيز السمعة التنظيمية للجمعيات الخيرية.

2. الفرضية الثانية: يوجد أثر معنوي لأبعاد الاتصال المؤسسي (الشفافية، التفاعلية،

السرعة) في تشكيل السمعة التنظيمية لدى المانحين.

3. الفرضية الثالثة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تصورات أثر الاتصال

المؤسسي على السمعة تعزى لمتغيرات ديموغرافية (الفئة: مانح/مستفيد، المنطقة الجغرافية الفرعية).

متغيرات الدراسة

تتكون الدراسة من نوعين من المتغيرات:

1. المتغير المستقل (Independent Variable):

○ الاتصال المؤسسي: ويشمل أبعاده (قنوات الاتصال، محتوى الرسائل الاتصالية، الشفافية المعلوماتية، التفاعلية).

2. المتغير التابع (Dependent Variable):

○ السمعة التنظيمية: وتشمل أبعادها (الثقة والمصداقية، المسؤولية الاجتماعية، الكفاءة الإدارية، جودة الخدمات المقدمة).

خامساً: مصطلحات الدراسة (التعريف الإجرائي)

1. الاتصال المؤسسي (Corporate Communication):

○ هو مجموعة الأنشطة والعمليات التي تقوم بها الجمعية الخيرية لنقل المعلومات والأفكار والقيم إلى جمهورها (المانحين والمستفيدين) عبر قنوات متنوعة (رقمية وتقليدية) لبناء علاقة مستدامة.

2. السمعة التنظيمية (Organizational Reputation):

- هي التقييم الجماعي والانطباع العام الذي يحمله المانحون والمستفيدون تجاه الجمعية بناءً على تجاربهم السابقة وتفاعلاتهم معها، ومدى إدراكهم لالتزامها بقيم العمل الخيري.

3. الجمعيات الخيرية (Charitable Organizations):

- هي المؤسسات الأهلية غير الربحية المسجلة رسمياً في المنطقة الغربية بالمملكة العربية السعودية، والتي تهدف لتقديم خدمات اجتماعية وتنموية.

4. المانحون (Donors):

- الأفراد أو المؤسسات الذين يقدمون الدعم المالي أو العيني للجمعية لتمكينها من أداء رسالتها.

5. المستفيدون (Beneficiaries):

- الأفراد أو الأسر الذين يتلقون الخدمات والمساعدات (المادية، الصحية، التعليمية، إلخ) من الجمعية الخيرية.

الدراسات السابقة

الدراسة الأولى: الأنشطة الاتصالية للجمعيات الخيرية ودورها في تشكيل معارف

واتجاهات الجمهور

- الباحث: هبة حسن عبد الغني غنيمه.
- بيانات النشر: رسالة ماجستير، قسم الإعلام، جامعة الزقازيق، مصر، 2014م.
- هدف الدراسة وإشكالياتها: سعى البحث إلى تحديد دور الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها الجمعيات الخيرية في تدعيم فكرة العمل الخيري لدى الجمهور المصري، ومعرفة أثرها في تشكيل اتجاهاتهم ومعارفهم نحو هذا القطاع.
- المنهج والأدوات: اعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي والمنهج المقارن. تم تطبيق الدراسة على عينة من 394 مفردة باستخدام استمارة استبيان (أسئلة مفتوحة ومغلقة)، بالإضافة إلى استمارة تحليل المضمون والمقابلة كأدوات داعمة.
- أبرز النتائج:

1. وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديمغرافية (الحالة

الاجتماعية، الوظيفة، المستوى التعليمي) وبين وصول الأنشطة الاتصالية

للجمهور.

2. جاءت شبكة الإنترنت كأول وسيلة يتعرض لها الجمهور للتعرف على

أنشطة الجمعيات، تلاها التلفزيون.

3. وجود نظرة إيجابية لدى أغلبية المبحوثين تجاه الأنشطة الاتصالية

للجمعيات، حيث اعتبروها محفزاً قوياً على التبرع والعمل الخيري.

الدراسة الثانية: دور الفيسبوك في نشر ثقافة العمل التطوعي (دراسة مسحية على طلبة الجامعات الأردنية)

• الباحث: منتهى الكيلاني.

• بيانات النشر: رسالة ماجستير، قسم الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن،

2019م.

• هدف الدراسة وإشكالياتها: استكشاف مدى إسهام موقع "فيسبوك" كأحد مواقع

التواصل الاجتماعي في ترسيخ ونشر ثقافة العمل التطوعي بين فئة الشباب

الجامعي في مدينة عمان.

• المنهج والأدوات: اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي لملائمته لجمع

البيانات الكمية والاستدلالات المنطقية.

• أبرز النتائج:

1. عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في دور الفيسبوك في تعزيز الثقافة

التطوعية تعزى لمتغيرات (الجنس، العمر، المستوى الأكاديمي، الكلية، أو

الجامعة).

2. فاعلية المضامين المنشورة عبر الفيسبوك في تشكيل وعي الشباب بأهمية

الانخراط في المبادرات التطوعية.

الدراسة الثالثة: الاتصال الجماعي ودوره في ترقية الخدمة الاجتماعية الشبانية في الجزائر

• الباحث: عبد الوهاب داودي.

• بيانات النشر: أطروحة دكتوراه، كلية الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3،

الجزائر، 2020/2019م.

• هدف الدراسة وإشكالياتها: بحث العلاقة القائمة بين "الاتصال الجماعي" (الخاص

بالجمعيات) وبين ترقية الخدمات الاجتماعية الموجهة لفئة الشباب عبر مؤسسات

المجتمع المدني، وكيفية توظيف وسائل الاتصال لتحقيق هذا الهدف.

• المنهج والأدوات: استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي والمنهج التاريخي.

شملت الدراسة عينة من الجمعيات الشبانية بالجزائر العاصمة.

• أبرز النقاط التي ركزت عليها الدراسة:

1. الكشف عن كيفية التخطيط للعمليات الاتصالية داخل الجمعيات ومستوى

كفاءة القائمين بالاتصال.

2. تبيان كيفية توظيف الوسائل الاتصالية المختلفة لتحقيق اندماج الشباب مع

التطورات المجتمعية.

3. صياغة مؤشرات علمية لأداء وفعالية مؤسسات المجتمع المدني

لاستخدامها من قبل المسؤولين والممولين.

التعقيب على الدراسات السابقة وموقع الدراسة الحالية منها

بعد استعراض الدراسات السابقة العربية التي تناولت جوانب الاتصال في العمل الخيري

والتطوعي، يمكن تقديم التعقيب التالي:

أولاً: أوجه التشابه مع الدراسات السابقة

1. **المنهجية العلمية:** اتفقت الدراسة الحالية مع معظم الدراسات السابقة (مثل دراسة

هبة غنيمه، ومنتهى الكيلاني، وعبد الوهاب داودي) في الاعتماد على **المنهج**

الوصفي التحليلي، لكونه المنهج الأنسب لرصد الظواهر الاجتماعية وقياس الآراء

والاتجاهات.

2. **أداة الدراسة:** تشابهت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في اتخاذ **الاستبيان**

أداة رئيسة لجمع البيانات من الميدان، نظراً لقدرته على تغطية عينات كبيرة من

الجمهور.

3. المتغير المستقل: ركزت أغلب الدراسات السابقة على "الاتصال" أو "الأنشطة

الاتصالية" كمتغير فاعل ومؤثر في الجمهور، وهو ما تتبناه الدراسة الحالية أيضاً

كمتغير مستقل.

ثانياً: أوجه الاختلاف مع الدراسات السابقة

1. المتغير التابع (السمعة التنظيمية): تختلف الدراسة الحالية في تركيزها المباشر

على "السمعة التنظيمية" كمتغير تابع، بينما ركزت الدراسات السابقة على "تشكيل

الاتجاهات" أو "نشر الثقافة التطوعية" أو "ترقية الخدمة الاجتماعية". فالسمعة

مفهوم إداري واتصالي أكثر شمولية وعمقاً.

2. عينة الدراسة (ثنائية الجمهور): في حين ركزت بعض الدراسات السابقة على فئة

"الشباب" أو "الجمهور العام"، تتميز الدراسة الحالية باستهداف فئتين نوعيتين لهما

مصالح متباينة: (المانحين) كجهة داعمة، و(المستفيدين) كجهة متلقية للخدمة،

مما يعطي شمولية في فهم السمعة من زوايا مختلفة.

3. النطاق الجغرافي: أجريت الدراسات السابقة في سياقات جغرافية مختلفة (مصر،

الأردن، الجزائر)، بينما تنفرد الدراسة الحالية بتطبيقها في المنطقة الغربية

بالمملكة العربية السعودية، وهي منطقة لها خصوصية دينية واجتماعية وتنموية

عالية لارتباطها ببيئة الحرمين الشريفين ونشاط العمل الخيري المكثف فيها.

ثالثاً: ما يميز الدراسة الحالية (الإضافة العلمية)

1. الارتباط برؤية المملكة 2030: تأتي هذه الدراسة في وقت يسعى فيه القطاع غير

الربحي بالسعودية إلى التحول نحو "الاحترافية والشفافية"، مما يجعل دراسة

"السمعة" ضرورة ملحة لاستدامة هذا القطاع وفق مستهدفات الرؤية.

2. الحداثة الزمنية: تتناول الدراسة واقع الاتصال المؤسسي في ظل التحول الرقمي

المتسارع الذي شهدته المملكة في السنوات الأخيرة، وهو ما قد لا تظهره الدراسات

الأقدم زمنياً (مثل دراسة 2014).

3. الربط الاستراتيجي: تساهم الدراسة في تقديم نموذج عملي للجمعيات الخيرية

بالمنطقة الغربية يوضح كيف يمكن للاتصال أن يتحول من مجرد "إعلام" إلى أداة

لـ "بناء السمعة والمصداقية" التي تجلب التمويل وتضمن رضا المستفيد.

الخلاصة:

استفادت الدراسة الحالية من الدراسات السابقة في بناء أطرها النظرية وتحديد أدواتها المنهجية، إلا أنها تميزت عنها بتقديم معالجة بحثية لنقطة لم يتم تغطيتها بشكل كافٍ في البيئة السعودية، وهي أثر "الاتصال المؤسسي" تحديداً على "السمعة التنظيمية" للجمعيات الخيرية من وجهة نظر مزدوجة (المانح والمستفيد).

الإطار النظري

المحور الأول: ماهية الاتصال المؤسسي في المنظمات غير الربحية

- مفهوم الاتصال المؤسسي وتطوره التاريخي.
- أهمية الاتصال كأداة إدارية واستراتيجية في الجمعيات الخيرية.
- خصائص الاتصال المؤسسي الفعال (الوضوح، المصداقية، الاستمرارية).

المحور الثاني: نظريات الاتصال المفسرة للعلاقة مع الجمهور

- نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في تشكيل الصور الذهنية.
- نظرية التفاعلية الرمزية وبناء المعنى المشترك مع المانحين.
- نظرية الحوار (Dialogic Theory) وبناء العلاقات المستدامة في القطاع الثالث.

المحور الثالث: استراتيجيات وقنوات الاتصال المؤسسي الحديثة

- الاتصال الرقمي: شبكات التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية للجمعيات.
- الاتصال التقليدي: التقارير السنوية، اللقاءات المباشرة، والمطبوعات.
- دور "قصص النجاح" (Storytelling) في جذب المانحين والتأثير العاطفي.

المحور الرابع: الشفافية والمساءلة كركائز للاتصال الخيري

- مفهوم الشفافية المعلوماتية في التقارير المالية والإنجازات الميدانية.
- أثر الإفصاح عن البيانات في تعزيز ثقة المانح والمستفيد.
- دور الحوكمة في ضبط الممارسات الاتصالية للجمعيات الخيرية بالسعودية.

المحور الخامس: السمعة التنظيمية (المفهوم والأبعاد)

- تعريف السمعة التنظيمية والفرق بينها وبين "الصورة الذهنية" و"الهوية".
- أبعاد السمعة: (المسؤولية الاجتماعية، الكفاءة الإدارية، جودة الخدمة).
- العوامل المؤثرة في بناء السمعة (التجربة المباشرة، الاتصال الإشاعي، الأداء الفعلي).

المحور السادس: إدارة السمعة في الأزمات بالقطاع الخيري

- دور الاتصال المؤسسي في حماية السمعة أثناء الأزمات (المالية أو الإدارية).
- استراتيجيات الرد والاعتذار وتصحيح المسار المعلوماتي.
- أثر الشائعات الإلكترونية على سمعة الجمعيات وكيفية مواجهتها.

المحور السابع: سيكولوجية المانحين والمستفيدين في المنطقة الغربية

- دوافع التبرع (دينية، اجتماعية، إنسانية) وأثرها على توقعات المانح.

- تطلعات المستفيدين من حيث الكرامة الإنسانية وجودة الخدمة وسرعة الوصول.
- تأثير الثقافة المحلية والقيم الإسلامية على إدراك السمعة في مكة وجدة والطائف.

المحور الثامن: العلاقة الارتباطية بين الاتصال والسمعة

- كيف يتحول "الفعل الاتصالي" إلى "رصيد سمعة" مستدام.
- نماذج قياس أثر الاتصال على الانطباعات العامة.
- دور التغذية الراجعة (Feedback) في تحسين الصورة الذهنية للجمعية.

المحور التاسع: واقع القطاع غير الربحي في رؤية المملكة 2030

- مستهدفات الرؤية لرفع مساهمة القطاع الثالث في الناتج المحلي.
- التحول الرقمي في الجمعيات الخيرية السعودية وأثره على قنوات التواصل.
- مبادرات وزارة الموارد البشرية والتنمية الاجتماعية في تنظيم الاتصال والحوكمة.

المحور العاشر: التحديات والمعوقات في الاتصال المؤسسي الخيري

- ضعف الكوادر المتخصصة في الإعلام والاتصال بالجمعيات.
- فجوة التمويل وأثرها على القدرة على إنتاج محتوى اتصالي احترافي.
- تحديات الوصول للمستفيدين والمانحين في ظل التنافسية العالية بالمنطقة الغربية.

منهجية الدراسة وإجراءاتها

منهج الدراسة

تعتمد الدراسة على **المنهج الوصفي التحليلي (Descriptive Analytical)**

(Method)، وهو المنهج الذي يقوم على وصف الظاهرة كما توجد في الواقع، ومن ثم تحليلها وتفسير العلاقة بين متغيراتها (الاتصال المؤسسي والسمعة التنظيمية). تم اختيار هذا المنهج لملائمته لطبيعة الدراسات الإنسانية والاجتماعية التي تسعى لاستطلاع آراء الجمهور.

ثانياً: مجتمع الدراسة

يتمثل مجتمع الدراسة في جميع الأطراف ذات العلاقة بالجمعيات الخيرية المسجلة رسمياً في المنطقة الغربية بالمملكة العربية السعودية (وتشمل منطقة مكة المكرمة بمدنها: مكة، جدة، الطائف)، وينقسم المجتمع إلى فئتين:

1. **المانحون:** ويشمل رجال الأعمال، المؤسسات المانحة، والمتبرعين الأفراد الدائمين والموسمين.

2. **المستفيدون:** الأفراد والأسر المسجلة في قوائم الجمعيات الخيرية والذين يتلقون خدمات متنوعة.

ثالثاً: عينة الدراسة

نظراً لكبر حجم المجتمع وصعوبة حصر كافة أفراده، سيتم الاعتماد على العينة المتاحة أو القصدية (Purposive/Convenience Sample) من خلال توزيع الاستبيان إلكترونياً وعبر مكاتب الجمعيات، مع استهداف حجم عينة لا يقل عن (384) مفردة لضمان التمثيل الإحصائي الجيد بحد أدنى من الخطأ.

رابعاً: أداة الدراسة (الاستبيان)

تم اختيار الاستبيان (Questionnaire) كأداة رئيسية لجمع البيانات الأولية، وقد جرى تصميمها لتكون من ثلاثة أجزاء رئيسية:

1. الجزء الأول: البيانات الأولية: (الجنس، الفئة: مانح/مستفيد، المنطقة السكنية، المستوى التعليمي).

2. الجزء الثاني: محور الاتصال المؤسسي: وقيس تصورات العينة حول (جودة الرسائل، تنوع الوسائل، سرعة الرد، الشفافية).

3. الجزء الثالث: محور السمعة التنظيمية: وقيس (الثقة في الجمعية، جودة المخرجات، الابتكار في العمل الخيري، المسؤولية الاجتماعية).

ملاحظة: سيتم استخدام مقياس ليكرت الخماسي (Likert Scale) لتحديد درجات الموافقة (موافق بشدة، موافق، محايد، غير موافق، غير موافق بشدة).

خامساً: صدق وثبات الأداة

1. الصدق الظاهري (صدق المحكمين): سيتم عرض الاستبيان في صورته الأولى

على مجموعة من الأساتذة المتخصصين في الإعلام والإدارة لتقييم صياغة الفقرات ومدى انتمائها للمحاور.

2. الاتساق الداخلي (ثبات الأداة): سيتم حساب معامل "ألفا كرونباخ"

(Cronbach's Alpha) للتأكد من ثبات درجات المقياس وقدرته على إعطاء نتائج مستقرة عند إعادة تطبيقه.

سادساً: الأساليب الإحصائية

ستتم معالجة البيانات باستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)، من خلال:

- التكرارات والنسب المئوية لوصف العينة.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لترتيب محاور الدراسة.
- معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) لاختبار العلاقة بين الاتصال والسمعة.
- اختبار (T-Test) أو تحليل التباين الأحدي (ANOVA) للكشف عن الفروق بين المانحين والمستفيدين.

حدود الدراسة

1. الحدود الموضوعية (Topic Limits):

تقتصر الدراسة على بحث العلاقة بين "الاتصال المؤسسي" كمتغير مستقل (بأبعاده: الشفافية، التفاعلية، والوسائل) وبين "السمعة التنظيمية" كمتغير تابع (بأبعاده: الثقة، المسؤولية الاجتماعية، والجودة).

2. الحدود البشرية (Human Limits):

تستهدف الدراسة فئتين رئيسيتين من جمهور الجمعيات الخيرية وهما: (المانحون) الذين يقدمون الدعم، و(المستفيدون) الذين يتلقون الخدمات.

3. الحدود المكانية (Spatial Limits):

تطبق الدراسة على الجمعيات الخيرية العاملة في المنطقة الغربية بالمملكة العربية السعودية، مع التركيز على المدن الرئيسية (مكة المكرمة، جدة، والطائف).

4. الحدود الزمنية (Temporal Limits):

تتمثل الحدود الزمنية في الفترة التي سيتم فيها تطبيق أداة الدراسة (الاستبيان) وجمع البيانات الميدانية خلال العام ٢٠٢٦

قائمة المصادر والمراجع

أولاً: الكتب

1. البستاني، عبد الله. (1930). فاكهة البستان: معجم لغوي لطلبة المدارس. بيروت: الإرسالية الأمريكية للنشر.
2. بخيت، السيد. (2004). الإنترنت وسيلة اتصال جديدة: الجوانب الإعلامية والصحفية والتعليمية والقانونية. دار الكتاب الجامعي.
3. الجرجاني، علي بن محمد. (1983). كتاب التعريفات. (ط1). بيروت: دار الكتب العلمية. (تحقيق: إبراهيم الأبياري).
4. الجميلي، خيرى خليل. (د.ت). الاتصال ووسائله في المجتمع الحديث. الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث.
5. حسين، سمير محمد. (1984). الإعلام والاتصال الجماهيري والرأي العام. القاهرة: عالم الكتب.
6. دليو، فضيل وآخرون. (2003). البحث في الاتصال: عناصر المنهجية. (ط1). الجزائر: مخبر علم اجتماع الاتصال.
7. دريش، عامر وسليمان، عامر. (1988). نظرات في الإعلام. القاهرة: دار الهدى للطباعة.

8. دوركايم، إميل. (1982). تقسيم العمل الاجتماعي. (ترجمة: عزيز السيد جاسم).

دار التنوير للطباعة والنشر.

9. رتشي، جيهان. (1978). الأسس العلمية لنظريات الإعلام. القاهرة: دار الفكر

العربي.

10. سلاطنية، بلقاسم وحسان، الجيلالي. (2006). أسس البحث العلمي.

الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.

11. الصديقي، سلوى عثمان وبدوي، هناء حافظ. (1999). أبعاد العملية

الاتصالية: رؤية نظرية وعملية وواقعية. الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث.

12. صوفان القدومي، عيسى محمد. (2008). أسس العمل الخيري وفنون

تسويقه. (ط1). الكويت: مكتبة الكويت الوطنية.

13. الضامن، منذر. (2007). أساسيات البحث العلمي. عمان: دار المسيرة.

14. عبد المعطي، عبد الباسط. (1980). اتجاهات نظرية في علم الاجتماع.

الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب.

15. عطية، محسن علي. (2009). البحث العلمي في التربية: مناهجه، أدواته،

ووسائله الإحصائية. عمان: دار المناهج للنشر والتوزيع.

16. عطية، وليد. (2017). مناهج البحث العلمي بين جدل التصنيف وطرائق

الاستخدام. الجزائر.

17. علي، سعد إسماعيل. (1981). الاتصال والرأي العام: مبحث في القوة والأيدولوجية. (ط1). الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية.
18. عليان، مصطفى ربحان. (2004). أساليب البحث العلمي. (ط1). عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.
19. غباري، محمد سلام وعبد الحميد، السيد عطية. (1991). الاتصال ووسائله بين النظرية والتطبيق. الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث.
20. الفاتح، محمد وآخرون. (2011). تكنولوجيا الاتصال والإعلام. دار كنوز للنشر والتوزيع.
21. فاضل، راضي والتميمي، وسام مهند. (2017). الاتصال ووسائله الشخصية والجماعية والتفاعلية. دار الكتاب الجامعي.
22. القرضاوي، يوسف. (2008). أصول العمل الخيري في الإسلام في ضوء النصوص والمقاصد الشرعية. (ط1). القاهرة: دار الشروق.
23. كاستلز، مانويل. (2006). ظهور مجتمع الشبكة. (ترجمة: فايز الصياغ). بيروت: المنظمة العربية للترجمة.
24. لطاد، ليندا وآخرون. (2019). منهجية البحث العلمي وتقنياته في العلوم الاجتماعية. (ط1). برلين: المركز الديمقراطي العربي.

25. ماكلوهان، مارشال. (2003). فهم وسائل الإعلام: امتدادات الإنسان.

(ترجمة: حسن حمزة). بيروت: المنظمة العربية للترجمة.

26. مجمع اللغة العربية. (د.ت). المعجم الوسيط. (ط3). القاهرة: دار

المعارف.

27. المناوي، محمد عبد الرؤوف. (1403هـ). تعاريف المناوي (توقيف على

مهمات التعاريف). بيروت: دار الكتب العلمية.

28. ميشال، مسلان. (2009). علم الأديان. (ترجمة: عز الدين عناية).

بيروت: المركز الثقافي العربي.

29. أنجلس، مورييس. (د.ت). منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية.

(ترجمة: بوزيد صحراوي وآخرون). الجزائر: دار القصبة للنشر والتوزيع.

30. إسماعيل، محمود حسن. (2003). مبادئ علوم الاتصال ونظريات

التأثير. (ط1). مصر: الدار العلمية للنشر والتوزيع.

ثانياً: المجلات والدوريات العلمية

1. بن حسي، جميلة. (د.ت). العمل التطوعي: مجالاته، آثاره، ومعوقاته. مجلة

المداد، المجلد 11 (العدد 1).

2. بن مصطفى، إبراهيم قبيسي. (2022). العمل الخيري: مفهومه، مظاهره،

ووسائله. مجلة آداب الفراهيدي، (العدد 48).

3. بولطيف، زينة. (د.ت). تقنيات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للترويج للعمل التطوعي التابع للجمعيات الخيرية. مجلة البدر، المجلد 10 (العدد 11).
4. حميدشة، نبيل. (2010). البنائية الوظيفية ودراسة المكانة. مجلة البحوث والدراسات الإنسانية (جامعة سكيكدة)، (العدد 5).
5. عبد السلام، مصطفى محمود. (2009). الشباب والعمل التطوعي. مجلة الوعي الإسلامي، المجلد 47 (العدد 517).
6. محمد صالح، جواد المهدي. (2013). العمل الخيري: دراسة تأصيلية تاريخية. مجلة سر من رأى، (العدد 30).
7. نصر، سلمان. (2010). أثر العمل الخيري في إرساء مبدأ التكافل الاجتماعي والإصلاح بين الناس. مجلة المعيار (جامعة قسنطينة)، (العدد 13).
8. يوهوبه، مصطفى. (2022). العمل التطوعي من منظور إسلامي. مركز فاطمة الفهرية للأبحاث والدراسات.
9. ثالثاً: الرسائل الجامعية (المذكرات)
10. أحمد خليل، زياد دعس. (2009). معوقات الاتصال والتواصل التربوي بين مديري مدارس محافظة غزة وسبل مواجهتها. (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية، غزة.

11. باعلي، سعيدة. (2017). دور الجمعيات الخيرية في تفعيل العمل التطوعي: دراسة ميدانية بجمعية كافل اليتيم. (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة أدرار، الجزائر.
12. بنت محمد، سمر. (2010). مدى إدراك طالبات الدراسات العليا بجامعة أم القرى لمجالات العمل التطوعي للمرأة. (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة أم القرى، السعودية.
13. جابر، محسن. (2013). دور مواقع التواصل الاجتماعي في حل المشكلات التي تواجه طلاب التربية بجامعة أم القرى. (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة أم القرى، السعودية.
14. غنيمه، هبة حسن عبد الغني. (2014). الأنشطة الاتصالية للجمعيات الخيرية ودورها في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور نحو العمل الخيري في مصر. (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الزقازيق، مصر.
15. رابعاً: المؤتمرات والمقالات الأخرى
16. بركات، وجدي. (2005). تفعيل الجمعيات الخيرية التطوعية في ضوء سياسات الإصلاح الاجتماعي. المؤتمر العلمي الثامن عشر، يونيو.
17. جنات، لمياء. (2005). الثقافة الرقمية في مجتمع المعرفة والمعلومات: القمة العالمية لمجتمع المعلومات تونس نموذجاً. دار الاتحاد للنشر.

Midocean University

College of Management

Department / Specialization:

Master of Relationship Management



Research Title:

**The Impact of Corporate Communication in Enhancing the
Organizational Reputation of Charitable Societies in the
Western Region of Saudi Arabia from the Perspective of
Beneficiaries and Donors**

Prepared by:

Ahmed Qasem Abdrabu

Supervised by:

Dr. Al-Faisal Abdulhamid Mohammed

Dafayez Ali Al-Jarad

Academic Year:

2026