

العنوان:	أثر الوسائط المتعددة على وظيفة العلاقات العامة : دراسة تطبيقية على هيئة الجمارك السودانية
المؤلف الرئيسي:	الأمين، زهير علي
مؤلفين آخرين:	فضل الله، أحمد محمد(مشرف)
التاريخ الميلادي:	2007
موقع:	أم درمان
الصفحات:	1 - 164
رقم MD:	564482
نوع المحتوى:	رسائل جامعية
اللغة:	Arabic
الدرجة العلمية:	رسالة ماجستير
الجامعة:	جامعة أم درمان الاسلامية
الكلية:	كلية الإعلام
الدولة:	السودان
قواعد المعلومات:	Dissertations
مواضيع:	الوسائط المتعددة، العلاقات العامة، مزولة المهنة، تحسين الاداء، التطور المهني
رابط:	<a href="http://search.mandumah.com/Record/564482">http://search.mandumah.com/Record/564482</a>

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



جامعة أم درمان الإسلامية  
كلية الدراسات العليا  
كلية الإعلام  
قسم العلاقات العامة والإعلان

مبحث لنيل درجة الماجستير

بعنوان:

# أثر الوسائط المتعددة على وظيفة العلاقات العامة

دراسة تطبيقية على هيئة الجمارك السودانية

إشراف الدكتور/  
أحمد محمد فضل الله

إعداد الطالب/  
زهير علي الأمين

٢٠٠٧م - ١٤٢٨هـ

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## فهرس الموضوعات

رقم الصفحة	الموضوع
أ- ب	فهرس الموضوعات
ج	الآية
د	الإهداء
هـ	الشكر والعرفان
و- ز	مستخلص البحث باللغة العربية
ح	مستخلص البحث باللغة الإنجليزية
<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> ١٠-١	<b>الفصل الأول</b> <b>الإطار المنهجي</b>
<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<b>الفصل الثاني</b> <b>العلاقات العامة - المفهوم - النشأة - الوظائف</b>
٢٢-١٢	المبحث الأول: المفهوم
٣٢-٢٣	المبحث الثاني: نشأة العلاقات العامة
٤٧-٣٣	المبحث الثالث: وظائف العلاقات العامة
	<b>الفصل الثالث</b> <b>الوسائط المتعددة</b>
٦٤-٤٨	المبحث الأول: المفهوم
٨٤-٦٥	المبحث الثاني: دور الوسائط المتعددة في المجتمعات المختلفة

## الفصل الرابع العلاقات العامة والوسائط المتعددة

١٠٤-٨٥	المبحث الأول: دور الوسائط المتعددة في العلاقات العامة
١٢٣-١٠٥	المبحث الثاني: أهمية الوسائط المتعددة بالنسبة للعلاقات العامة

## الفصل الخامس الدراسة الميدانية

١٤٨-١٢٤	المبحث الأول: المدخل للأسس والنظم الجمركية
١٥٦-١٤٩	المبحث الثاني الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية
١٩٠-١٥٧	المبحث الثالث: تحليل البيانات
١٩١	الخاتمة
١٩٣	النتائج
١٩٤	التوصيات
	الملحقات.
٢٠٠-١٩٦	فهرس المصادر والمراجع.

قال الله تعالى:

﴿ اقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ \* خَلَقَ الْإِنْسَانَ مِنْ عَلَقٍ \* اقْرَأْ وَرَبُّكَ الْأَكْرَمُ \* الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ \* عَلَّمَ الْإِنْسَانَ مَا لَمْ يَعْلَمْ ﴾.

صدق الله العظيم.

(سورة العلق، الآية ١-٥).

# الإهداء

أهدى هذا العمل والمجهود المتواضع الذي يعتبر قطرة من ينابيع العلماء في مجال الإعلام وخاصة في العلاقات العامة ، إلى كل طلاب الإعلام ، متمنيا من المولى عز وجل إن يجدوا فيه ولو البسيط مما يطلبون

وأیضا أهدى هذه الدراسة إلى مكتبة هيئة الجمارك السودانية متمنيا من الله أن تكون خير معين لمن يأتون من بعد بنفس الغرض .  
وأطأطئ الرأس تقديرا وإجلالا للوالد العزيز والوالدة العزيزة ، وأقدم لهم هذا المجهود في طبق عز وشرف.

الإهداء موصولاً أيضا إلى الإخوة الأعزاء الكرام .  
وفى ثوب بهي أتقدم بالإهداء إلى الأصدقاء والزملاء ، وأتمنى أن نسهم معا في وضع بصمة ولو بسيطة في هذا المجال .  
والحمد لله أولا وأخيرا وأسأله تعالى التوفيق والسداد.

## الشكر والعرفان

الشكر أولا وأخيراً إلى المولى جلّ شأنه ، وله الحمد عدد خلقه وزنة عرشه ومداد كلماته ، في أن وفقني في إتمام هذا العمل الطيب بإذنه تعالى .

ومن بعد الشكر إلى الدكتور أحمد محمد فضل الله ، والذي قدم النصح والتوجيه ، وإشرافه على الرسالة . والشكر والتقدير لكل الأساتذة في كلية الإعلام

لما قدموه من معلومات وإرشادات ، والشكر أيضا للإخوة في مكتبة كلية الإعلام  
لتعاونهم الزائد في تجميع معلومات هذه الدراسة .

وتحية وإجلال وتقدير للإخوة في هيئة الجمارك السودانية الذين قدموا كل  
المساعدات والتسهيلات لإجراء الدراسة الميدانية في هذه المنشأة الحية . والشكر  
موصول إلى سعادة الرائد / مجاهد الشيخ الفادني . في رأس مكتب الإعلام بالهيئة ،  
والذي ما بخل بالمعلومات ، بل قدمها بشغف الداعي للعلم والتعلم .

والشكر كل الشكر لكل من قدم لى يد العون والنصح فى هذا العمل حتى يخرج  
بهذه الصورة . وأتمنى من المولى سبحانه وتعالى أن يكون العمل مفيدا وفيه ثمرة  
لجنة العلم والمعرفة .

والشكر من قبل ومن بعد لله رب العالمين وأسأله تعالى التوفيق والسداد .  
والحمد لله رب العالمين.

## مستخلص البحث

قام الباحث بجمع بيانات هذه الدراسة ، ثم تحليلها بعد إتباع منهج البحث العلمي، وإرشادات الدكتور المشرف. وقد احتوت الدراسة في مجملها على خمسة فصول وجاء تقسيمها على النحو التالي:

الفصل الأول عبارة عن إطار منهجي وشمل خطة البحث، الفصل الثاني وهو إطار نظري للدراسة، وشمل ثلاثة مباحث تتحدث عن: العلاقات العامة (المفهوم - النشأة - الوظائف).

أما الفصل الثالث وهو يتناول موضوع الوسائط المتعددة في مبحثين تناولوا - مفهوم الوسائط المتعددة - دورها في المجتمعات المختلفة. والفصل الرابع فيه العلاقات العامة والوسائط المتعددة مشتملاً على مبحثين أيضاً هما: دور الوسائط المتعددة في العلاقات العامة - وأهمية الوسائط بالنسبة للعلاقات العامة.

أما الفصل الخامس وهو يمثل الدراسة الميدانية لهذه الدراسة وفيه المبحث الأول مدخل للأسس والنظم الجمركية، والمبحث الثاني الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية ثم تحليل البيانات، وبعد ذلك توصل الباحث إلى بعض النتائج ووضع بعض التوصيات، ثم خاتمة البحث وهناك ملحقات عبارة

غلاف مجلة الجمارك، وصورة من استمارة الاستبيان، وقد اتبع الباحث في هذه الدراسة أسلوباً مسحياً للمنهج الوصفي.

وقد توصل الباحث إلى بعض النتائج من تحليل بيانات هذه الدراسة،  
ومن هذه النتائج:

١- يساعد استخدام هيئة الجمارك للوسائط المتعددة يساعدها في اتخاذ قرارات سليمة.

٢- نظام المعلوماتية الجديد - يساعد الهيئة في تخطيطها الإداري وتنسيق العمل.

٣- هناك بعض الأجهزة في الهيئة تقوم بعمل هو من صميم تخصص جهاز العلاقات العامة.

وهناك المزيد من النتائج والتي على أثرها تم وضع بعض التوصيات.

وأسأل الله النجاح في هذا البحث

## *Abstract*

*The data of this thesis had been collected and analyzed by the researcher using the scientific research with the guidance from the supervisor and to benefit as much as possible from previous studies.*

*The study consist of five chapters had been divided as follow:*

*The first chapter is a methodological framework and include research plan.*

*The second chapter is a theoretical study includes three sub-chapter a bout the public relation from the side of (the concept – the - the function).*

*The third chapter includes the subject of multimedia in two sub-chapters the first was the concept of multimedia and the second was the role of multimedia in different societies.*

*The forth one is about the public relations and the multimedia, also in two sub-titles the first was the role of multimedia in the public relations, and the second was the importance of media for public relations.*

*The fifth chapter is represent the field study foe this thesis as usual in two sub-titles. The first was an entrance to the grounds and customs systems, the second was the methodological procedures for the field study.*

*After that the data had been analyzed ,then there is the results , recommendations and the thesis conclusion.*

*At the end of the document you find appendix like the hardcover of the customs magazine and a copy from the questionnaire, we can say that in this thesis the researcher follow the scanning technique for the descriptive methodology.*

*From this thesis the researcher had found some results from the data analysis those are some of it:*

- 1- using the multimedia by the customs corporation, helps it to take an efficient decisions.*
- 2- The new information system in the customs corporation, helps it in the management and in the coordination of work,*
- 3- There are some department in the customs corporation doing a work that is so much like the work of public relation*

*And there is more results which guide us to the recommendation*

*And I hope from the God to success in this research*

## مُتَكَلِّمًا:

أخذت مفاهيم العلاقات العامة ومنذ بدايتها عدة تعريفات ومفاهيم، ولكنها جميعاً تصب في قالب تطبيقي واحد، وبدأت تطور كوظيفة حتى صارت إدارة قائمة بذاتها لها أقسامها وتخصصاتها وذلك في كثير من المؤسسات الكبيرة التي تعي دور وأهمية العلاقات العامة جيداً.

وكان هذا التطور والتقدم نتاجاً طبيعياً للتطور السريع في العالم من النواحي الاتصالية التقنية، الشيء الذي أدى إلى ربط العالم ببعضه حتى صارت المعلومات تنساب في سهولة ويسر وبسرعة وذلك بفضل ظهور الأنظمة الحاسوبية الآلية وشبكات الإنترنت، والوسائط المتعددة - أو تكنولوجيا الاتصال عامة.

ونسبة لارتباط العلاقات العامة كوظيفة بالأنظمة الاتصالية، أصبحت تستخدم الوسائل والوسائط الحديثة في مجال العلاقات العامة، مع ملاحظة أن جهاز العلاقات العامة هو الجهاز الذي يبحث الكفاية الإنتاجية عن طريق الفهم الصحيح للأفراد وتحقيق رضاهم عن الأعمال والمهام التي يقومون بها، ورفع روحهم المعنوية لنجاح العمل في المؤسسة.

وتعتمد سلامة العلاقات الاجتماعية الروابط الإنسانية التي تتواجد بين مجموعة الأفراد الذين يعملون ويتصلون ببعضهم البعض وتفكك هذه العلاقات يؤدي إلى عدم التفاهم بين الأفراد مما يمتص جزء كبير من الفعالية خاصة وأن معظم المهام بالمؤسسات هي أعمال مهنية تعتمد في المقام الأول على التفكير العقلي، وتحتاج إلى قدر كبير من المعرفة والخبرة في الأداء ومعنويات القائمين بها.

هذا بصفة العموم المختصر - أما ما يختص بهذه الدراسة - فإنه يتخذ الباحث من هيئة الجمارك السودانية إطاراً مكانياً لهذه الدراسة.

وهيئة الجمارك السودانية هي كبيرة لها إدارتها وفروعها في الولايات، ولها جمهور عريض يتعامل معها بنوعيه داخلي وخارجي، فهي أحوج ما تكون إلى جهاز ينسق وينظم المهام للتعامل مع هذا الجمهور - وهذا العمل هو من صميم عمل العلاقات العامة حتى يتم التنسيق الكامل في ممارسة العمل مما يحسن من صورة المؤسسة ويثبت للجمهور أن "الجمارك لم تعد سوطاً يلهب ظهورهم بل هي سياج يحمي أموالهم وممتلكاتهم"<sup>(١)</sup>.

### • أهمية البحث:

مع انبلاج فجر هذا العصر الحديث المتطور بدأت تتقدم النواحي الاتصالية والإعلامية كنتاج طبيعي لهذا الزخم المعلوماتي وانفتاح الفضاءات، فأصبح أسهل ما يكون أن تصل الرسالة إلى المتلقي. ليس هذا فحسب بل ظهر عصر العولمة حتى أصبح العالم كله في ربط إعلامي واسع وسهل، ولهذه الهالة التقنية آثارها على شتى ضروب الحياة - فظهر التسابق الكبير في كسب ثقة الجمهور عبر الوسائط المتعددة.

من هنا تتبع أهمية هذه الدراسة، وهي مدى وكيفية استقادة جهاز العلاقات العامة بالجمارك من هذا التطور وكيفية استغلاله - ومدى تأثيره على هذه الوظيفة، وأيضاً من الأهمية أن الدراسة تحاول أن تعكس ولو جزء يسير من النشاط الذي تقوم به إدارة العلاقات العامة بهيئة الجمارك.

### • مشكلة البحث:

تتمثل مشكلة الدراسة أساساً في أن العلاقات العامة لم يثبت لها فهم محدد علمي وتطبيقي حتى الآن إلا ما ندر والدليل على ذلك أنه يعين لها موظفون غير مختصين ولا مؤهلين، وتعتبرها بعض الإدارات وظيفة

---

(١) إبراهيم إمام - فن العلاقات العامة (الطبعة ٣ - ١٩٨٥م) - ص ٢٩٥.

هامشية - لذلك يكون هنالك شح في الإمكانيات البشرية والآلية، فإدارة العلاقات العامة فعلاً تحتاج إلى مختص وخاصة في هيئة الجمارك لأنها جهة نظامية (عسكرية) وتتعامل مع كثير من الجمهور المدني. فالعملية فعلاً تحتاج إلى من له الحنكة والجدارة للربط بين الجمهورين، بالإضافة إلى أن الصورة الذهنية الثابتة عند الجمهور الخارجي أن الجمارك تحاول سد عجزها على حساب المواطن فهذه صورة تحتاج إلى من يعدلها.

أيضاً بعض الشح في الإمكانيات التقنية، وحتى الموجود منها غير مستغل بالطريقة المثلى.

لذلك تحتم أهمية الموضوع وجود جهاز قادر على تقديم الخدمات المطلوبة وتلبية رغبات واحتياجات الجمهور وتقديم التسهيلات، وهنا تتبع مشكلة وهي توفير المعدات التي تستخدم في هذا الجانب بمعنى توفير وكيفية استخدامها والاستفادة منها، وحتى لو وجدت تظل هنالك إشكالية، حيث أن هذه الآلات وحدها لا تعمل، بل تحتاج إلى كادر بشري مؤهل وقادر على تشغيلها واستخدامها، ويرى الباحث أن هذه المشاكل يمكن حلها عن طريق جهاز العلاقات العامة بواسطة البحوث العلمية ووضع الخطط والبرامج حتى يتم تفادي المشكلة.

#### ● أهداف البحث:

تهدف الدراسة إلى التعرف على وظيفة العلاقات العامة وممارسة نشاطها داخل هيئة الجمارك - في ظل هذا الزخم والتدفق المعلوماتي وسهولة ذلك عبر الوسائط الإعلامية من خلال أجهزة رقمية وتكنولوجيا اتصالية - كيفية الاستفادة من ذلك - والاستخدام الأمثل حتى تتمكن الإدارة من توصيل سياساتها وبرامجها للجمهور، حتى يحصل التفاهم التام والتعاون. ويلاحظ أنه هنا تتجلى أهمية العلاقات العامة فهي خير من يقوم بهذا

الدور، وأيضاً من أهداف الدراسة التعرف على الصعوبات والمشاكل التي تواجهها، وفوق هذا تحاول الدراسة إيجاد حلول ولو بصفة بسيطة للمشاكل المذكورة آنفاً - بعد أن يتم أخذ بعض النتائج التي يتم الحصول عليها من هذه الدراسة، عسى ولعلها تضع شيئاً ملموساً ولو قطرة من ينابيع العلماء والباحثين في هذا المجال.

### ● التساؤلات:

- ما هو مفهوم العلاقات العامة بالنسبة لإدارة هيئة الجمارك؟
- ما هي الأسس التخطيطية والاستراتيجية، وما طرق تنفيذها؟
- ما هو الدور الذي تلعبه الوسائط الإعلامية في ممارسة نشاط العلاقات العامة؟ ونشاط الإدارة عامة؟
- هل يمكن أن نستغني عن عدد كبير من الموظفين باستخدام أجهزة رقمية وعدد بسيط من فني هذه الأجهزة؟ وهل تعتبر هذه سلبية أم إيجابية؟
- هل يحتم استخدام الإدارة للوسائط والأجهزة الحديثة أن يكون الجمهور متعلم تقنياً؟
- ما هي المشاكل والصعوبات التي تواجه جهاز العلاقات العامة في تنفيذ برامجها؟
- أين موقع العلاقات العامة من الهيكل الإداري لهيئة الجمارك؟

### ● المصطلحات:

- ١- الجمارك: في اللغة هي كلمة لاتينية تعني التجارة. وفي الاصطلاح: هي السلطة الإدارية التي تهيمن على حركة الاستيراد والتصدير، والتي تلزم بأن تكون هذه الحركة عن طريق الدوائر

الجمركية، ليقوم رجال الجمارك بتطبيق أحكام القوانين الخاصة بالنظم والإجراءات الجمركية<sup>(١)</sup>.

٢- **الوسائط المتعددة:** هي أدوات اتصالية تقنية حديثة، تلك الأدوات تستخدم في تقنيات عرض الصوت والنص<sup>(٢)</sup>.

وفي هذه الدراسة يقصد بها الباحث شبكات المعومات وأجهزة الاتصال.  
٣- الوظيفة "Function" منصب مدني أو عمل معين يقتضي من شاغله القيام بواجبات محددة وتحمل مسؤوليات معينة سواء تفرغ لذلك كلية أم لم يتفرغ".

وايضاً هي الوحدة الأساسية التي تكون منها أي تنظيم<sup>(٣)</sup>.

#### • **الدراسات السابقة:**

تحصل الباحث على ثلاث دراسات سابقة تصب في نفس القالب التطبيقي بالنسبة للتقنية المعلوماتية والتكنولوجيا الاتصالية، وربما كانت الدراسة الحالية امتداداً لهذه الدراسات وهي:

#### أ - الدراسة الأولى:

عنوان الدراسة: شبكات المعلومات ودورها في تطوير وسائل الإعلام  
السودانية - ٩٧ - ١٩٩٨ م.

إعداد الطالب/ أشرف قرشي آدم.

#### • **منهج الدراسة:**

استخدم الباحث المنهج الوصفي، وهو أحد المناهج الشائعة في بحوث الإعلام، بالإضافة إلى منهج الوصف اعتمد الباحث المنهج التاريخي، محاولاً المزوجة بين الأساليب المختلفة للمنهجين، بالنسبة للمنهج الوصفي استخدم الباحث أساليب المسح لعينة من مستخدمي الإنترنت

(١) عبد الرحمن فريد السكندري - الجمارك والتخليص - مكتبة الجمارك السودانية - ص ١٣.

(٢) من مقالات في مجلة العربي - ٢٠٠٦م، ص ١.

(٣) نفس المرجع ونفس الصفحة.

في السودان - أما بالنسبة للمنهج التاريخي، فقد استخدم الباحث التتبع التاريخي لتطور شبكات المعلومات وعلاقتها بوسائل الإعلام لبيان أثرها في هذه الوسائل موضع الدراسة.

#### • أهم نتائج الدراسة:

- ١- أدى التطور المذهل في تكنولوجيا الاتصال إلى ظهور شبكات معلوماتية تعتمد على الحواسيب في تشغيل ونقل المعلومات.
- ٢- لقد أصبحت شبكات المعلومات كتقنية بشرية ومادية تتيح الربط بين مؤسسات المعلومات ومصادرها للاتصال والتشارك في الخدمات وتبادل المعلومات وإتاحتها للمستخدمين.
- ٣- تحتاج شبكات المعلومات الحديثة إلى بنية تحتية متمثلة في قطاع الاتصالات عبر تمديد الموصلات الحديثة (الألياف البصرية) والأقمار الاصطناعية، والشبكات الرقمية - وقد قطع السودان خطوات كبيرة بتطوير شبكات الهواتف والألياف البصرية.

#### • دلالة الدراسة السابقة بالدراسة الحالية:

- إن الدراستين تتناولان موضوع التقنية الرقمية في وسائل الاتصال، وإمكانية ذلك في توصيل الرسائل وإتاحة الربط بين مؤسسات المعلومات، ومصادرها وإتاحة ذلك للمستخدمين.
- أيضاً تتناول الدراستان المشاكل والصعوبات التي تواجه مستخدمي الإنترنت أو وسائل الاتصال الحديثة عامة في ظل التكنولوجيات الحديثة.

#### ب - عنوان الدراسة الثانية:

- استخدام شبكات المعلومات في تطوير الاتصال التنظيمي، ٢٠٠١ -

٢٠٠٢ م.

إعداد الطالبة/ منى خير السيد عبد الفضيل

• منهج الدراسة:

استخدمت الباحثة منهجاً تكاملياً يضم المنهج المقارن والوصفي، بهدف الوصول إلى حقائق تفصيلية عن واقع محدد وتقديم وصف متكامل.

• أهم نتائج الدراسة:

١- تعد التكنولوجيا الاتصالية واستخدام الشبكات من أنجح الوسائل التي تواجه بها المنظمات والمؤسسات تحديات العصر، إذ أنها تعين المديرين في اتخاذ القرارات في المواقع المختلفة ووضع وتنفيذ الخطط.

٢- الاستخدام الفعال لتكنولوجيا المعلومات أحد أكبر التحديات التي تواجه معظم المؤسسات اليوم، وذلك لأن أي مؤسسة تبحث عن الميزة التنافسية عندئذٍ يكون المطلب الرئيسي هو فهم الدور الذي تلعبه المعلومات وكيفية التوصل لأفضل استخدام لنظم تلك التكنولوجيا.

٣- لا يمكن اعتبار دخول الحاسبات الآلية في التطوير الوظيفي كواقع تطبيقي سيعطي حلاً إدارياً نهائياً، بل هذه التقنية تحتاج إلى التفكير والإدارة والإبداع ودراسة كيفية استثمار واستخدام هذه التقنية والتطبيق الأمثل لها.

• دلالة الدراسة السابقة بالدراسة الحالية:

- تعتبر الدراسات أن التقنية الحديثة وحدها لا تقوم بالدور الفعال، بل تحتاج إلى الكادر البشري مع الآلي في تنفيذ البرامج وممارسة النشاط.

- أيضاً تتفق الدراسات على أن الاستخدام الأمثل لهذه التكنولوجيا يحتاج إلى إعداد الكوادر البشرية وتأهيلها لمجابهة التحديات،

خاصة أن كل مؤسسة تبحث عن المنافسة حتى تصل إلى صفة التميز.

### ج - عنوان الدراسة السابقة الثالثة:

التقنيات الحديثة وأثرها في إدارة العلاقات العامة دراسة تطبيقية على الهيئة العامة للطيران المدني. ٢٠٠٢ - ٢٠٠٤ م.  
إعداد الطالب/ صالح موسى علي.

### • منهج الدراسة:

اتبع الباحث في هذه الدراسة، المنهج الوصفي الذي يقوم على الأسلوب المسحي التحليلي ودراسة الحالة بهدف تشريح وتقييم وظيفة العلاقات العامة في الهيئة العامة للطيران المدني.

### • أهم نتائج الدراسة:

١- التقنيات الحديثة تلعب دوراً مهماً في تحقيق أهداف الهيئة العامة للطيران المدني.

٢- واكبت الهيئة التطورات التقنية الحديثة واستخدمتها في نشاطها إلى حد ما.

٣- اهتمام الإدارة بوسائل الاتصال الحديثة عزز من التعاون المشترك بين الهيئة العامة للطيران المدني والهيئات العالمية.

### • دلالة الدراسة السابقة بالحالية:

- تناولت كل من الدراستين موضوع استخدام الوسائط المتعددة في الإدارة وتمكينها من اتخاذ القرارات.

- أيضاً اتفقت الدراستان على أن الآلات وحدها لا تكفي، بل تحتاج إلى المعرفة البشرية، لذلك تحتم التأهيل وتؤكد على أن استخدام الوسائط يختصر كثير من الزمن والجهد.

## • منهج الدراسة:

استخدم الباحث أسلوباً مسحياً للمنهج الوصفي لأن هذا المنهج هو أحد المناهج الشائعة جداً في البحوث الإعلامية، وذلك لأهميته - ولأن مفهومه لا يقتصر على مجرد جمع البيانات الإحصائية، بل يمتد مجاله إلى تصنيف هذه البيانات والحقائق التي يتم جمعها وتسجيلها، ثم تفسيرها وتحليلها تحليلاً كاملاً شاملاً واستخلاص النتائج والدلالات المفيدة.

وعلى الرغم من اختلاف موضوعات البحوث الوصفية إلا أنها تدل على خصائص مشتركة وهي<sup>(١)</sup>:

أ - إن أسئلة البحث تفرض معرفة مسبقة بالمشكلة أو الموضوع المطلوب دراسته، بعكس الحال في البحوث الاستطلاعية مثلاً والتي تجرى لبلورة المشكلة أو الفرض.

ب - الباحث عن طريق البحوث الوصفية قادر ولو بصفة كلية على تحديد ما يريد قياسه بوضوح، وتحديد اختيار الطرق التي يقيس بها وتحديد مجتمع الدراسة.

وفقاً لمفهوم البحوث الوصفية فإن هذه الدراسة تسعى إلى التعرف على أساليب ممارسة مهنة العلاقات العامة في هيئة الجمارك السودانية وكيفية استغلال واستخدام الوسائط المتعددة في ممارسة النشاط.

- وأيضاً تسعى الدراسة إلى التعرف على الأساليب الإدارية العامة.

---

(١) منى الحديدي - سلوى إمام علي - الإعلام في التلفزيون المصري (دار الفكر العربي - ١٩٨٧م)

## • أدوات البحث:

### ١- المقابلة: "Interview":

"هي أسلوب التبادل اللفظي وجهاً لوجه بين المقابل والمستجوب وذلك للحصول على المعلومات أو الآراء التي تعبر عن الاتجاهات ووجهات النظر الخاصة بالمسائل التي تشغل الرأي العام"<sup>(١)</sup>.

### ٢- الاستبيان:

هو "وسيلة يجمع بها الباحث المعلومات والحقائق والبيانات والاتجاهات من العينة التي يختارها - وذلك بقصد التعرف على آراء هذه العينة واتجاهها".

## • مجتمع البحث:

اتخذ الباحث من هيئة الجمارك السودانية مجتمعاً لهذه الدراسة، ونسبة لأن هذه المؤسسة كبيرة جداً ولها فروعها المترامية والمنتشرة على مختلف أنحاء السودان، ولأن الرئاسة والإدارة الأم تقع في ولاية الخرطوم وهذه الفروع تمثلها، لذلك اتخذ منها الباحث إطاراً مكانياً لهذه الدراسة.

---

(١) أحمد بدر - مناهج البحث في الاتصال والرأي العام والإعلام الدولي (دار قباء للطباعة والنشر -

ط٤ - ١٩٩٨م) - ص ١٨٤.

# الفصل الثاني العلاقات العامة المفهوم والنشأة والوظائف

المبحث الأول: مفهوم العلاقات العامة.

المبحث الثاني: نشأة العلاقات العامة وتطورها.

المبحث الثالث: وظائف العلاقات العامة.

# المبحث الأول

## مفهوم العلاقات العامة

إذا كان اصطلاح العلاقات العامة قد أصبح معروفاً على نطاق واسع خلال العشرينات من هذا القرن، إلا أن مفهومها ظل يحيط بها شيء من الغموض في الولايات المتحدة الأمريكية حتى مجئ الخمسينات. كما أن لا يزال يعاني من بعض التفسيرات الخاطئة في أجزاء أخرى من العالم حتى الآن.

ورغم أن تعبير الشؤون العامة قد بدأ ينتشر الآن كجزء من وظيفة العلاقات العامة إلا أنه أستعمل في بعض الأوقات كمرادف لها إلى أن جاء عام "١٩٥٢م"، حينما حث الرئيس الأمريكي "دوايت إيزنهاور" رجال الأعمال على المشاركة في الأنشطة السياسية بعد أن تطورت النواحي الصناعية بشكل هائل، وأصبح لها تأثيرها الكبير على المجتمع الأمريكي، وبعد ذلك بعامين "١٩٥٤م"، أنشئ مجمع الشؤون العامة.

"Public Affairs Council" كمنظمة رسمية مهمتها تدريب مديري الأعمال على برامج الشؤون العامة، وحتى الآن لا يوجد تحديد دقيق لمفهوم الشؤون العامة، ولكن من الواضح أنه ينصب على المسئوليات الاجتماعية لأي منظمة أفراد من الجمهور العام والمشكلات في المجتمع.

وتتضمن برامج الشؤون العامة خمسة أنشطة هي من صميم عمل العلاقات العامة وهي<sup>(١)</sup>:

- ١- العلاقات بالحكومة.
- ٢- تشجيع الأنشطة السياسية للمستخدمين.
- ٣- التربية السياسية والاقتصادية.
- ٤- خدمة المجتمع.

---

(١) علي عجوة، الأسس العلمية للعلاقات العامة (عالم الكتب - القاهرة - ط٢ - ١٩٩٧م)، ص ٢٠.

## ٥- حل مشكلات البيئة.

وقد تنبه إلى هذه المسؤوليات في وقت مبكر أستاذ السياسة الأمريكي "هارود تشايلدز". "Harod Tchids"، حيث يقول أن مسئولية العلاقات العامة أن تحدد للإدارة الأعمال والسياسات التي تؤثر على المجتمع، وعليها أن تستبعد من هذه الأعمال والسياسات ما يتعارض مع مصلحة الجماهير. رغم أن هذه الجماهير تمثل المجتمع إلا أن آثار أنشطة الفرد أو المنظمة تتعدى حدود هذا المجتمع الكبير.

وهذا يحتم أن يكون لسلوك الفرد أو المنظمة مغذى اجتماعي ولذلك يرى "تشايلدز" أن مستشار العلاقات العامة يجب أن لا يكون ناشراً أو صحفياً أو إحصائياً فقط بل أكثر من ذلك. وبالدرجة الأولى لا بد أن يكون عالماً اجتماعياً قادر على توجيه النصح للإدارة فيما يتعلق بالبيئة التي تعمل فيها المنظمة. ثم بعد ذلك ظهرت مرحلة تخصيص العلاقات العامة كعلم قائم بذاته له بحوثه ومراجعته فظهرت التعريفات التي توضح العلاقات العامة والتي تعتبر أساساً هاماً في عملية التقنين العلمي للعلاقات العامة. وعلى الرغم من وجود حد أدنى من الاتفاق على بعض مكونات العلاقات العامة ووظائفها وأوجه نشاطها، إلا أن هناك قدراً من المفاهيم الخاطئة ومن الاختلاف حول ماهيتها وطبيعتها ومسئولياتها ونطاق اختصاصاتها.

وكما ذكر لقد تبين في الآونة الأخيرة مدى تطور واتساع مفهوم العلاقات العامة خلال الأعوام الأخيرة الماضية في ضوء تطور وظائفها وأنشطتها من جهة وازدياد درجة تفهم المجتمع وتقديره لها وتطور نظرة الإدارة لها من جهة أخرى، وارتباط ذلك كله بتطور الفكر الإداري والإعلامي.

ونسبة لهذا التطور توسع مفهوم العلاقات العامة فتزايد اهتمام المؤسسات المعاصرة بممارسة وظيفة العلاقات العامة خلال السنوات الأخيرة، ولم يعد من

الممكن إغفال هذه الوظيفة في الهيكل الإداري لأي مؤسسة رغم اختلاف درجة الاهتمام بها، وإدراك مفهومها الحقيقي بين مؤسسة وأخرى أو بين دولة وأخرى. وإذا كان من المسلم به أن العلاقات العامة ظاهرة اجتماعية حتمية ارتبط ظهورها بنشأة المجتمعات الأولى فإنه من الثابت أيضاً أن ممارسة هذه الوظيفة خلال العصور الماضية لم تخضع للتقنين العلمي، فقد اعتمدت العلاقات العامة خلال مراحل التاريخ المختلفة على المهارة الشخصية لممارسيها والتي كانت تتجح حيناً وتفشل في آخر<sup>(١)</sup>.

وقد كان للجهود الكبيرة التي بذلها إيفي لي "Ivy Lee" وإدوارد بيرنيز "Bernagas" وجورج كريل "Creel" وغيرهم من الرواد الأوائل في هذا المجال في الولايات المتحدة خلال النصف الأول من هذا القرن، كان لهم الأثر البالغ في إرساء قواعد المهنة والتمهيد لمرحلة التقنين العلمي لها.

ورغم انتشار الدراسة العلمية في عدد كبير من دول العالم إلا أن الممارسة العلمية للمهنة ما زالت تواجهها العديد من الصعاب فالاعداد العلمي للمشتغلين بالعلاقات العامة لا يزال في بدايته بالنسبة لبعض الدول كما أن سيطرة غير المختصين على أجهزة العلاقات العامة لبعض المؤسسات يشل فاعلية الجهاز حتى ولو كان فيه بعض المختصين<sup>(٢)</sup>.

ويضاف إلى العاملين غياب المفهوم العلمي لهذه الوظيفة عند رجال الإدارة العليا في بعض المؤسسات مما يؤثر على استجابة هذه الإدارة لدعم أنشطة العلاقات العامة وتأييدها.

ونسبة لكل هذه الاختلافات في تحديد مفهوم ثابت ومحدد لهذه الوظيفة ظهرت كثير من التعريفات سواء كان من العلماء العرب أو الأجانب وكل

---

(١) علي عجوة، العلاقات العامة في المنشآت المالية والبنوك وشركات التأمين (عالم الكتب - القاهرة -

ط ١ - ١٩٨٣م)، ص ٢.

(٢) علي عجوة، مرجع سابق، ص ٢١.