



بسم الله الرحمن الرحيم  
جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا  
كلية علوم الإتصال



قسم العلاقات العامة والإعلان

بحث تكميلي لنيل درجة البكالوريوس  
بعنوان :-

توظيف الفيلم التسجيلي لدعم برامج التمويل الأصغر  
دراسة تطبيقية على مصرف الإدخار والتنمية الإجتماعية  
(الفرع النموذجي)

في الفترة ما بين ( يونيو ٢٠١٣ - أكتوبر ٢٠١٤ )

إعداد الطلاب:-

١. ايمان الحاج علي محمد
٢. سلمى داؤد الحسين
٣. عمر سعيد السليك
٤. أميرة احمد ادم
٥. رانيا جعفر التجاني محمد صالح
٦. يوسف محمد احمد
٧. ألاء الشيخ سلقاب
٨. ربي جمال عبد الله البدري

إشراف الأستاذ:-  
معاوية مصطفى بابكر

م ٢٠١٤

رَبِّكَ الَّذِي يُنَزِّلُ الْمَطَرَ وَالَّذِي يَنْزِلُ بِالنُّجُومِ  
الَّذِي يَنْزِلُ بِالنُّجُومِ وَالَّذِي يَنْزِلُ بِالنُّجُومِ

قال تعالى :-

((قُلْ إِنَّ رَبِّي يَبْسُطُ الرِّزْقَ لِمَن يَشَاءُ مِنْ عِبَادِهِ وَيَقْدِرُ

لَهُ وَمَا أَنْفَقْتُمْ مِّنْ شَيْءٍ فَهُوَ يُخْلِفُهُ وَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ))

صدق الله العظيم

سورة سبأ: الآية (٣٩)

## الإهداء

إلى من حملت هموم الحياة ووقفت إلى جانبنا في حلو الأيام ومرها  
إلى من أحق الناس بحسن صحابتنا ، إلى من سهرت وربت  
وعملت فاستقت منا كل عطاء ووفاء وامتنان .  
أما الحنون . . . . .

إلى من علمونا في سنينا الأولى وكفحوا وناضلوا وبذلوا واجتهدوا في الحياة  
من أجلنا وبعثوا في أوصالنا المحبة والعطاء سيبقى الحنين مدى الحياة  
(إلى أبائنا) . . . . .

إلى الربيع الذي يزهر فرحاً وحباً وأملًا إلى أخوتنا الأعزاء . . .  
إلى العظماء الذين غرسوا فينا بذرة الخير والحب الأهل والأحبة . . .  
إلى الصحبة الطيبة ورفقاء الدرب في مركب العلم . . . . .  
إلى الأصدقاء الأوفياء . . . . .

إلى الوطن الحبيب . . .

إلى ترابك ونيلك الذي يجري في دمنا

لكم منا جميعا (بطاقة حب وياقة ورد)

الباحثون

## الشكر والعرفان

الشكر أولاً وأخيراً لله سبحانه وتعالى  
الذي وفقنا لإكمال هذا العمل المتواضع ،  
وأخص بالشكر الأستاذ الجليل / معاوية مصطفى بابكر  
الذي سعادنا في إخراج هذا البحث بالإشراف والإرشاد  
وحسن المعاملة جزاه الله عنا كل خير .  
والشكر موصول إلى بنك الادخار والتنمية الإجتماعية على حسن  
تعاونهم وتعاملهم الراقي معنا .  
ونخص بالشكر السيد الموقر صاحب الصدر الرحب  
الأستاذ / إبراهيم أحمد محمد مدير الفرع النموذجي .  
كما نشكر كل من مد يد العون في إنجاز هذا البحث .  
ولكم منا كل التقدير والاحترام ..

الباحثون

## مستخلص الدراسة :

تأتي أهمية الدراسة في تناولها لدور العلاقات العامة في توظيف الفيلم التسجيلي لدعم برامج التمويل الأصغر .

كما قسمت الدراسة إلى أربعة فصول قدمت من خلالها دراسة دراسة منهجية مستفيضة عن أهمية الأفلام التسجيلية بالنسبة للعلاقات العامة وذلك بوصفها واحدة من الأنشطة الفاعلة التي تسهم في الترويج للمؤسسات عن برامجها وأنشطتها المختلفة والتي يمكن من خلالها تحقيق أهداف المؤسسة ربحية أم خدمية .

كما استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي والتاريخي والمسحي ، كما استخدمت المقابلة والاستبانة لجمع المعلومات .

واستهدفت الدراسة الجمهور الداخلي والخارجي لمصرف الادخار والتنمية الإجتماعية (الأول في التمويل الأصغر) وخرجت الدراسة بعدة نتائج أهمها : قلة استخدام الأفلام التسجيلية للتعريف بالتمويل الأصغر ، وعدد من التوصيات أهمها : إعداد الفيلم التسجيلي بطريقة علمية حتى يحقق الأهداف التي يريدها المصرف .

# Abstract

Importance of this study the focus on public relations to use the documentary film, to support microfinance programs,

The study is divided into four chapters, which provided extensive systematic study, about the importance of documentary films for public relations, that as one of the actors activities, which contribute to the promotion of the institutions in the various programs and activities, which can achieve the objective of profitability and service.

The study used the descriptive analytical method, historical, and the surveying, also used the interview and questionnaire to gather information.

The study targeted the internal and external masses in the Savings Bank and Social Development, (microfinance first time).

The study came up with several results including :-

Scarcity of use the documentary films , which define the microfinance , Also the study came up with several recommendations , the most important one is , the preparation of the documentary film in a scientific way in order to achieve the objectives of the Bank .

## فهرس الموضوعات

رقم الصفحة	الموضوع
أ	الاستهلال
ب	الإهداء
ج	الشكر والعرفان
د	مستخلص الدراسة
هـ	Abstract
و	فهرس الموضوعات
ح	فهرس الجداول
ط	فهرس الأشكال
<b>الفصل الأول : الإطار المنهجي</b>	
١	المقدمة
٢	مشكلة الدراسة
٢	تساؤلات الدراسة
٢	منهج الدراسة
٣	أهمية الدراسة
٣	أهداف الدراسة
٤	الدراسات السابقة
٥	مصطلحات الدراسة
٧	أدوات جمع المعلومات

٨	حدود الدراسة
٨	الإطار النظري للدراسة
<b>الفصل الثاني : الوسائل الإتصالية فى العلاقات العامة</b>	
١٣-٩	المبحث الأول نشأة وتطور العلاقات العامة
٢٢-١٤	المبحث الثاني : الإتصال فى العلاقات العامة
٣٨ -٢٣	المبحث الثالث : ما هو الفيلم التسجيلي
<b>الفصل الثالث : مصرف الإدخار والتنمية الإجتماعية</b>	
٤٤-٣٩	المبحث الأول : نشأة وتطور المصرف
٤٦_٤٥	المبحث الثاني : العلاقات العامة داخل المصرف
٥٤ -٤٧	المبحث الثالث : التمويل الأصغر
<b>الفصل الرابع : الدراسة الميدانية</b>	
٧٧-٥٥	عرض وتحليل الإستبانة
٧٨	النتائج
٧٩	التوصيات
٨٠	الخاتمة
٨٤-٨١	المصادر والمراجع
	الملاحق



## فهرس الجداول

رقم الصفحة	الجدول
٥٦	جدول رقم (٣-١) يوضح النوع
٥٧	جدول رقم (٣-٢) يوضح العمر
٥٨	جدول رقم (٣-٣) يوضح المستوي الأكاديمي
٥٩	جدول رقم (٣-٤) يوضح الحالة الإجتماعية
٦٠	جدول رقم (٣-٥) يوضح طبيعة الوظيفة مع البنك
٦١	جدول رقم (٣-٦) يوضح العلاقات العامة فى المصرف
٦٢	جدول رقم (٧ أ -٣) يوضح دور الصحف فى التعريف بالتمويل الأصغر
٦٣	جدول رقم (٧ ب -٣) يوضح دور التلفزيون كوسيلة للتعريف بالتمويل الأصغر
٦٤	جدول رقم (٧ ج -٣) يوضح موقع المصرف الإلكتروني كوسيلة للتعريف بالتمويل الأصغر
٦٥	جدول رقم (٧ د -٣) يوضح دور الإذاعة كوسيلة للتعريف بالتمويل الأصغر .
٦٦	جدول رقم (٧ هـ -٣) يوضح دور الوسائل المطبوعة كوسيلة للتعريف بالتمويل الأصغر
٦٧	جدول رقم (٧ و -٣) يوضح دور المؤتمرات المتلفزة كوسيلة للتعريف بالتمويل الأصغر
٦٨	جدول رقم (٧ ح -٣) يوضح الأفلام التسجيلية كوسيلة للتعريف بالتمويل الأصغر .
٦٩	جدول رقم (٨ -٣) يوضح دور العلاقات العامة تجاه الموظفين والعملاء .
٧٠	جدول رقم (٩ -٣) يوضح الوسائل الاتصالية المختلفة لمخاطبة الموظفين والعملاء
٧١	جدول رقم (١٠ -٣) تعتبر الأفلام التسجيلية من أفضل الوسائل التي من خلالها يتم التعريف بالتمويل الأصغر
٧٢	جدول رقم (١١ -٣) هناك تعرض دائم للأفلام التسجيلية التي تصدرها العلاقات العامة

٧٣	جدول رقم (١٢-٣) يسهم الفيلم التسجيلي للتعريف بأنشطة مصرف الادخار والتنمية الاجتماعية
٧٤	جدول رقم (١٣-٣) يمكن للفيلم التسجيلي عرض ومعالجة إشكاليات التمويل الأصغر في بنك الادخار
٧٥	جدول رقم (١٤ أ-٣) يوضح كثرة الإجراءات من الصعوبات التي تواجه عميل التمويل الأصغر بالمصرف
٧٦	جدول رقم (١٤ ب-٣) يوضح تعقيد مراحل التسليم من الصعوبات التي تواجه عميل التمويل الأصغر بالمصرف.
٧٧	جدول رقم (١٤ ج-٣) أن قصر فترة السداد ليست من الصعوبات التي تواجه عميل التمويل الأصغر بالمصرف

### فهرس الأشكال

رقم الصفحة	الشكل
٥٦	شكل رقم (١-٣) يوضح النوع
٥٧	شكل رقم (٢-٣) يوضح العمر
٥٨	شكل رقم (٣-٣) يوضح المستوي الأكاديمي
٥٩	شكل رقم (٤-٣) يوضح الحالة الاجتماعية
٦٠	شكل رقم (٥-٣) يوضح طبيعة الوظيفة مع البنك
٦١	شكل رقم (٦-٣) يوضح العلاقات العامة في المصرف
٦٢	شكل رقم (٧ أ-٣) يوضح دور الصحف في التعريف بالتمويل الأصغر
٦٣	شكل رقم (٧ ب-٣) يوضح دور التلفزيون كوسيلة للتعريف بالتمويل الأصغر
٦٤	شكل رقم (٧ ج-٣) يوضح موقع المصرف الإلكتروني كوسيلة للتعريف بالتمويل الأصغر

٦٥	شكل رقم (٧ د ٣) يوضح دور الإذاعة كوسيلة للتعريف بالتمويل الأصغر
٦٦	شكل رقم (٧ هـ ٣) يوضح دور الوسائل المطبوعة كوسيلة للتعريف بالتمويل الأصغر
٦٧	شكل رقم (٧ و ٣) يوضح دور المؤتمرات المتلفزة كوسيلة للتعريف بالتمويل الأصغر
٦٨	شكل رقم (٧ ح ٣) يوضح الأفلام التسجيلية كوسيلة للتعريف بالتمويل الأصغر .
٦٩	شكل رقم (٨ ٣) يوضح دور العلاقات العامة تجاه الموظفين والعملاء .
٧٠	شكل رقم (٩ ٣) يوضح الوسائل الاتصالية المختلفة لمخاطبة الموظفين والعملاء .
٧١	شكل رقم (١٠ ٣) تعتبر الأفلام التسجيلية من أفضل الوسائل التي من خلالها يتم التعريف بالتمويل الأصغر .
٧٢	شكل رقم جدول (١١ ٣) هناك تعرض دائم للأفلام التسجيلية التي تصدرها العلاقات العامة
٧٣	شكل رقم (١٢ ٣) يسهم الفيلم التسجيلي للتعريف بأنشطة مصرف الادخار والتنمية الاجتماعية .
٧٤	شكل رقم (١٣ ٣) يمكن للفيلم التسجيلي عرض ومعالجة إشكاليات التمويل الأصغر في بنك الادخار
٧٥	شكل رقم (١٤ أ ٣) يوضح كثرة الإجراءات من الصعوبات التي تواجه عميل التمويل الأصغر بالمصرف
٧٦	شكل رقم (١٤ ب ٣) يوضح تعقيد مراحل التسليم من الصعوبات التي تواجه عميل التمويل الأصغر بالمصرف.
٧٧	شكل رقم (١٤ ج ٣) أن قصر فترة السداد ليست من الصعوبات التي تواجه عميل التمويل الأصغر بالمصرف



الفصل الأول

الإطار المنهجي

## المقدمة:.

يمثل الفيلم التسجيلي أحد الأشكال والمخرجات السمع البصرية التي يمكن استثمارها للوصول إلى الجماهير على اختلاف خصائصهم وإهتماماتهم بهدف التأثير فيهم وتكوين الإتجاهات وصولاً إلى مرحلة الممارسة والسلوكيات، ولا يعتمد الفيلم التسجيلي على القصة والخيال بل يستمد مادته من العناصر الواقعية سواء كان ذلك عن طريق نقل الأحداث مباشرة أو عن طريق إعادة تكوين أو تعديل هذا الواقع بشكل قريب من الحقيقة.<sup>(١)</sup>

كما يجب أن يتم عرض الفيلم على الجمهور بطريقة سليمة من الناحية الفنية لجذب انتباه الجمهور، وهنا يأتي دور العلاقات العامة في إعداد الفيلم التسجيلي لتوثيق أنشطة المؤسسة، وأن يتناول الفيلم التسجيلي الموضوع بعمق وبحث في أصول المشكلة ومسبباتها دون تزييف وتناول الواقع بطريقة ابداعية.

و يعتبر التمويل الأصغر أداة تمويلية إيجابية وقوية لتخفيف آثار الفقر، وتعزيز النمو الاقتصادي لشريحة كبيرة من المواطنين الفقراء القادرين على التمويل والإنتاج ولكن تنقصهم فرصة إتاحة التمويل المصرفي.<sup>(٢)</sup>

ونحن في حاجة ماسة لتطوير وتنمية قطاع التمويل، فالتمويل الأصغر هو أحد أهم الأدوات في العصر الحالي كآلية لتخفيف حدة الفقر والحد من شر البطالة. وعمل البحث على تقديم نموذج مبسط لفيلم تسجيلي يتناول بعض مشاريع التمويل الأصغر يتضمن سياسة المصرف والإجراءات والخطوات التي يقوم بها العملاء للحصول على التمويل الأصغر .

## مشكلة الدراسة:.

---

(١) مني سعيد الحديدي وسلوى امام علي ، اسس الفيلم التسجيلي، ب ط ،(دار الفكر العربي، القاهرة، ٢٠٠٤م)، ص ٣ .  
(٢) سراج الدين عثمان مصطفى، التمويل الأصغر وكيفية تفعيله في المصارف الاسلاميه، اصداره رقم (٣)، ص ٨.

من الملاحظ قلة إستخدام الوسائل الإتصالية وخاصة الفيلم التسجيلي في عرض كل الجوانب المختصة ببرامج التمويل الأصغر ، لذلك لا بد من إستخدام الفيلم التسجيلي وعرضه بطريقة علمية تستقطب أكبر عدد من الجماهير نحو برامج التمويل الأصغر.

**تساؤلات الدراسة:.**

وهي محاور الإهتمام التي يدور حولها البحث لحل المشكلة المطروحة (١) حيث يسعى البحث إلي إجابة على التساؤلات الآتية:.

١. ما المراد بالفيلم التسجيلي؟
٢. كيف يمكن للفيلم التسجيلي تحقيق أهداف العلاقات العامة بمصرف الإدخار؟
٣. كيف يمكن للفيلم التسجيلي معالجة إشكاليات التمويل الاصغر ؟
٤. أي الوسائل الأتصالية الأكثر استخداماً في العلاقات العامة بمصرف الإدخار؟
٥. ما مدى الأهمية التي توليها إدارة مصرف الإدخار للعلاقات العامة في الهيكل الإداري؟
٦. ماذا نعني بالتمويل الأصغر؟

### **منهج الدراسة:.**

يرتبط التصميم الشكلي أو الهيكلي للبحوث الوصفية بنوع المنهج الذي يتبعه الباحث في الدراسة. (٢) ويستخدم البحث المناهج الآتية:.

#### **المنهج الوصفي التحليلي :.**

هو الذي يعتمد علي الدراسات الميدانية وأخذ العينات والمقابلات الشخصية (٣) . ويتم إستخدام المنهج الوصفي التحليلي في مرحلة ما بعد الاستبانة حيث يتم فرز وتحليل البيانات التي تم التوصل إليها من خلال أجوبة الأسئلة التي طرحت في الإستبانة ثم التوصل إلى نتائج .

#### **المنهج التاريخي:.**

---

(١) سامي محمد ملحم،مناهج البحث في التربيه وعلم النفس،ط٢(دار المسيرة للنشر والتوزيع،عمان الاردن،٢٠٠٢م)،ص٩٣

(٢) سمير محمد حسين،بحوث الاعلام،ط٢(عالم الكتب، القاهرة، ١٩٩٥)،ص١١٣

(٣) مختارعثمان الصديق، مناهج البحث العلمي، ب ط، (الطابعون ايثار للطباعة، ب ن، ٢٠٠٦م)، ص٣٥

هو الطريق الذي يختاره الباحث في تجميع معلوماته وبياناته العلمية في دراسة الموضوع الذي يسلكه في التحليل والتفسير (١).

ويتم استخدام المنهج التاريخي في جمع المعلومات من الكتب والمراجع والبحوث التي تحتوي على معلومات تخص موضوع البحث.

**أهمية الدراسة:**

**تتبع أهمية الدراسة في الآتي:**

١. الإسهام في الجانب العلمي لما يقدمه للمعرفة الإنسانية للفرد والمجتمع.
٢. تأكيد أهمية العلاقات العامة في مؤسسات التمويل الأصغر وضرورة الإهتمام بها والقيام بأنشطتها على الوجه الأكمل .
٣. تأكيد أهمية الفيلم التسجيلي في المؤسسات المالية وإسهامه في تقديم خدمات جليلة للجمهور الداخلي والخارجي.
٤. توضيح أهمية توظيف الفيلم التسجيلي في عمليات دعم البرامج التمويلية .
٥. تأكيد أهمية التمويل الأصغر للأسر محدودة الدخل والقادرة على تطوير أعمالها إقتصادياً واجتماعياً .

**أهداف الدراسة:**

الهدف هو رغبة الباحث في إرساء المعرفة العلمية وإشباع الفضول (٢) وتهدف الدراسة الي:

١. تطوير عمل العلاقات العامة في مؤسسات التمويل الأصغر باستخدام الفيلم التسجيلي بمصرف الإدخار والتنمية الإجتماعية.

---

(١) عقيل حسين عقيل، فلسفة مناهج البحث العلمي، ب (ط) الناشر مكتبة مدبولي، ب ن، ١٩٩٩م)، ص ٥٨ .

(٢) النخيلة إدريس آدم وآخرون وظيفة العلاقات العامة في تطوير المؤسسات التشريعية ، (بحث بكلاريوس غير منشور - جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا - كلية علوم الإتصال ٢٠١٢م) .



٢. معرفة مدى أهمية العلاقات العامة في المؤسسات المالية من خلال وضعها في الهيكل التنظيمي.

٣. الإهتمام بميزانية العلاقات العامة وأن تكون ميزانيتها كافية ومستقلة عن الأقسام الأخرى.

٤. توضيح أهمية الفيلم التسجيلي من خلال برامج التمويل الاصغر وأي نشاط آخر للمؤسسة.

#### الدراسات السابقة:.

تشكل الدراسات والبحوث السابقة تراثاً هاماً ومصدراً عينياً لا بد أن يطلع عليه الباحث قبل البدء في البحث وتساعد هذه الخطوة الباحث في بلورة مشكلة بحثه وتحديد أبعادها كما تفيد في عدم تكرار البحث أو تخلص الباحث من صعوبة وقع فيها غيره من الباحثين<sup>(١)</sup>. ويورد الباحثون بعض الدراسات ذات الصلة بموضوع البحث وذلك كالآتي:.

#### الدراسة الأولى:.

دراسة الطالبة ايمان مصطفى العطا وآخرون بعنوان دور العلاقات العامة في التوثيق لأنشطة المؤسسة<sup>(٢)</sup>.

#### أهداف الدراسة:.

١. ترويج ثقافة الريادة والإبداع وتنمية مهارات العمل الحرة والقدرة على ادارة المشروع بشكل مستقل.

٢. تقديم مشاريع تحقق مبدأ التنمية الإجتماعية.

٣. تقليل آفة العطالة في المجتمع .

---

(١) الشيماء بابكر حمد وآخرون، اعداد وتنفيذ المعارض في العلاقات العامة علي شركة تواصل(بحث بكالوريوس غير منشور - جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا - كلية علوم الإتصال ٢٠١٠م) .

(٢) ايمان مصطفى العطا وآخرون، دور العلاقات العامة في التوثيق لأنشطه المؤسسة(بحث بكالوريوس غير منشور - جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا - كلية علوم الإتصال ٢٠١١م) .

**المنهج المستخدم:** إستخدمت الدراسة المنهج الوصفي.

**النتائج:** خرجت الدراسة بنتائج أهمها:

١. أن الفيلم الوثائقي يساعد على تعريف المؤسسة ومنتجاتها.

٢. عدم ممارسة العلاقات العامة لدورها الوظيفي .

**الدراسة الثانية:**

دراسة الطالب أحمد إسحاق إبراهيم وآخرون بعنوان **فاعلية العلاقات العامة في مؤسسات**

التمويل الأصغر<sup>(١)</sup>.

**أهداف الدراسة:**

١. دراسة عملية شاملة لمؤسسات التمويل الأصغر لمعرفة ما يدور في تلك المؤسسات.

٢. هل أهداف مشاريع التمويل الأصغر ربحية أم خدمية.

**المنهج المستخدم:** إستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي.

**النتائج:** خرجت الدراسة بنتائج أهمها:

١. نقص في رأس المال والعجز عن السداد بكل أنواعه المختلفة.

٢. أن مؤسسات التمويل الأصغر تقوم بزيارة ميدانية وتقيم العملاء.

**مصطلحات الدراسة :**

**التوظيف :**

هو ما يقدر من عمل أو طعام أو رزق وغير ذلك في زمن معين وهي الوظيفة أى العهد

والشرط والمنصب والخدمة المعنية ،وظف ووظائف. <sup>(٢)</sup>

**الفيلم التسجيلي :**

هو معالجة الأحداث الواقعية الجارية بأسلوب فيه خلق فني .<sup>(١)</sup>

---

(١) احمد اسحاق ابراهيم وآخرون، فاعليه العلاقات العامه في مؤسسات التمويل الاصغر (بحث بكالوريوس غير منشور -

جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا - كلية علوم الإتصال ٢٠١٣م) .

(٢) إبراهيم أنيس وآخرون ،المعجم الوسيط ، ط١ ( مطابع قطر الدولية ، ١٩٨٥م ) ص ٤٢ .

## الدعم:

**لغوياً :** من دَعَم يدعم دعماً وهو داعم وهي العون أو المساعدة أو التقوية .  
وهي الجهود المبذولة لمساندة جهة ما لتقديم كل ما هو مطلوب من مشاركة أو تدعيم لموقف بقصد الوصول الي صورة تخدم المستفيد.

## التمويل الأصغر:

يقصد به التسهيل الممنوح للفرد أو مجموعة من المقترضين الذين ينتج دخلهم الأساسي من الأنشطة التي تتضمن الإنتاج وبيع السلع والخدمات بحيث لا يتجاوز الحد الاعلى ١,٠٠٠,٠٠٠ دينار (١٠,٠٠٠ جينيه سوداني) أو حسب ما يقرره البنك من وقت الي آخر (تعريف بنك السودان المركزي) (٢) .

## العلاقات العامة :

هي الجهود الإدارية المخططة والمستمرة التي تهدف إلى تعزيز التفاهم المتبادل بين المنشأ وجمهورها . (٣)

## مصرف الإدخار:

هو مؤسسة مالية تعمل في مجال حركة الأموال لرفع المستوى الإقتصادي للعملاء وكافة شرائح المجتمع وذلك عبر المشاريع التمويلية المختلفة وهو المصرف الأول في التمويل الأصغر في السودان .

## عمل التمويل الأصغر:

هو الشخص النشط إقتصادياً وله دخل شهري يقل عن ضعف الحد الأدنى للإجور ، أو له أصول منتجة لا تزيد قيمتها على عشرة ألف جنيه ولا يستفيد من مصادر التمويل الرسمية. (١)

---

(١) الارقم الجبلاني، المدخل الي صناعه الافلام الوثائقيه ب ط ،(شركه مطابع السودان للعملة المحدودة، الخرطوم ٢٠٠٩م)، ص ١٢ .

(٢) سراج الدين عثمان مصطفى، التمويل الاصغر وكيفية تفعيله في المصارف الاسلاميه، اصداره رقم (٣)، ص ٨ .

(٣) محفوظ احمد جودة، العلاقات العامة مفاهيم وممارسات، ط٣ دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠٠٦، ص ١٩

## أدوات جمع المعلومات .:

تعتبر أدوات البحث من الوسائل التي يعتمد عليها في قياس المتغيرات أو جمع البيانات عنها بشكل منهجي<sup>(٢)</sup> .

### المقابلة .:

هي محادثة موجهة يقوم بها الفرد مع آخر أو مع أفراد بهدف حصوله على أنواع من المعلومات لإستخدامها في البحث العلمي أو الإستعانة بها في عملية التشخيص والعلاج<sup>(٣)</sup>

### الإستبانة .:

هو مجموعة من الأسئلة التي يطرحها الباحث علي المبحوثين للحصول علي معلومات تكون وفق توقعاته للموضوع ويكون بطريقة منهجية لتقديم حقائق وآراء أو أفكار معينة في إطار البيانات المطلوبة المرتبطة بموضوع الدراسة<sup>(٤)</sup> .

### الملاحظة :-

ترتبط الملاحظة بالموضوع ولا تنفصل عنه لأنها إذا انفصلت عنه تصبح غير علمية وبدون معني محدد لها وترتبط بالظرف الزماني والمكاني<sup>(٥)</sup> .

## حدود الدراسة .:

الإطار الزمني .: في الفترة من ٢٠١٣ م . ٢٠١٤ م

- 
- (١) كتيب بنك السودان المركزي عن ندوة التمويل الأصغر،(الفرص والتحديات )، ص٩
  - (٢) محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الاعلامية، ط١، (القاهرة، ٢٠٠٠م)،ص٢٦٢.
  - (٣) محمد فتحي عبد الهادي، البحث ومناهجه في علم المكتبات والمعلومات، ط١(الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ٢٠٠٣)، ص١٠٢.
  - (٤) عقيل حسين عقيل ، فلسفة مناهج البحث العلمي، ب ط،(الناشر مكتبة مدبولي ،ب ن، ١٩٩٩م )، ص ١٤٩
  - (٥) المرجع نفسه ، ص ١٦٨.

وهي الفترة المحددة لتقديم مشروع التخرج .

**الإطار المكاني** : ولاية الخرطوم . مصرف الإدخار والتنمية الاجتماعية (الفرع النموذجي) .  
نسبة لوجود الفرع النموذجي في ولاية الخرطوم .

**مجتمع الدراسة** :

هو المجتمع الأكبر أو مجموعة من المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة<sup>(١)</sup> .

ويتمثل مجتمع الدراسة في الجمهور الداخلي والخارجي لمصرف الإدخار والتنمية الاجتماعية

**الإطار النظري للدراسة** :

وهو عبارة عن عدد محدد من المفردات التي تم التعامل معها الباحثون منهجياً.<sup>(٢)</sup>  
وتتمثل عينة البحث في الجمهور الداخلي(العاملين بالعلاقات العامة والإدارات التي لها إرتباط بها)، والجمهور الخارجي ( العملاء) .

---

(١) محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الاعلامية، ط١، (القاهرة، ٢٠٠٠م)، ص١٣٠  
(٢) محمد ناجي الجوهري، وسائل الاتصال في العلاقات العامة ، ب ط ، (مكتبة الرائد العلمية للنشر، ٢٠٠٠)، ص١٣٣

## الفصل الثاني

الوسائل الإتصالية فى العلاقات العامة

المبحث الأول : مفهوم العلاقات العامة

المبحث الثاني : الإتصال فى العلاقات العامة

المبحث الثالث : مفهوم الفيلم التسجيلي

## الفصل الثاني

المبحث الأول :

نشأة وتطور العلاقات العامة :

حاول المتخصصون في العلاقات العامة ان يرجعوا تاريخها إلى نشأة العلاقات البشرية في العصور القديمة ، اما مصطلح العلاقات العامة بمعناه الحديث فإن (باجيت كوك) رئيس معهد لندن للعلاقات العامة يرى أن أو من استخدم هذا المصطلح هو هو الرئيس الأمريكي (توماس جيفرسون) وكان ذلك في عام ١٨٠٢م غير أن المحامي الفرنسي (فيردير) يذهب إلى ان تعبير العلاقات العامة لم يستخدم قبل العام ١٨٨٢م حيث إستخدمه المحامي الأمريكي (دورمان ايتون) إلا أن أغلبية الكتاب يعتبرون أن الصحفي الأمريكي (إيفي لي) هو المؤسس الحقيقي لها (١) .

ولكن لم تبدأ ممارسة العلاقات العامة على أسس علمية إلا في بدايات القرن الماضي ، حيث ظهرت المحاولات الأولى في الولايات المتحدة الأمريكية حيث تم إنشاء أول مكتب إستشاري متخصص في العلاقات العامة في عام ١٩١٦م ، ثم بدأت الحاجة المتزايدة لأهمية نشاط العلاقات العامة ودورها في تحقيق الكثير من التنظيمات لأهدافها وقد إزدادت حدة التطور بعد فترة الحرب العالمية الثانية ، فقد ابتدعت أساليب وطرق لإقامة التحالفات وإثارة الشعوب وإقناعها ببعض السياسات الحكومية إضافة إلى ذلك ظهرت أسباب عديدة أدت إلى تطور هذا المفهوم (٢) .

---

(١) عبد الحكيم خليل مصطفى ، العلاقات العامة بين المفهوم النظري والتطبيق العلمي ، ط ١ ، (الدار العالمية للنشر والتوزيع ، الجيزة ، ٢٠٠٩م) ، ص ٢١ .  
(٢) موسى اللوزي ، أسس العلاقات العامة المفاهيم والأسس ، ط ١ ، ( زمزم للنشر والتوزيع ، الأردن - عمان ، ٢٠١٠م) ، ص ص ٣٢ ، ٣٣ .

## مفهوم العلاقات العامة :

تعددت تعريفات العلاقات العامة منها <sup>(١)</sup> :

عرفت العلاقات العامة بأنها : (( الجهد المنظم الذي تبذله المؤسسة بهدف تحقيق الاندماج مع المجتمع الذى توجد فيه ولا يتحقق ذلك الاندماج إلا بتكليف المؤسسة نفسها مع أهداف المجتمع وإحتياجاته ومعاييره مما يقتضي نوعا من الإتصال بين المؤسسة وجماهيرها)) .

ومن تعريفات العلاقات العامة ما ذهب إليه الدكتور إبراهيم امام حيث عرف العلاقات العامة بأنها (علم يدرس سلوك الأفراد والجماعات دراسة علمية موضوعية بغية تنظيم العلاقات الإنسانية على أساس من التعاون والمحبة والوعي) .

وقد توصل ريكس هارلو بعد تحليله لعدد كبير من التعاريف إلى التعريف التالى (العلاقات العامة هي وظيفة إدارية متميزة تساعد فى تكوين وادامة خطوط إتصال ثنائية وفى تحقيق التفاهم والتعاون والقبول بين المنظمة وجماهيرها وتساعد الإدارة على الإستمرار فى الإطلاع على إتجاهات الرأي العام كما تساعد الإدارة فى مجارة التغيير وتخدم كنظام إنذار مبكر فى للمساعدة فى التنبؤ والتعرف على الإتجاهات الجديدة مستخدمة فى ذلك البحوث والإتصالات كأدوات أساسية) .

## أهمية العلاقات العامة :

أصبحت أهمية العلاقات العامة فى إزدياد مستمر فزيادة التطور فى عملية الإتصال وأساليبها وإنتشار الأساليب الحديثة فى إدارة المؤسسات والتي تزداد معها أهمية العلاقات العامة ، كما أن تحول العقلية الإدارية الكلاسيكية إلى عقلية إدارية معاصرة والتحول عن تطبيق المركزية إلى اللامركزية فى الإدارة عزز من الحاجة إلى وجود بنية إتصالية

(١) عبد الحكيم خليل مصطفى ، العلاقات العامة بين المفهوم النظري والتطبيق العلمي ، ط١ ، (الدار العالمية للنشر والتوزيع ، الجيزة ، ٢٠٠٩م) ، ص ص ٤٦ - ٤٨ .



للعلاقات العامة متخصصة ومعدة إعداد جيداً لإنجاح ومساعدة الإدارة فى التعامل مع جمهورها الداخلي والخارجي بصيغ أكثر فعالية (١) .

### أهداف العلاقات العامة :

الهدف الأسمى للعلاقات العامة والذي تلتقي حوله باقي الاهداف هو كما يقول الدكتور إبراهيم تحقيق الأنسجام والتوافق فى المجتمع الحديث الذي تعترضه التغيرات السريعة فى نظم الحكم والسياسة والمخترعات العلمية (٢) .

ومن أهداف العلاقات العامة أيضاً (٣) :

- ١- تحقيق سمعة حسنة للمؤسسة ودعم الإنطباعات الجيدة عنها .
- ٢- الترويج لمنتجات المؤسسة أو خدماتها وتنشيط المبيعات .
- ٣- تنمية شعور العاملين بالإنتماء لها وكسب تأييدهم وولائهم .
- ٤- كسب ثقة وتأييد الجمهور الخارجي المتعامل مع المؤسسة .

ومن أهداف العلاقات العامة الأخرى (٤) :

- (١) إطلاع الجمهور وكذلك العاملين وبكل وضوح على الأهداف المرغوب فى تحقيقها .
- (٢) تقديم المعلومات ودعم عملية إتخاذ القرار .
- (٣) معالجة الأزمات التى تواجه المؤسسة (الداخلية والخارجية) .

### وظائف العلاقات العامة :

من أهم وظائف العلاقات العامة (٥) :

١/ البحث : هو إستقصاء منظم يهدف إلى إضافة معارف يمكن توصيلها والتحقق من صحتها على طريق الإختبار العملى .

---

(١) منصور عثمان محمد زين ، المفاهيم الحديثة للعلاقات العامة ، ب ط ، (شركة مطابع السودان للعملة المحدودة ، الخرطوم ، ٢٠٠٨م) ، ص ١٦ .  
(٢) محمد منير حجاب وسحر محمد وهي ، المداخل الأساسية للعلاقات العامة ، ب ٤ ، (دار الفجر للنشر والتوزيع ، القاهرة ، ٢٠٠٠) ، ص ٥٩ .  
(٣) عبد الرازق محمد الدليمي ، المدخل إلى العلاقات العامة ، ط ١ ، (دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان - الأردن ، ٢٠١١م) ، ص ٣٧ .  
(٤) موسى اللوزي ، أسس العلاقات العامة المفاهيم والأسس ، مرجع سابق ، ص ٥٧ - ٥٨ .  
(٥) عبد الرازق محمد الدليمي ، المدخل إلى العلاقات العامة ، مرجع سابق ، ص ٣٧ .

٢/ **التخطيط** : هو النشاط العقلي الإداري الذي يوجه لإختيار أمثل استخدام لمجموعة الطاقات المتاحة لتحقيق أغراض معينة فى فترة محددة .

٣/ **الإتصال** : هو وسيلة لتنفيذ الخطة ، وهو العملية التى يتم من خلالها نقل المعلومات .

٤/ **التنسيق** : التنسيق بين إدارة العلاقات العامة والإدارات الأخرى داخل المؤسسة .

٥/ **التقويم** : هو المحطة النهائية فى آلية عمل العلاقات العامة ، وظهرت نتيجة الحاجة المستمرة إلى معرفة مدى كفاية خطط العلاقات العامة وبرامجها ومدى حاجات جماهيرها المستمر .

**مبادئ العلاقات العامة :**

من أهم مبادئ العلاقات العام ما يلي (١) :

١- المسئولية الإجتماعية .

٢- إحتزام رأي الفرد .

٣- عدم إخفاء المعلومات عن الجمهور .

٤- الإلتزام بمبادئ الأخلاق السليمة .

٥- إتباع الأساليب العلمية فى البحوث .

٦- العلاقات العامة تبدأ البيئة الداخلية .

**المؤهلات والمتطلبات الواجب توفرها فى القائم بالعلاقات العامة :**

حدد خبراء العلاقات العامة ابرز المتطلبات المتفق عليها بينهم وقد انحصرت المتطلبات

فى ركنين أساسيين هما (٢) :

**أولاً : الصفات الشخصية :** وهي الصفات التى تولد مع الإنسان وتعمل التجارب على

صقلها ومن أبرزها :

١. قوة الشخصية .

٢. اللياقة .

---

(١) محمد عبده حافظ ، العلاقات العامة ، ط١ ، ( دار الفجر للنشر والتوزيع ، القاهرة ، ٢٠٠٩م ) ، ص ص ٣٠ - ٣١ .  
(٢) بسام عبد الرحمن الجرايدة ، إدارة العلاقات العامة ، ط١ ، ( دار أسامة للنشر والتوزيع ، عمان ، ٢٠١٣م ) ، ص ص ١٣٣ - ١٣٦ .

٣. حب الإستطلاع .
٤. الموضوعية .
٥. الخيال الخصب .
٦. الحس الفني .
٧. الشجاعة .
٨. القدرة على الإحتمال والمثابرة .
٩. قابلية الظهور .

ثانياً : الإعداد العلمي : بالرغم من عدم وجود منهاج محدد للتأهيل العلمي فى العلاقات العامة فإن المتعارف عليه أن ذلك يشمل الإمام بالمواضيع التالية :

- ١/ اللغة .
- ٢/ الكتابة .
- ٣/ الصحافة .
- ٤/ علم الدلالة .
- ٥/ علم النفس .
- ٦/ علم الإجتماع .
- ٧/ الإدارة .
- ٨/ الإقتصاد .
- ٩/ أصول البحث العلمي .
- ١٠/ الأحصاء .

المبحث الثاني :

الإتصال فى العلاقات العامة :

مفهوم الإتصال :

الإتصال الفعال فى مجال العلاقات العامة هو الذي يؤدي إلى خلق نوع من الإستجابة تجاه أهداف المنشأة حتى تحقق الأهداف بأحسن الوسائل وأقل التكاليف .

وهو بالنسبة لأعضاء المنشأة أو المنظمة يعد السبيل الوحيد لديناميكية الجماعة والتغلب على النزاع الذي ينشأ بين أفراد التنظيم على المستويات فبدون الإتصال الدائم تفقد التفاعل اللازم لسير العمل ولذلك يعد الإتصال أهم العمليات الإدارية والإتصال الفعال فى حد ذاته وسيلة وليس غاية يجعل العملية الإدارية تتم ببسر وسهولة والإتصال يساعد على إنجاز التخطيط الإداري بفعالية إذ يساعد على التنفيذ الفعال للتنظيم الإداري والتطبيق الفعال للمراقبة الإدارية فضلاً عن ضرورته التوجيهية الإداري فالمدير كما يعلم يقوم بأداء العملية الإدارية ويجعل من الإتصال وسيلة لهذه العملية (١) .

تعريف الإتصال عند وليبر شران :

هو مجهود هادف يرمي إلى توفير أرضية مشتركة بين المصدر والمتقبل مع ملاحظة أن كلمة الإتصال اصلاً فى اللاتينى يعنى عاماً أو مشتركاً (٢) .

إما الإتصال بالنسبة لجورج لندبرج :

فهو نوع من التفاعل يحدث بواسطة الرموز التى قد تكون حركات أو صور أو لغة أو أى شئ آخر يعمل كمنبه للسلوك (٣) .

إما تعريف ساتفورد :

عرف ساتفورد عام ١٩٧٦م الإتصال بأنه إرسال وإستقبال المعلومات بين الناس (٤) .

(١) محمد منير حجاب وسحر محمد وهبي ، المداخل الأساسية للعلاقات العامة ، ط٤ ، ( الفجر للنشر والتوزيع ، القاهرة ، ٢٠٠٠م ) ، ص ٢٣٦ .

(٢) على محمد سمو ، الإتصال والسياسات والمهارات ، ب ط ، ( الخرطوم ، ٢٠٠٦م ) ، ص ٧٦ .

(٣) فضيل دليو ، الإتصال مفاهيمه ونظرياته ووسائله ، ط ١ ، ( دار الفجر للنشر والتوزيع ، ب ن ، ٢٠٠٣م ) ، ص ١٦ .

(٤) عاطف عدلي العبد ونهي عاطف العبد ، مدخل إلى الإتصال ، ب ط ، ( دار الأيمان للطباعة ، القاهرة ، ٢٠١٠م ) ، ص ١٥ .

فالإتصال عملية تحتاج إلى إكتساب المهارات اللازمة لتحقيق الفعالية والنجاح للقائمين به ، إضافة إلى إستقبال الفرد لمعلوماته غير كافية يخلق نوع من التوتر كما أن قدرة الأفراد على مقاومة المؤثرات الخارجية (التشويش) أهمية كبيرة فى فعالية الإتصال وبالتالي نجاح الرسالة الإتصالية وتحقيق الأهداف (١) .

### أهمية الإتصال :

يعد الإتصال أحد الأنشطة الضرورية للعلاقات العامة وبدونه لا يمكن للعلاقات العامة أن تبدأ أصلاً ولا أن تحقق أهدافها (٢) .

يشبه الإتصال داخل المنظمة بالدم الذي يجري فى العروق يحمل الغذاء إلى كافة أجزاء الجسم وبالمقابل لا يمكن تسيير عمل المنظمات وقرارات العملاء التى تتعلق بأعمالهم ما لم يكن هنالك أنظمة إتصال جيدة داخل المؤسسات التى يديرونها بالإضافة إلى المهارات الفردية اللازمة لديهم لتحقيق الإتصال الفعال بغيرهم (٣) .

ترجع أهمية الإتصال إلى ان المقدرة على المشاركة والتفاعل مع الآخرين وتبادل الآراء والأفكار والمعلومات تزيد من فرص الفرد فى النقاء والنجاح والتحكم فى الظروف المختلفة المحيطة به ، فى حين ان عدم القدرة على الإتصال مع الغير يعد نقصاً إجتماعياً وسيكولوجياً خطيراً .

ويرى جون ديوى أن وجود المجتمع وإستمراره متوقف على النقل الشامل للعادات والأفكار والمشاعر من جيل إلى آخر ، وان إستمرارية المجتمع تتم من خلال نقل الخبرات والإتصال بين الأفراد فالناس يعيشون فى جماعة بفضل ما يشتركون فيه من أهداف وعقائد وأمانى ومعلومات... الخ (٤) .

### عناصر الإتصال :

(١) عبد الحكيم خليل مصطفى ، العلاقات العامة بين المفهوم النظري والتطبيق العلمي ، ط ١ ، الدار العلمية للنشر والتوزيع ، الجيزة ، ٢٠٠٩م ، ص ٢٨٠ .

(٢) محمد منير حجاب وسحر محمد وهبي ، المداخل الأساسية للعلاقات العامة - المدخل الإتصالي، مرجع سابق ، ص ٢٧ .

(٣) أحمد ماهر ، كيف ترفع مهاراتك الإدارية فى الإتصال ، ب ط ، (الدار الجامعية للنشر ، ب ن ، ٢٠٠٣م) ، ص ٢٤ .

(٤) ربحى مصطفى عليان وعدنان محمد الطوباسي ، ط ١ ، ( دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان ، ٢٠٠٥م) ، ص ٣٥ .

إجتمعت العديد من الكتابات التي تناولت موضوع الإتصال سواء فى المجالات

الإجتماعية

أو التربوية على أن عناصر الإتصال لا تخرج عن أربعة وهى المرسل والرسالة والوسيلة والمستقبل ، إلا أن هنالك من التقسيمات الكثير منها ما يقول بأن عناصر الإتصال خمسة المرسل (المصدر) والرسالة والوسيلة والجمهور والغرض أو الأثر إلا أننا نميل إلى الرؤيا الأولى وسوف نتحدث عنها فى السطور القادمة وهى (١) :

١- المرسل : هو الجهة الي تصدر عنها الرسالة والتي يريد صاحبها أن يوصلها إلى المستقبل وقد يكون المرسل شخص أو هيئة أو جمعية أو مؤسسة .

٢- الرسالة :

ويقصد بها المحتوي الذي يراد نقله من المرسل إلى المستقبل .

٣- الوسيلة :

لابد من أن يتحول مضمون الرسالة والرموز التي تدل عليها إلى صورة يسهل نقلها وتتداولها فتتحول الأفكار إلى كلمات أو موجات صوتية أو ضوئية تنقل بواسطة الخطب والأحاديث أو الندوات أو الصحف أو المجلات أو السينما أو الراديو أو التلفزيون حتي تصل الرسالة الجمهور الذي يستقبلها .

٤- المستقبل :

هو الشخص أو الجماعة أو الجمهور الذي توجه إليه الرسالة من المرسل بقصد مشاركتهم

فى الخبرة أو توصيل المعلومات والأراء إليهم أو تعديل سلوكهم أو إتجاهاتهم (٢) .

أنواع الإتصال :

---

(١) غريب عبد السميع غريب ، الإتصال والعلاقات العامة فى المجتمع المعاصر ، ب ط ، (مؤسسة شباب الجامعة ، الاسكندرية ، ٢٠٠٤م) ، ص ١٨ .  
(٢) المرجع نفسه ، ص ١٩ .

إذا أردنا أن نتحدث عن أنواع الإتصال فأنا نذكر أن هنالك عدة تقسيمات لهذه الإتصالات ولكن أهمها من وجهة نظر الكاتب التقسيم الذي يشير إلى أن الإتصال ثلاثة أنواع : إتصال مكاني ، وإتصال نفسي وإتصال جماعي <sup>(١)</sup> . وكذلك هنالك من يقسم الإتصالات إلى مباشرة وغير مباشرة .

كما أن هنالك من يقسمها إلى إتصال فى إتجاه واحد وإتصال فى إتجاهين وهكذا . إلا سوف نشير إلى هذه التقسيمات بشئ من الإختصار :

### (١) الإتصال المكاني :

يقصد بالإتصال المكاني أنه إتصال من خلال علاقة الحوار وما سيتبع ذلك من رؤية متبادلة بين الأطراف وتميز كل منها بسمات وخصائص تهم الطرف الآخر .

### ٢- الإتصال النفسي :

فنضرب له مثلاً بعلاقة الصداقة التي تتطلب ظهور إهتمام متبادل وإتصال نفسي مباشر يقوم على الملاحظة والإهتمام المتبادل المباشر .

### ٣- الإتصال الإجتماعي :

فيقصد به د. جمال حمدى حسني أنه نسق معين يدخل في إطاره فردين على الأقل أولاً وثانياً قيمة ما هي أساس هذا الإتصال ، وثالثاً تفاعل ما مرتبط بهذه القيمة .

إما التقسيم الثاني فهو الذي قسم الإتصالات إلى إتصال مباشر بمعنى أن يكون المرسل والمرسل إليه يتفاعلان وجهاً لوجه مثل المهندس مع عمالة أو المدرس مع تلاميذه وهكذا.

وقد يكون الإتصال غير مباشر كما هو الحال عند إستخدام المرسل لأداة كالتلفزيون مثلاً لنقل رسالة إلى المستقبل تتضمن موضوعاً يهم الطرفين ، مثلاً يرسل الإخصائي خطاباً إلى

العميل ثم يتلقى الرد على رسالة . ويمكن أن يكون الإتصال فى إتجاه واحد أو إتجاهين ويضرب دكتور أحمد مثلاً على الإتصال فى إتجاه واحد كأن يشاهد الإخصائي الإجتماعي

---

(١) غريب عبد السميع غريب ، مرجع سابق ، ص ١٦ .

وأعضاء الجماعة التي يقوم بزيادتها بمشاهدة فيلماً سينمائياً دون أن تتاح لهم فرصة المناقشة فيما يشاهدونه .

إما الإتصال فى إتجاهين فيضرب له مثلاً بالمناقشات التي تتم حين بحث الإخصائي لحالة فردية من خلال مقابلة تهماهما سوياً ويتم من خلالها الحصول على بيانات دراسة من خلال المناقشات والأخذ والعطاء بين الأخصائي والعميل (١) .

### وظائف الإتصال :

يحدد أبو سنيينة وظائف الإتصال فيما يلي (٢) :

#### (١) التخطيط :

الإتصال مهم للحصول على البيانات والمعلومات ودراسة المشكلات وإستنباط المؤشرات والتنبؤ والتوقع .

#### (٢) التنظيم :

حيث تمثل خطوط الإتصال فى الهيكل التنظيمي لكل مؤسسة شرايين الحياة التي تمدها بالدماء اللازمة وتبادل للمعلومات بين عناصر التنظيم فى ضوء تعدد وتباين الوظائف فى المؤسسة بل وفى قطاعاتها وإداراتها المختلفة .

#### (٣) التوجيه :

تحريك سلوك العاملين لتحقيق الأهداف المتوقعة والمرسومة ، ويعني كذلك إرشادهم بصورة مستمرة إلى الكيفية التي تمكنهم من تحقيق الأهداف . وتعتبر مهارات التوجيه من مهارات الإدارة وتمثل إحدى مواصفات المدير المتميز .

#### (٤) الرقابة :

تعتمد عملية متابعة تقييم أداء العاملين على مشاهدة وملاحظة وتحليل نشاطاتهم وسلوكياتهم مثل إجراء المقابلات لتقييم المرؤوسين .

(١) غريب عبد السميع غريب ، مرجع سابق ، ص ١٦ .

(٢) ربحي مصطفى عليان وعدنان محمد الطوباسي ، مرجع سابق، ص ٤٠ .



## وسائل الإتصال :

تتقسم وسائل الإتصال إلى نوعين وهما على النحو التالي (١) :

### أولاً : وسائل الإتصال العامة

#### ١- وسائل الإتصال المطبوعة :

ومن هنا نجد الكتب والصحف المقروءة ، الملصقات ، الكتيبات والمطبوعات ، وكذلك المجالات .

#### ٢- وسائل الإتصال المسموعة :

كما في بث الراديو

#### ٣- وسائل الإتصال المسموعة والمرئية :

ويمثلها السينما والتلفزيون .

### ثانياً وسائل الإتصال الخاصة (٢) :

تلجأ المنظمات العامة والخاصة إلى القيام ببعض الأنشطة الإتصالية من خلال وسائلها الخاصة بالإضافة إلى إستعانها ببعض الوسائل الجماهيرية العامة وهي على النحو التالي:

#### ١- الأحداث الخاصة :

يقصد بالأحداث الخاصة، الأسواق والمعارض والإستعراضات والإحتفالات السنوية وحفلات الإفتتاح والمؤتمرات والأيام والأسابيع الخاصة التي تنظمها الشركات وأجهزة الحكومة كمظاهر أو أنشطة وبرامج للعلاقات العامة ، وتستهدف منها إعلام الجماهير بأهدافها وسياستها وأنشطتها لكسب تأييد ثقتها .

#### ٢- الإتصال الشخصي :

ويتسم الإتصال الشخصي بالعديد من الخصائص والمزايا التي تتمثل في الآتى :

---

(١) الاء سيف الدين طه وآخرون ، فعالية العلاقات العامة في إعداد وتنظيم المعارض (بحث بكالوريوس غير منشور - جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا - كلية علوم الإتصال ٢٠١١م) . ، ص ٤٤

(٢) محمد يوسف ، مقدمة في العلاقات العامة ، ط ١، (توزيع الدار العربية للنشر والتوزيع ، جامعة القاهرة ، ٢٠٠٨م) ، ص ص ٢٠٧ - ٢١١

١. توافر ميزه حصول الإتصال فى إتجاهين من المرسل إلى المستقبل والعكس .
٢. حدوث رجع صدى فوري .
٣. إمكانية توجيه الرسالة إلى الجمهور المستهدف .
٤. تلقائية الإتصال .
٥. يعطى فرصة للمناقشة والتوضيح .
٦. يستطيع القائم بالإتصال من تحقيق أهدافه .
٧. إنخفاض التكلفة .

### ٣- مجلة المنظمة أو صحيفتها :

- تزايد إهتمام العامة والخاصة بإصدار صحيفة أو مجلة تعبر عن شخصيتها وتعرض أهدافها وسياساتها وما تحققة من إنجازات .
- ٤- الكتب والنشرات والكتيبات (١) :

لا تستخدم الكتب بشكل دائم فى العلاقات العامة لأن قليل من الرسائل الإتصالية المستخدمة هي التي تتطلب عدداً كبيراً من الصفحات .

إما النشرات فقد تستخدم كوسيلة إتصالية موجه إلى الجمهور الداخلي والخارجي وتحتاج المنشأة التجارية إلى النشرات والكتيبات لشرح برنامج جديد أو بيان أسلوب تقديم الخدمة أو السلعة بشكل مختلف عما إعتاده العملاء .

### ٥- الملصقات :

تستخدم الملصقات فى الأساس كوسيلة ترويجية للسلع والخدمات ومع ذلك يكثر إستخدامها فى العلاقات العامة لنقل رسائل إتصالية تتسم بالدوام أو الإستمرارية لفترة زمنية معينة أو الجمهور العام .

### ٦- صحف الحائط :

---

(١) محمد يوسف ، مقدمة فى العلاقات العامة ، مرجع سابق ، ص ص ٢١٤ - ٢١٧ .

يري البعض أن صحف الحائط وسيلة إتصال هزيلة في العلاقات العامة لأنها تعطي للمشاهد إنطباعاً بأنها من عمل الهواة ، إلا أنه يمكن إستخدامها في العلاقات العامة لتوفير الإتصال المتبادل والنشر السريع للمعلومات بأقل تكلفة ممكنة .

#### ٧- التقارير السنوية والدورية :

ينبغي أن يتضمن التقرير السنوي عناصر أساسية تتضمن تطور المنشأة وتوجهاتها المستقبلية ومنتجاتها الجديدة وأوضاعها المالية وإستراتيجياتها إلى جانب خطاب او كلمة من رئيس مجلس الإدارة .

#### ٨- الوسائل السمعية والبصرية الخاصة :

تحرص بعض المنشآت على تصوير الإنتاجيات التي تحققها في مختلف المجالات وخاصة المتعلقة بالعمليات الإنتاجية والتي تفوق المنشأة وإمكاناتها الفنية العالية . كما تستخدم الوسائل السمعية والبصرية في تسجيل الإحتفالات والأحداث الخاصة التي تعتمد عليها العلاقات العامة لتقديم المنشأة إلى الجمهور .

وتستخدم الدائرة التلفزيونية المغلقة في تصوير الإجتماعات السنوية وعرض مايدور داخلها في فروع المنشأة أو كلما دعت الضرورة إلى ذلك ، كما يمكن إستخدام الفيديو في تسجيل العمليات الإنتاجية واللحظات التاريخية التي تمر بها المنشأة ، كما تستخدم الوسائل السمعية والبصرية في تسجيل الإحتفالات والأحداث الخاصة التي تعتمد عليها العلاقات العامة لتقديم المنشأة إلى الجمهور فيتسع بذلك مجالات مشاهدة هذه الأحداث في غير المكان الذي جرت فيه (١) .

#### ٩- الفيلم التسجيلي :

---

(١) محمد يوسف ، مقدمة في العلاقات العامة ، مرجع سابق ، ص ٢١٩ .

هو فيلم يتعامل مع الحقائق بشكل درامي وأن هنالك عوامل كثيرة يمكن استغلالها درامياً في الواقع (١) .

### إستراتيجية الإتصال فى العلاقات العامة :

نجد أن إدارة البرنامج الإتصالي فى العلاقات العامة يجب ان يرتبط مباشرة بالخطط الإستراتيجية التي تم تحديدها سلفاً ، هذه الخطط التي تبنى على صياغة مشكلات معينة تحقق الأهداف المنشودة كدليل لها .

تسعى إلى التأثير فى الجماهير إنطلاقاً من إدراكها ومعرفتها لإتجاهاتهم وسلوكهم نحو المنظمة وسمعتها وصورتها الذهنية لديهم .

فالإتصال يمثل مرحلة التنفيذ للخطط ، ويعزى الباحثين أن معرفة كيفية تحويل إستراتيجية التخطيط إلى إستراتيجية الإتصال والتنفيذ ، فعلى كل منظمة أن تحدد أهداف كل برنامج إتصالي وداخل هذه الأهداف يتم تحديد الجمهور المعنى وتحديد الميزانية والكوادر البشرية العاملة (٢) .

---

(١) الارقم الجيلاني ، مدخل إلى صناعة الافلام الوثائقية ، ب ط ( شركة للعملة المحدودة ، الخرطوم ، ٢٠٠٩م ) ، ص ٩ .  
(٢) عبد الحكيم خليل مصطفى ، العلاقات العامة بين المفهوم النظري والتطبيق العلمي ، ط ١ ، ( الدار العالمية للنشر والتوزيع ، الجيزة ، ٢٠٠٩م ) ، ص ٢٦٩ .

المبحث الثالث :

ما هو الفيلم التسجيلي :

كان الفرنسيون هم أول من إستخدم عبارة (Film Documentu) لوصف الافلام التي إقبل على تصويرها هواة الرحلات فى مطلع القرن العشرين . مستخدمين فى ذلك إختراع لويس لومير لأول جهاز لإتقاط الصور السينمائية المتحركة منذ عام ١٨٩٥م<sup>(١)</sup> تعريف

الفيلم التسجيلي :

تعريف جون جريرسون :

لقد جاء تعريف جون جريرسون للفيلم التسجيلي ((هو المعالجة الخلاقة للواقع)).

إما تعريف ريتشارد ماكان :

((إن إصالته لا تتبع من إعتماده على مادة من الواقع فقط بقدر ما ترجع إلى أصالة توظيف هذه المادة الواقعية ))<sup>(٢)</sup> .

تعريف الإتحاد العالمى للسينما المسجلة سنة ١٩٤٨م :

مفهوم الفيلم التسجيلي هو (كل طريق للتسجيل على شريط السليولوز لأى مظهر من مظاهر الواقع وذلك بتقديمه عن طريق التصوير المباشر أو بإعادة البناء الملخص والمنطقى ليتمشى مع العقل والعاطفة من أجل إشباع الرغبة فى توسيع المعرفة والإدراك وعرض المشكلات وحلولها بأمانة وذلك فى المجالات وغيرها) .

أكاديمية فنون الصور المتحركة والعلوم :

عرفت الافلام التسجيلية بأنها الافلام التى تتعامل مع موضوعات تاريخية وإجتماعية وعلمية وإقتصادية سواء تم تصويرها من خلال حدوثها الفعلى أو تم إعادة تمثيلها حيث يكون التركيز على الترفيه والتسلية .

(١) منى سعيد الحديدى وسلوم امام على ، أسس الفيلم التسجيلي ، ب ط ، (دار الفكر العربى ، القاهرة ، ٢٠٠٤م) ، ص ١٢-٢٣ .  
(٢) الارقم الجيلانى ، مدخل إلى صناعة الافلام الوثائقية ، ص ٩ .

أما قاموس أكسفورد يعرف الفيلم التسجيلي بأنه صورة متحركة عن الحياة الواقعية تقدم الحقائق والمعلومات لموضوع ما .

### الإتجاهات أو الأساليب الفنية فى إنتاج الفيلم التسجيلي :

توجد العديد من الإتجاهات والأساليب فى عملية إنتاج الفيلم التسجيلي (١) :

### الإتجاه الرومانسى أو الروماتيكي الطبيعي :

يعتمد هذا الإتجاه فى مجال إعداد الفيلم التسجيلي وإخراجه على الإهتمام بحياة الفرد بشكل يتميز بحرية التعبير وتلقائية وشاعريته حيث تقلع مشاهدة الفيلم إحساساً فنياً عاطفياً لدى المشاهد المستهدف ويطلق على هذا النوع الأسلوب الروماتيكي الطبيعي لتركيزه وتمجيده الواضح للطبيعة وإهتمامه الملحوظ بعلاقة الإنسان بالعالم الذي يحيط به من مظاهر طبيعية وبيئية وكائنات حية أخرى وقد ظهر الإتجاه الرومانسى فى مجال إعداد الفيلم التسجيلي أولاً فى أمريكا .

إما البداية الحقيقية والريادة للإتجاه الروماتيكي الطبيعي فى مجال الفيلم التسجيلي ترجع إلى المخرج روبرت فلا هرتي والذي يعتبر الأب الحقيقى والشرعى للإتجاه الروماتيكي.

وقد إستمرت بؤرة الإتجاه الروماتيكي الطبيعي فى مجال الفيلم التسجيلي ترجع وتأخذ فى الإتساع والإنتشار مختنفة بخصائصها المميزة منذ فيلم (نانوك رجل الشمال).

وقد ظهر إنعكاس هذا الأسلوب فى العديد من الافلام نذكر منها على سبيل المثال لا الحصر فيلم كونكى عام ١٩٥١م ، فيلم البحر من حولنا عام ١٩٦٥م وغيرها .

ويعتبر الإتجاه الروماتيكي الطبيعي أو الإتجاه الرومانسى بصفة عامة واحداً من اقوى الروافد الأولى فى مجل الفيلم التسجيل غير الروائى وأكثرها إستجابة وشعبية من قبل

المشاهدين وخاصة دول أوروبا وأمريكا .

### الإتجاه الواقعي :

(١) منى سعيد الحديدى وسلوم امام على ، مرجع سابق ، ص ص ٤١ - ٤٣

يستمد الإتجاه الواقعي فى مجال الفيلم التسجيلي عاداته الفيلمية من الواقع المباشر لحياة المدن والقرى والأزقة والمصانع والأسواق والمستشفيات وغير ذلك من مناطق التجمعات البشرية فى الأماكن فى محاولة لإبراز ما يكمن تحت السطح وإلقاء الضوء على الأسباب والمسببات .

وهو بذلك على حد تعبير جون جويرسون يتولى خلق الشعر وإيجاده فى ميدان لم يسبق لشاعر أن طرقه ومن قبل وقد برز الإتجاه الواقعي فى مجال الفيلم التسجيلي بظهور الفيلم الفرنسى (لا شئ عبر الزمن سنة ١٩٢٦م) من إخراج البرتو كافلكاني والذي يعتبر أول فيلم سينمائي عن حياة مدينة باريس .

وبظهور الإتجاه الواقعي فى مجال الفيلم التسجيلي يمكن تصوير الإنسان ومشكلاته وقضاياها فى مواجهة الحياة العادية اليومية وجنون المدينة بتناقضاتها العديدة .

وتجدر الإشارة فى هذا المقام إلى إبعاد عالمية السينما منذ النصف الأول من القرن العشرين حيث إنتقال تأثيراتها من ثقافة إلى أخرى والتعامل السريع مع مخرجاتها ليس فقط على مستوى المستهلكين من الجمهور العام بل حتى على مستوى القائمين بالإتصال من مخرجين وكتاب سيناريو وقد أتخذ الإتجاه الواقعي فى النمو والإنتشار داخل دول أوروبا فى الثلاثينات من القرن العشرين . وتمثل ظهور عدة أفلام تقوم على دعم هذا الإتجاه ونذكر من هذه الافلام فيلم يخص مدينة نيس عام (١٩٣٠م) لجان فيجو والذي بدأ كدراسة سينمائية لطبيعة مجتمع نيس والتناقض الواضح بين طبقاته الغنية والفقيرة .

وتعكس هذه الأفلام الدور النضالي يؤديه المخرجون من خلال أفلام الإتجاه الواقعي .

### الإتجاه السيمفوني (١) :

تتمثل فلسفة الإتجاه السيمفوني فى النظر إلى السينما كفن يشبه الموسيقى من حيث إعتقاد كل منها وقيامها على عنصر الحركة وإذا كان عنصر الحركة فى السينما هي حركة الضوء فى الزمان والمكان . وعلى هذا التشابه بين كل من الموسيقى والسينما يقوم على

---

(١) مني سعيد الحديدي وسلوم امام على ، مرجع سابق ، ص ٤٩ - ٥١ .

أساس الإتجاه السيمفوني ، والذي يهدف إلى تقديم مشاهد الفيلم فى توالى حركى تشبه بحركة السيمفونية الموسيقية ويتطلب هذا الإتجاه من مخرج الفيلم ومصوره ذوقاً فنياً عالياً ، وحساً تصويرياً مرهفاً يعتمد على إستخدام الإيقاعات المتغيرة السرعة والمؤثرات الخاصة طوال الفيلم مستغلاً فى ذلك حركة المجاميع والكتل فى خلق الإيقاع الحركى وإيجاده داخل البناء الفيلمى .

وقد نشأة هذا الإتجاه فى مجال إنتاج الفيلم التسجيلي قبل الحرب العالمية فى فرنسا متأثراً بوصف إيبيل جونس للسينما بأنها موسيقى .

وقد برز الإتجاه السيمفوني كأسلوب فني يقوم على تقديم مواضيع شخصية بل دور افلامه حول قصص المدن والتجمعات الإنسانية العمالية والمهنية .

ومن ابرز الافلام التى تمثل هذا الإتجاه فى تاريخ الفيلم التسجيلي فيلم (برلين سيمفونية مدينة عظيمة سنة ١٩٢٧م للمخرج الألمانى والترتومانه. وغيرها من الافلام فى هذا الإتجاه .

### سينما الحقيقة<sup>(١)</sup> :

تبلور إتجاه سينما الحقيقة سنة ١٩٢٢م بافلام المخرج الروسى ديزيجا فى شكل جريدة سينمائية بعنوان ثابت صدر منها اثنان وعشرون عدداً خلال الفترة من سنة ١٩٢٢-١٩٢٤م ولم يختلف إتجاه سينما الحقيقة بالتوقف عن الظهور سنة ١٩٢٤م وإنما أخذ الإتجاه فى التبلور فى افلام فيرتوف نفسه ومنها فيلم (الحظ السوفيتى) سنة ١٩٢٦م الذى عرض منه مخرجه مدينة موسكو السوفيتية .

فى أوائل الستينيات أى بعد مرور حوالى ثلاثين عاماً على تجربة فيرتوف ظهر فى فرنسا إتجاه طلق عليه سينما الحقيقة بقيادة المخرجين جان روش وجان لوك جودار وكان هدفهما إكتشاف العالم وتوسيع نطاق الواقع الممكن تصويره ، وقد ساعد على تطوير هذا الإتجاه وسرعة إنتشاره إكتشاف الكاميرا السينمائية ١٦مم التى تتميز بخفة الوزن وسهولة

(١) منى سعيد الحديدى وسلوم امام على مرجع سابق ، ص ٥٢ .



الحمل وإمكانية تسجيلها لعنصرى الصورة والصوت معاً مما ساعد على تصوير الأحداث الجارية وقت حدوثها بما يصاحبها صوت مباشر .

ويعتبر فيلم لا تنظر إلى الخلف سنة ١٩٦٦م للمخرج " بيكى " من أهم الأفلام الأولى الممثلة لهذا الإتجاه .

وأخذت افلام هذا الإتجاه فى الإنتشار واصبح لها عشاقها من المخرجين والمشاهدين .  
**عيوب الفيلم التسجيلي (١) :**

بالرغم من كل المميزات التى يتميز بها الفيلم التسجيلي إلا أنه لا يخلو من العيوب وهى كالاتي :

١- الإجراءات المتعددة التى تتطلبها عملية تجهيز المكان من (الأضاءة - التهوية - وغيرها) .

٢- الإجراءات المتعددة التى تتطلبها عملية تجهيز الفيلم وهى كثيرة ومعقدة من مونتاج ومكياج وغيرها .

٣- إنتاج الفيلم التسجيلي يتطلب أموالاً ضخمة وخبرات بشرية ومعدات تكنولوجية متطورة ، الأمر الذى جعل صناعة السينما المتقدمة تعتمد على عدد من الدول الغنية إما بقية الدول فى العالم فإن صناعة السينما لم تصل بعد .

**خطوات إنتاج الفيلم التسجيلي (٢) :**

هنالك خطوات أو مراحل يجب إتباعها لإنتاج الفيلم التسجيلي وهى فى مجملها ثلاثة مراحل أساسية حيث تتحرك تلك المراحل الثلاثة فى عدة مستويات أو خطوات لاكمال العملية الإنتاجية ويمكن سردها على النحو التالى :

١- مرحلة ما قبل الإنتاج pre. Production

٢- مرحلة الإنتاج Production

---

(١) ابتهاج محمود جزيرة وآخرون ، إعداد الافلام التسجيلية بإدارات العلاقات العامة

(بحث بكلايوس غير منشور - جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا - كلية علوم الإتصال ٢٠١٠م) ص ٢٥  
(٢) الارقم الجيلانى ، كتابة الافلام التسجيلية ، ب ط ، (ب ن ، ٢٠١٠م) ص ٢٩ .

### مرحلة ما قبل الإنتاج :

فى هذه المرحلة يتم تحديد الفكرة والموضوع المراد تناولها وينبغى أن تتبع من إحتياجات الناس الفعلية كما تلبى طلبات البيئة وتجاوب على تساؤلات المجتمع المستهدف وغالباً ما يكون الموضوع رد فعل للإحساس بوجود معضلة يسعى القائم بإنتاج الفيلم التسجيلي لسبر غورها ومن ثم حلها . كما يجب ان يكون الموضوع والفكرة واضحة وبسيطة وممكنة التنفيذ مقبولة لدى الجميع ولعل إختيار موضوع الفيلم والفكرة هو مهارة عالية لقطع شوطاً فى نجاحه ، كما أنه فى هذه المرحلة يتم الإجابة على الأسئلة (ماذا تريد ؟ ، ولمن ؟ وكيف ؟ ) حيث يقوم عليها الإنتاج بل وتعتمد عليها المراحل الأخرى وهى تبدأ بإختيار الفكرة ومعالجتها وإختيار الأسلوب الأخرجى لها . ثم تحديد الميزانية والجدول الزمنى للإنتاج ثم وضع السيناريو .

### مرحلة التصوير والإنتاج :

هى المرحلة التى تبدأ ببداية التصوير وتنتهي بنهايته ، وهى تأتى مباشرة بعد إكمال توفير كل الإحتياجات وتوزيع المهام على الوحدات الفنية المختلفة وجدولة الأعمال المراد تنفيذها حسب المواقع المتفق عليها ، كما يجتهد وينشئ فيها المخرج مع مدير الإنتاج حيث يعملان معاً بإنسجام وتنسيق .

### مرحلة الإنتاج المتقدم :

عقب الإنتهاء من التصوير للفيلم التسجيلي تأتى مرحلة الإنتاج المتقدم حيث يجرى مراجع عملية تصوير المشاهد وتقسيمها وترتيب المؤثرات الأخرى المراد تقديمها فى العمل (صورية أم صوتية) وتأليف وإختيار الموسيقى المناسبة وكتابة وتسجيل نص السيناريو النهائي للفيلم التسجيلي ومن ثم البدء فى عملية الإنتاج .

إن عملية المونتاج للفيلم التسجيلي هي العملية الإبداعية التي تقوم بعكس الواقع بشكل فعال ومؤثر بترتيب اللقطات المشاهد حسب الرؤية الفنية للسيناريو النهائى مع إحداث التأثيرات الصوتية والصوتية المطلوبة وذلك لتحقيق أهداف الفيلم . تنتهى هذه المرحلة بعملية مزج الصوت الطبيعي مع التعليق والمؤثرات لتصبح الصورة المرئية أو المسموعة واحدة ومن ثم الحصول على النسخة المكتملة للفيلم لمراجعتها وإتمامها نهائياً.

### خصائص الفيلم التسجيلي :

تتمثل فى الآتى (١) :

(١) اعتماد الفيلم التسجيلي على النقد والملاحظة والانتقاء من الحياة نفسها فهو لا يعتمد على موضوعات مؤلفة وممثلة فى بيئة مصطنعة كما يفعل الروائى وإنما يصور المشاهد الحية للواقع الحقيقي .

(٢) أشخاص الفيلم التسجيلي ومناظره يختارون من الواقع الحى فلا تعتمد على الفيلم الروائى وإنما يصور المشاهد الحية والواقع الحقيقي .

(٣) مادة الفيلم التسجيلي تختار من الطبيعة رأساً دونما تأليف .

(٤) إن يصمم الفيلم التسجيلي على أساس تقديم المعلومات وأفكار و خبرات فى مجالات المعرفة المختلفة .

(٥) عبر الفيلم التسجيلي يمكن ان تري المستقبل البعيد أو ان تنظر إلى الماضي البعيد وإن تجعل الثواني تبدو كأنها ساعات .

(٦) يخاطب فئة أو مجموعة مستهدفة من الجمهور .

(٧) يتسم الفيلم التسجيلي عادة بقصر زمن العرض ويتطلب درجة عالية من التركيز أثناء المشاهد .

(٨) مهما تنوعت وتعددت الإتجاهات والمدارس العالمية فى فن صناعة الفيلم التسجيلي فهو يتناول (المادة الحياتية) ظواهر الحياة وتحليل هذه الظواهر فى مجال العلاقات الإنسانية .

---

(١) منى سعيد الحديدى ، وسلوم امام على ،أسس الفيلم التسجيلى ، مرجع سابق ، ص ص ١١٣ - ١١٤ .

أنواع وأشكال الأفلام التسجيلية الوثائقية (١) :

### ١- اللقطات التسجيلية الخام :

وهي تلك اللقطات التسجيلية الفردية التي لا يربط أجزاءها موضوع معين أو وجود الأهداف لها إلا تسجيل الواقع والحياة أما تسجيلاً صادقاً وأميناً وهو بمثابة مادة تسجيلية خام قد تصبح لها في المستقبل قيمة تسجيلية كبيرة عند إستقلالها في أفلام تسجيلية مركبة موحدة البناء وهي بمثابة أرشيف مصور أو توثيقاً للواقع وقد تكون مادة أرشيفية يستند إليها في الإنتاج المستقبلي .

### ٢- الفيلم التسجيلي الاخباري أو الجريدة السينمائية :

أن الفيلم التسجيلي الاخباري أو الجريدة السينمائية هي الأفلام التي تسجل الاحداث التي وقعت فعلاً دون اللجوء إلى التمثيل ودون إجراء أى تعديل فى مجرى هذه الأحداث وإعادة فى البناء والتكوين والجريدة السينمائية كانت تظهر أسبوعياً فى العادة لتظهر صور لأهم الشخصيات . والاخبار والأحداث الجارية خلال أسبوع وهي تعتبر وثيقة تاريخية تعبر عن روح العصر الذي ظهرت فيه ولقد ظهرت أول جريدة سينمائية فى العام ١٩٠٨م فإن معظم الأفلام الاخبارية تكمن قيمتها الأساسية فى تقديم الأحداث الواقعية فى بنيتها الحقيقية . وتتخلص أهداف الجريدة السينمائية عادة فى عرض لأهم الاخبار والاحداث المختلفة سواء كانت سياسية أو إقتصادية ..الخ بطريقة سينمائية وفى مدة قصيرة وبأسلوب وصفى منمق .

### ٣- المجلة السينمائية :

وهي عبارة عن فيلم قصير يشتمل على فقرات مختارة من الموضوعات التي تشغل أذهان الناس أو تثير إهتمام عام وهي تشبه فى ذلك الجريدة السينمائية ولكنها تظهر عادة شهرية وقد تظهر فصلية أو موسمية وقد يهتم كل عدد من المجلة بموضع معين واحد

---

(١) ابتهاج محمود جزيرة وآخرون ، إعداد الأفلام التسجيلية بإدارات العلاقات العامة

(بحث بكالوريوس غير منشور - جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا - كلية علوم الإتصال ٢٠١٠م) ، ص ٢٧- ٢٨ .

تعرض فيه وجهات نظر محددة حول هذا الموضوع قد لا تخلو من النقد والتحليل في كثير من الأحيان وتعتمد المجلة السينمائية على أسلوب الملاحظة السريعة الذي تتبعه مجلات الطرائف المصورة عادة وهناك مجلات سينمائية متخصصة على قرار المجلات المطبوعة .

#### ٤- الفيلم التسجيلي التعليمي :

أن الافلام التسجيلية أو التعليمية تتناول عادة موضوعات علمية سواء بجميع تفاصيلها من الحياة أو الكتب أو الأبحاث وذلك بقصد عمل الفيلم لهدف تعليمي أو ثقافي وهذا النوع من الافلام تستخدم عادة كأداة ووسيلة تعليمية تعين المدرس فى الفصل على شرح الموضوع للطلاب وعرض الحقائق عليهم بطريقة سمعية بصرية شيقة .

#### ٥- الفيلم الإرشادي :

ويقصد بها الافلام التي تقدم معلومات وتوجيهات معينة لفئة خاصة أو للجمهور عموماً مثل عمل فيلم عن قواعد المرور أو إخطار الحرب ويغلب على هذه النوعية من الافلام طابع التوجيه والإرشاد وهي تقدم للجمهور معلومات صحيحة عن موضوع معين فتقد له الإرشادات اللازمة فى المجال الزراعي مثلاً لمقاومة دودة القطن أو مقاومة الآفات الزراعية الأخرى .

#### ٦- الافلام التدريبية :

ويقصد بالافلام التدريبية تلك الافلام التي تسجل تفاصيل وخطوات المراحل التدريبية الخاصة بإستخدام جهاز معين أو آلة خاصة بهدف شرح لكيفية إستخدامها أو تدريب فئة متخصصة عليها .

وقد أوضح المخرج الأستاذ محمد سامي عطا الله الجوانب التي يتفق ويختلف حولها الفيلم الروائي والتسجيلي كما يلي :

١. الفيلم التسجيلي قليل التكاليف عن الفيلم الروائي ميزانية فيلم روائي واحد تكفى لتغطية تكاليف إنتاج سلسلة كبيرة من الافلام التسجيلية تعالج موضوعات مختلفة .

٢. الفيلم التسجيلي قصير عادة وأسرع في توصيل رسالته وتأثيره بالنسبة للمشاهدين .

٣. لا تقف مشكلة اللغة عقبة في سبيل إنتشار الفيلم التسجيلي خارجياً مثلما تقف بالنسبة للروائي فالفيلم التسجيلي إنما يعتمد على تعليق يقوم به المعلق وليس علي حوار يؤديه ممثلون ، كما أن بعض الأفلام التسجيلية إنما تعتمد على تعليق وتكتفي بالموسيقى التصويرية والمؤثرات الصوتية .

٤. الفيلم الروائي يعتمد على الخيال الذي يختلف من شخص إلى آخر الاختلاف الإنمط الثقافية بين الشعوب المختلفة وهذه أيضاً تعد عقبة تعوق إنتشار الفيلم الروائي وتعطيل تأثيره ، بينما الفيلم التسجيلي يعتمد على تسجيل الواقع الحي مما يساعد على الإقناع بموضوعه والرسالة التي يحملها .

### الفيلم الوثائقي في السودان : (١)

بشكل عام صنفت الافلام الوثائقية الموجودة بمكتبة السودان عام ٢٠٠٤م لثلاثة أنواع يبدأ هذا التصنيف إستناداً على وظائف الفيلم التسجيلي وهي :

١- **الفيلم الوثائقي** : وهي المواد التي تتعلق بالقبائل والعادات والتقاليد والآثار والسياحة إلى الافلام التي لها إرتباط مباشر بالإنسان والبيئة .

٢- **الافلام الدعائية** : هي المواد التي ترتبط بإعلام الإنجازات لمؤسسات الدولة ونشاطاتها المختلفة ، كما تدخل فيه أيضاً الافلام التي تدعو لمناصرة أو معاداة فكرة ما أو تغيير إتجاه الرأي العام حول قضية معينة .

٣- **الافلام الترويجية** : وهي كل المواد تتعلق بالترويج الإقتصادي لمشاريع الاستعانة للشركات والمؤسسات لبداية عام ٢٠٠٤م بلغت نسبة الافلام الوثائقية المنتجة محلياً الموجودة في التلفزيون التي بلغ مجملها (١٨٣) فلما إنتجت الهيئة السودانية للأذاعة والتلفزيون قطاع التلفزيون منها (١٩) فيلماً مقابل (١٦٤) هي من إنتاج الشركات الإعلامية الخاصة وتحصل مركز أمواج للإنتاج الإعلامي على أعلى نسبة إنتاج حيث بلغ مجمل

---

(١) ابتهاج محمود جزيرة وآخرون ،إعداد الافلام التسجيلية بإدارات العلاقات العامة

(بحث بكلاوريوس غير منشور - جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا - كلية علوم الإتصال ٢٠١٠م) ، ص ٢٩

إنتاجها (٤٩) فيلماً تليها شركة أنهار للإنتاج الإعلامي والإنتاج التلفزيوني حيث إنتجت (٣٣) فيلماً ثم (٢٦) فيلم لصالح وكالة قناة الخرطوم الدولية .

إما الافلام المتبقية (٥٦) فيلماً اشترك في إنتاجها عدد من الشركات الإعلامية المختلفة . وتمثلت هذه الافلام فى مجملها بالتنوع فى تناول والإختلاف فى مستوى الإنتاج<sup>(١)</sup> وبلغ مجمل الافلام ذات الطابع الثقافي (١٢٨) مثل مقرن النيلين ، إما الافلام ذات الطابع الدعائي بلغت (٢٣) فيلماً منها (١) الصباح الجديد ١٨ دقيقة ، إما افلام الترويج فقد بلغت (٣٢) فيلماً على سبيل المثال (الصناعات الكيماوية) ١٣ دقيقة ولاية نهر النيل مواد لها بحدود ٢٤ دقيقة ثم تم إنتاجه فى شكل سلسلة من الحلقات تحتوي الواحدة منها ما بين (٣-١٧) حلقة حيث تم تنفيذها بفريق عمل واحد وبلغت مجملها (١٢) سلسلة تميزت جميعها بالجودة والتنوع منها سلسلة ولوم ٥ حلقات يوثق فيها مجريات الأحداث السياسية سلسلة عزه (١٠) حلقات ومنها الكلي (١٦٦) دقيقة ، الحلم المشروع (٣) حلقات وزمنها (٤٠) دقيقة والطائر الطواف (٩) حلقات وزمنها (٢٢٥) .

رشحت بعض هذه الافلام للمشاركة فى مهرجانات إقليمية ودولية حيث نال بعضها الجوائز الأولى والثانية والثالثة ومنه الافلام التالية : صائد التماسيح - مركب الشمس .

### السيناريو الأولي :

السيناريو هو النص أو خطة العمل المكتوبة لتنفيذها عبر فريق العمل وعليه يحدد الكاتب أو المعد سيناريو أولى مبدئى للتصوير ثم يعقبه بسيناريو نهائى بعد الإنتهاء من عملية التصوير وليس من الضروري أن يكون السيناريو الأولى مفصلاً ودقيقاً ولكن يجب أن تتضمن معلومات وأهم مواقع التصوير والشخصيات التي سيتم مقابلتها . أن مضمون الفيلم الوثائقي مصمم أساساً ليقدّم معلومات وافكار عميقة مرتبطة مع بعضها البعض وتحقق الإستمرارية والإنسجام بعيداً عن التشتت والتكرار ، كما يحتوي المضمون

---

(١) ابتهاج محمود جزيرة وآخرون ، إعداد الافلام التسجيلية بإدارات العلاقات العامة (بحث بكالوريوس غير منشور - جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا - كلية علوم الإتصال ٢٠١٠م) ، ص ٣١ .

على المعالجة وأهم المعالجات التي ستركز عليها ولعل (المعالجة الخلاقة للواقع) هي في تقاطع الفيلم الوثائقي ما بين مهنة الصحافة حيث ينقل الواقع ومع الفن من حيث كيفية تناولها لهذا الواقع ، إما المحاور المتوقع تناولها في الفيلم هي التي تعطى صورة أولية عن تمكن المعد من قدراته المعرفية وثراء الفكرة والإعداد الجيد لإنجازها وهي تستخلص من الأهداف والتي يسعى لتحقيقها الجمهور المستهدف الذي سيخاطبه الفيلم والمدة الزمنية أو طول الفيلم ، كما تجدر الإشارة إلى أن الساعة تتراوح ما بين ٥٢ - ٥٦ دقيقة والنصف ساعة ما بين ٣٢ - ٢٨ دقيقة إما عنوان الفيلم فهو عبارة عن تسمية الفيلم أو النص بكلمة أو جملة أو بشبه جملة (١) .

### السيناريو النهائي :

لكاتب السيناريو أن يستعرض قدراته وموهبته لترتيب اللقطات والمشاهد المتنوعة بطريقة تجعلها تعبر عن معان ودلالات معينة وتحدث تأثيراً وجدانياً وعاطفياً خاصاً وبمعني آخر يجعلها تحكي قصة وتقول فكرة ما . ومن ثم كان من الضروري أن يلم السيناريست بقواعد عمل التصوير ليحدد ما هو مطلوب من المشاهد واللقطات التي يجري تصويرها أثناء الإنتاج أو ليتم تركيبها وتولييفها لاحقاً محققه المعاني والدلالات المرجوة وعليه ينبغي الإلمام بالإعتبارات والقواعد التالية :

- ١- الإلمام بأنواع اللقطات ووظائفها ومستويات الالتقاط لها .
- ٢- الإلمام بقواعد الانتقال من لقطة إلى أخرى .
- ٣- عند تصميم المشهد يجب أن يترك السيناريست للصورة تحكي قصة الفيلم قبل ما إستطاع ذلك .
- ٤- يفضل أن يبدأ المشهد وينتهي بلقطة واسعة ، كما لابد من تسجيل التفاصيل بقطات مقربة .

---

(١) ايمان مصطفي العطا وآخرون، دور العلاقات العامة في التوثيق لأنشطة المؤسسة(بحث بكلاريوس غير منشور - جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا - كلية علوم الإتصال ٢٠١١م) . ص ٣٤



٥- تزداد درجة المشاركة العاطفية بزيادة نسبة لقطات رد الفعل كلما تتابعت المشاهد والعناية والعناية بتصميم وتنفيذ لقطات الفيلم مما تؤدي إلى ضبط وقت المونتاج لاحقاً .  
كتابة التعليق .

التعليق الصوتي بإعتباره المادة التي تصاحب الصورة في الفيلم يؤدي عدد من الوظائف في هذا في الصدد مثل : (١)

- ١- عرض الفكرة الرئيسية للفيلم وتوضيح هدفه .
- ٢- تأكيد الصورة وتعميق مضمونها وزيادة تأثيرها وتوضيح معناها ومغزاها .
- ٣- الكشف عن المكان الذي تجري فيه الأحداث ومشاهد الفيلم .
- ٤- الكشف عن الزمن الذي تجري فيه الأحداث والوقائع .
- ٥- الربط بين فقرات ومشاهد الفيلم .

وحتى تتحقق هذه الوظائف لابد لعملية كتابة نص الفيلم الوثائقي أن تجري وفقاً للقواعد والمبادئ العامة للتحليل الأداعي التي تتحكم في عمل الكتابة وأهمها :

(١) الوضوح ، البساطة ، السهولة ، الصدق ، الدقة والحياد وإستخدام الإيماءة والدلالة الصورية أو اللفظية ما أمكن ذلك .

(٢) يحتوي النص على كلمات بسيطة سهلة النطق ويأنسب الإلفاظ للتعبير عن الفكرة ويأبجأز وإتجاه مباشر نحو الهدف ، كما لابد لجذب المشاهد من حيوية المشهد والكلمة .

(٣) التركيز على الجملة سليمة التراكيب ، واضحة المعاني مألوفة لدي عامة الناس ولا تحمل أكثر من معني لا ما يقصده ويريده الكاتب .

(٤) نظراً للفوروية في نقل الرسالة فإن المتلقي أو المشاهد لا تتاح له فرصة إعادة المادة فمن الضروري أن يعي الكاتب الفروق الجوهرية بين العمل التلفزيوني والصحفي المقروء .

(٥) التنوع في الجمل طولاً وقصراً ، وتجنب التراكيب المعقدة والجمل الأعتراضية أو الصيغ المبنية للمجهول لتجعل الكلام أكثر جاذبية وتشويقاً للمتقلى ، والنص الجيد هو الذي يحوى

---

(١) ايمان مصطفى العطا وآخرون، دور العلاقات العامة في التوثيق لأنشطه المؤسسة(بحث بكلاريوس غير منشور - جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا - كلية علوم الإتصال (٢٠١١م) ، ص ٣٦ .

فكرة واضحة تحتوي على قدر كبير من المنطق والتوازن السيكلوجي والعاطفي المناسب للجمهور المستهدف .

٦) مراعاة أن اللغة المكتوبة للإستماع وليس للقراءة حيث تصل إلى الناس دون مشقة ، وتنتم بموضوعية بعيدة عن ذاتية الكاتب أو المتحدث .

٧) الكتابة الجيدة هي التي تبتعد عن الحشو اللفظي وأسماء الموصول والنثر المنتمق بالمحسنات البيانية أو الأكتار من السجع أو إستخدام العبارات المستهلكة .

٨) تنتم الكتابة للوسيلة (السمع بصرية) بإستخدام ما يطلق عليه (المنشطات المثيرة) في فترة الإنتقال لجذب المستمع واثارته كالفواصل الموسيقية دونما مبالغة لعرض الواقع أو

بأصوات مؤثرات طبيعية مختلفة كاملة أو مصاحبة كخلفية أثناء قراءة النص .  
Background .

٩) عند إستخدام الأرقام يفضل الاقلال من إستخدام الأرقام إلا للضرورة حتي لا تشتت متابعة ذهن المشاهد .

ولكي تتأتي فعالية كتابة التعليق للفيلم الوثائقي وتحقق أهدافها فإن هنالك بعض الخصائص والأسس التي يجب مراعاتها أو يتضمنها نص الفيلم الجيد والتي توصل إليها الخبراء في المجال ، يكتب التعليق غالباً بعد المشاهدة وإكمال عملية التصوير . وهي على النحو التالي (١) :

١. إذا كانت الصورة والمشاهد مكتملة ومعبرة عن المعني المطلوب فإنها في هذه الحالة لا تحتاج لأي تعليق صوتي ، ويمكن الأكتفاء في هذه الحالة بإستخدام المؤثرات الصوتية الصوتية والموسيقية والتي يمكن أن تساعد المشاهد على المزيد من التركيز والتفاعل مع المادة التي يشاهدها .

---

(١) ايمان مصطفي العطا وآخرون، دور العلاقات العامة في التوثيق لأنشطة المؤسسة(بحث بكلاريوس غير منشور – جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا – كلية علوم الإتصال ٢٠١١م) . ، ص ٢٧

٢. يتطابق التعليق مع مضمون الصورة ، ولا يقصد بالتطابق هنا تكرار المعني أو إعادة ما تقوله الصورة بكلمات منطوقة بل المقصود التوافق بين ما يعرض من صور وما يقال من كلمات بحيث يكملان كل منهما الآخر .

٣. يتزامن ويتلائم التعليق مع الصور في الإيقاع والسرعة فنتفاعل أحداث الفيلم وتتسجم أكثر .

٤. تجنب الاطناب إذ المفروض أن الفيلم شئ تراه العين أساساً والمشاهد لا يعبر إهتمامه كاملاً للتعليق الصوتي ، وحدد بأن لا يتجاوز زمن التعليق ثلثي طول الفيلم .

٥. يفضل إستخدام الزمن الحاضر (الفعل المضارع) في الصياغة بوجه عام فهو أكثر حيوية من الزمن الماضي كما يسرد التعليق بأسلوب غير مباشر وهو أقرب لرواية حكاية واقعية .

٦. ضرورة ترك مساحات زمنية صامتة على الفيلم بدون تعليق وذلك لترويج المشاهد بل وتساعده على المزيد من التركيز والإستيعاب ، كما يمكن ملء هذه الفجوات بالمؤثرات الصوتية المختلفة .

٧. يمكن إستخدام الحوار إلى جانب التعليق في بعض مشاهد الفيلم ومواقفه مما تضيف المزيد من الواقعية ولكن من الأفضل أن تعتمد القصة أحاديث لأشخاص محددین مما تجعل المشاهد يتعاش معهم بدلاً من تشتيته بعدد أكبر من المتحدثين .

٨. يظل التعليق بمثابة إستكمال الانطباع الذي تحدثه الصورة وسد الثغرات بالشرح والتوضيح وتقديم المعلومات والمعاني وذلك عبر الإلتزام بقواعد التحرير الإذاعي مثل :  
المباشرة والبساطة والسهولة... الخ .

**شكل كتابة النص (١) :**

لا يوجد هنالك طريقة خاصة وموحدة لكيفية كتابة النص للفيلم الوثائقي ، وكما هو الحال في كتابة النصوص للفنون المرئية عامة . ويجري تقسيم الصفحة إلى قسمين حيث

---

(١) ايمان مصطفي العطا وآخرون، دور العلاقات العامة في التوثيق لأنشطة المؤسسة(بحث بكلاريوس غير منشور – جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا – كلية علوم الإتصال ٢٠١١م) . ص ٣٨

يخصص الجزء الأيمن من الصفحة فى اللغة العربية لكل ما يتعلق بالمادة المصورة ، بينما الجزء الأيسر من الصفحة يخص للمادة المسموعة المصاحبة للمشهد ، سواء كان حواراً أو تعليقاً أو موسيقى أو مؤثرات صوتية .

## الفصل الثالث

### مصرف الإدخار والتنمية الإجتماعية

المبحث الأول : نشأة وتطور مصرف الإدخار

المبحث الثاني :العلاقات العامة داخل المصرف

المبحث الثالث : التمويل الأصغر

## الفصل الثالث

المبحث الأول : نشأة وتطور المصرف والعلاقات العامة داخل المصرف

خلفية عن المصرف :

أنشئ مصرف الإدخار والتنمية الإجتماعية بموجب قانون خاص في العام ١٩٩٦م بهدف توفير التمويل اللازم لكل القطاعات الإنتاجية الصغيرة لتخفيف وطأة الفقر وحفز مساهمة هذه القطاعات في دعم الإقتصاد الكلي ، إمتداداً لمسيرة بنك الإدخار السوداني (١٩٤٧ - ١٩٩٥م) .

يمارس المصرف كافة الأعمال المصرفية عبر شبكة قوامها إثنان وثلاثون فرعاً وخمسة مكاتب صرف في ولايات السودان ، وينفذ كافة أعماله وفقاً لأحكام الشريعة الإسلامية<sup>(١)</sup>.  
أهداف المصرف :

وفق ماجاء في الفصل الثاني من قانون المصرف الفقرة (٥) يهدف للمصرف إلى تنمية الوعي الإدخاري وتشجيعه لدى المواطنين وتجميع المدخرات وإستثمارها في مجالات التنمية الإقتصادية والإجتماعية ، ومباشرة أعماله وفقاً لأحكام وقواعد الشريعة الإسلامية وهدايا وأحكام تنظيم العمل المصرفي .

مع مراعاة الطبيعة الخاصة وعدم الإخلال بعموم ما تقدم تكون للمصرف الأهداف التالية:  
(أ) تخطيط سياسة المصرف الإدخارية ووضع قواعد الإشراف عليها والتنسيق مع الجهات المختصة لتنفيذها في إطار السياسة العامة للدولة .

(ب) توجيه موارده نحو النشاط الإقتصادي لخدمة التنمية الإقتصادية والإجتماعية الشاملة  
(ج) تقديم التمويل اللازم لمختلف القطاعات وعلى وجه الخصوص المشروعات الخاصة للفقراء وصغار المنتجين والحرفيين والمهنيين والمهندسيين والأسر المنتجة وذوي الدخل

---

(١) مقابلة مع عصام عبد الرحمن ، إدارة الإعلام ، يوم الثلاثاء ، الساعة ٩:٠٠ صباحاً

المحدودة ومستحقي الزكاة والطلاب والمرأة والمنظمات والهيئات وأصحاب العمل مع مراعاة الضمانات الملائمة لظروفهم .

(د) تمويل البحوث ودراسات الجدوي الإقتصادية والإجتماعية فى مجال المشاريع الإستثمارية للقطاعات المذكورة فى الفقرة (ج) .

(هـ) القيام عموماً بجميع الأعمال المصرفية والمعاملات المالية والتجارية والإستثمارية والمساهمة فى مشروعات التنمية الصناعية والزراعية والعمرانية ومشروعات التنمية الإقتصادية والإجتماعية الأخرى داخل السودان وخارجه .

### نشأة بنوك الإدخار فى العالم :

لايوجد تحديد قاطع لميلاد أول بنك إدخار فى العالم لكن يركز المؤرخون على تجربة القس هنري ١٨١٠م بقرية روشل بإسكتلندا والتي أسس فيها صندوقاً لدعم الفقراء الذين تأثروا بفشل المحاصيل الزراعية وسرعان ما إنتقلت الفكرة لتشمل أوروبا شرقاً وغرباً ومن ثم إلى بقية دول العالم .

وتطورت هذه الصناديق إلى أن صارت بنوكاً للإدخار وظل كل منهما يعمل فى بلده بنفس المنهج الذي يركز على رعاية الفقراء والأيتام .

وأتفق القائمون على أمر تلك البنوك على عقد إجتماع بمشاركة كل بنوك الإدخار فى أوروبا يعقد فى إيطاليا فى الأسبوع الأخير من شهر أكتوبر ١٩٢٤م وإختتم الإجتماع أعماله فى الحادي والثلاثون فى ذات الشهر وأمن المشاركون فى الإجتماع على أن يكون يوم ٣١/ أكتوبر من كل عام هو يوم الإدخار العلمى ، كما أن هذا اليوم شهد أيضاً ميلاد منظمة ترعى مصالح هذه البنوك وترمى إلى التعاون فيما بينها .

إما فيما يتعلق ببنك الإدخار فى إفريقيا فهناك تباين فى النشأة ومن حيث ممارسة الإدخار فمنها ما نشأ عن طريق صناديق البريد أو نوافذ الإدخار بالمصارف التجارية كأقسام من ضمن أقسام العمل بالبنوك التجارية . ولم يتم إنشاء بنك للإدخار فى إفريقيا بهذا المسمى إلا فى السودان .

## نشأة بنك الإدخار السوداني :

إقتضت الضرورة في مطلع السبعينيات من القرن العشرين دراسة الأوعية الإدخارية بالسودان لمعرفة مدى مواكبتها لخطة التنمية بالبلاد في ذلك الوقت ، إذ إن المدخرات ركيزة أساسية من ركائز التنمية الاقتصادية ولا بد ان تمثل المدخرات الوطنية نسبة مقدره من ميزانيات التنمية دون الإعتماد الكلي على القروض الأجنبية وبناءً على ذلك فلقد تكونت لجنة إقتصادية عليا من بنك السودان لإجراء تلك الدراسة وعمل المسوحات الميدانية لكافة أنحاء السودان وخلصت تلك الدراسة إلى أن الأوعية الإدخارية الحالية لا تفي بالغرض وأن حجم المدخرات المكتتزه والذي لا يجد طريقة إلى دائرة التعامل المصرفي أضعاف مضاعفة لمدخرات البنوك وصندوق التوفير بالبريد وأوصت اللجنة بضرورة قيام كيان متخصص يعني بالمدخرات والمدخرين . تجدر الإشارة أن هناك لجنة فنية إيطالية كانت تقوم بنفس البحث وقد تزامن عملها مع عمل اللجنة السودانية وتطابقت التوصية أيضاً بقيام بنك الإدخار وبناء على تلك الدراسات والتوجيهات صدر قانون بنك الإدخار السوداني وتعديلاته اللاحقة في العام ١٩٧٣م وقد تم إنشاء البنك وافتتح رسمياً في ١٣/١٠/١٩٧٤م وهو مصادفاً ليوم الإدخار العالمي بمدينة ود مدنى عاصمة مديرية الجزيرة برأسمال ٥٠٠,٠٠٠ جنيه والمدفوع ٢٥٠,٠٠٠ جنيه .

### دواعى إختيار ومدنى كمقر لقيام البنك :

تم إختيار مديرية الجزيرة لتكون مقراً لرئاسة أول بنك خارج العاصمة الخرطوم للآتي :

- (١) الموقع الجغرافي الذى يسهل الإنتقال منه إلى المناطق الاخرى حال التجربة .
- (٢) تباين السكان فى المديرية وكثافة العدد .
- (٣) تباين القطاعات الإقتصادية .
- (٤) القرب من العاصمة الخرطوم .
- (٥) ارتفاع نسبة الوعي بين السكان لانتشار التعليم .



مما لا شك فيه ان العوامل التي ذكرت كان لها الدور الفعال فى نجاح التجربة مما ساعد فى نقلها إلى المديریات الأخرى بالسودان ، وما زال الإنتشار مستمراً بأهداف مختلفة عن أهداف المصارف التجارية والتي نجلها فى الآتي :

- ١- خلق ونشر وتنمية الوعي الإدخاري بين المواطنين .
- ٢- الوصول بالخدمات المصرفية للمواطنين فى اماكن التجمع السكاني والعملية .
- ٣- تجميع المدخرات الكبيرة والصغيرة وتوظيفها فى نفس المنطقة .
- ٤- ترسيخ الإعتماد على الذات .
- ٥- إرساء قواعد الحكم المحلي .

وهى أهداف لا شك تختلف عن تلك التي تقوم بها البنوك التجارية شكلاً ومضموناً وبما أن الأهداف التي نادى بها بنك الإدخار السوداني منذ فجر عمله الأول تختلف عن تلك التي بالمصارف التجارية فلا بد ان تختلف الوسائل وتستتبط وسائل جديدة لتحقيق تلك المرامي السامية ومنها :

١. إبتكار المصرف المتحرك الذى يقدم الخدمة البنكية للمواطنين فى مكان الجميع وهي تحت مسمى الوحدات المتنقلة وهي وسيلة إستكشافية بالمنطقة التي تعمل بها تمهيداً لفتح فرع البنك بها .
٢. تقديم الخدمة المصرفية بالفروع للمواطنين بالمساء أى من الساعة الخامسة إلى السابعة مساءً ليتمكن الذين لا يسمح لها الزمن نهائياً من الوصول إلى المصرف .
٣. إستخدام نظام الحسابات حتى يتسنى للمواطن ممارسة الإدخار بالمنزل .
٤. إصدار طوابع الإدخار بالمدارس لتنمية السلوك الإدخاري لدى الأطفال والتلاميذ منذ الصغر .
- ٥ . إصدار شهادات الإدخار ذات القيمة فى المناسبات الإجتماعية السعيدة للمواطنين بديلاً للعملة النقدية .
٦. تقديم خدمة الخزينة الليلية لحفظ النقود خارج ساعات العمل الرسمية .

٧. إنشاء جمعيات الإدخار بين الأسر والعمال وهي فكرة تطوير (الصناديق) في مواقع العمل والمناطق السكنية .

وكان بنك الإدخار السوداني رائداً في وضع هذه الأهداف وإبتكار الوسائل التي إتبعها لتحقيق تلك الأهداف ولم تسبقه عليها البنوك القائمة في ذلك الوقت لذلك تعتبر كلها ميمه يتفرد بها دون البنوك التجارية وأدت إلى تفرد ونجاحه الكبير وخلق علاقة وطيدة بقيامه لمشاريع مؤثرة في التجمعات المالية وقد كان للبنك عدد من المساهمات في هذا الإطار منها :

- المساهمة مع حكومة الجزيرة في تأسيس شركة مواصلات الجزيرة بغرض تخريض القطاع الخاص على ولوج مجال النقل في سبعينيات القرن الماضي عام ١٩٧٦م .

- المساهمة في تأسيس مخابز الجزيرة الآلية في عام ١٩٨٣م مع حكومة الجزيرة بغرض توفير الخبز نوعاً وكماً لمواطن المنطقة .

- المساهمة في تأسيس شركة مطاحن غلال رفاة للمساهمة في نهضة منطقة شرق الجزيرة .

- المساهمة في شركة التنمية الشعبية للإنتاج الحيواني بغرض توفير الغذاء لمواطن المنطقة من اللحوم البيضاء .

- المساهمة في شركة جنوب الجزيرة للبلح والمياه الغازية لتخريض مواطن جنوب الجزيرة في المساهمة في التنمية المحلية .

بالإضافة للخدمات المصرفية التي أتاحتها البنك لكافة المواطنين فقد قام بتمويل مشاريع لها أثر كبير على المواطنين بمناطق مختلفة ومثال لذلك :

١- تحديث عربات التاكسي لمدني .

٢- إنشاء جمعية لسائقي اللواري السفرية بالجزيرة بغرض المساهمة في نقل مواد الإنتاج من الميناء ونقل المنتج إلى الميناء .

٣- توفير الجرارات والحاصدات بمشروع الجزيرة والمناقل .

٤- توفير الجرارات والحاصدات بمشروع الرهد الزراعي .

٥- توفير الجرارات والحاصدات بمناطق الزراعة الآلية بالنيل الأزرق والقضارف والنيل الأبيض .

٦- توفير مواد الإنتاج للحرفيين بالجزيرة .

إلا أن تقديم التمويل اللازم لتوفير سلعة السكر والمواد البترولية لحكومة الإقليم الأوسط له الأثر المباشر على كل مواطني الإقليم فى ذلك الوقت .

### العون الفني الإيطالي :

لم يقتصر دور دولة إيطاليا في تأسيس بنك الإدخار السوداني على الدراسة الأولية فقط

بل كان لها عوناً فنياً إستمر لأكثر من ١٥ عام .

وأهم هذا العون هو تأهيل الكادر البشري أكاديمياً لدى معهد الدراسات المصرفية بميلانو

لنيل الدبلوم العالي والوسيط . بالإضافة إلى العربات والماكينات الحاسبة ووسائل الدعاية

والإعلان . وهي مساهمات أدت إلى تأهيل الكادر الذي حمل راية البنك حتى صار على ما

هو عليه .

## المبحث الثاني :

### العلاقات العامة في مصرف الإدخار والتنمية الإجتماعية (١):

العلاقات العامة في مصرف الإدخار والتنمية الإجتماعية مرت بعدة مراحل منذ إنشائها بالمصرف وهذه المراحل التي مرت بها تتمثل في مجموعة من العناصر التالية

بداياتها أي العلاقات العامة كانت هي جزء من العديد من الأقسام الموجودة داخل المصرف فهي تمثل حلقة ربط بين جميع الأقسام الأمر الذي جعل إدارة المصرف في أن تخصص لهل قسم خاص بالوظيفة' ومن الأقسام التي كانت تمتزج بها العلاقات العامة داخل المصرف علي سبيل المثال لا الحصر قسم البحوث والتخطيط وكذلك قسم التسويق وقسم الإعلام ثم في فترة من الفترات تم ضم قسم العلاقات العامة الي إدارة الإعلام كمسما لوظيفة واحدة في مصرف الإدخار والتنمية الإجتماعية ومنذ تلك الفترة ظل الحال كما هو عليه حتي زمن قريب' ولكن الأمر الذي جعل ارتباط الإعلام بالعلاقات العامة هو ان العمل كان يميل الي الإعلام اكثر من إجرا الحوارات مع اصحاب القرار في مصرف الإدخار والتنمية الإجتماعية والي جانب العملاء وغيرهم

العلاقات العامة في السنوات السابقة طغي عليها الفهم الخاطي الذي يراه غالبية الافراد أن مهمة او وظيفة العلاقات العامة هي حجز للتزاور وترتيب الزيارات وتنظيم المؤتمرات وإقامة الحفلات وغيرها' وهذا ما اكدته العلاقات العامة في مصرف الإدخار والتنمية الإجتماعية سابقا

### مهام العلاقات العامة في مصرف الإدخار والتنمية الإجتماعية (٢):

كانت للعلاقات العامة مجموعة من الوظائف داخل مصرف الإدخار والتنمية الإجتماعية وهذه الوظائف تتلخص في النقاط التالية :-

(١) مقابلة مع عوض ابكر إسماعيل ، إدارة البحوث والتخطيط ، يوم الاربعاء، الساعة ٣٠ : ٩ ص

(٢) مقابلة مع عصام عبد الرحمن ، إدارة الإعلام ، و سيف النصر ، مدير العلاقات العامة ، يوم الثلاثاء الساعة ١٠:٠٠ صباحاً .

١: الحصول علي المعلومات حيث كانت إدارة العلاقات العامة تسعى في الحصول علي كل المعلومات التي تساعد في عملية التخطيط البرامجي والأنشطة التي تقدمها سواء لجمهورها الداخلي او الخارجي

٢: تساعد الإدارة في عملية تقييم الأداء بالنسبة للعمل فكانت هي التي تقيس الأعمال المنجزه وتضع لها نسبة مئوية تمدها إلي الإدارة العليا .

٣: المشاركة الفعالة في المعارض والتي تعكس دور المصرف في كافة المجالات خصوصا في البرامج الهادفة والتي تتعلق ببرامج المسؤولية الإجتماعية وكذلك الترتيب لبرامج اليوم العالمي لبنك الإدخار والتنمية الإجتماعية

٤: للعلاقات العامة مساهمات في الكثير من الجوانب والأنشطة الترفيهية وذلك من خلال اليوم الترفيهي لأسر الموظفين داخل البنك من أجل ربط الأسر وتعزيز القيم الإجتماعية

٥: تساعد العلاقات العامة في عملية التسويق في كل الأنشطة التي يقوم بها المصرف فهي التي تقوم بالدراسات المجتمعية والتي علي اساسها تتم عملية التسويق من قبل إدارة العلاقات العامة بالمصرف

٦: للعلاقات العامة دور كبير في الإرشاد والتوجيه الذي تقوم به داخل وخارج المصرف عن طريق البوستر ولوحة الإعلانات 'الكتيبات' النشرات 'الهدايه السنوية التي تقدمها للجمهور

٧: الزيارات التي كانت تقوم بها إدارة العلاقات العامة للعملاء علي إختلاف أماكنهم الجغرافية 'فهي تعمل بذلك علي خلق جو لطيف معهم يدفعهم نحو الولاء للمصرف

واخيرا تم وضع العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي داخل بنك الإدخار والتنمية الإجتماعية

مع قسم التسويق فصار قسم التسويق والعلاقات العامة كمسمي واحد لوظيفة العلاقات العامة

## المبحث الثالث :

### التمويل الأصغر :

يعتبر التمويل الأصغر أداة تمويلية إيجابية وقوية للتخفيف من آثار الفقر ومن ثم رفع المستوى المعيشي وإيجاد الفرص الوظيفية بصورة أوسع وتعزيز النمو الإقتصادي لشريحة كبيرة من المواطنين الفقراء القادرين على التمويل والإنتاج ولكن تنقصهم فرصة إتاحة التمويل المصرفي .

نحن في السودان في حاجة ماسه لتطوير وتنمية قطاع التمويل الأصغر وذلك لإستغلال الطاقات والقدرات الكامنة والواعدة في هذا القطاع .

فالتمويل الأصغر هو أحد أهم الأدوات في العصر الحالي لتخفيف حدة الفقر والحد من شر البطالة .

التمويل الأصغر إذا فعل بصورة مثلي في المصارف والمؤسسات المانحة لهذا التمويل فإنه يساعد كثيراً في تحقيق حد الكفاية الذي نادى به المبادئ الأساسية للإقتصاد الإسلامي . فحد الكفاية هو الحد الفاصل ما بين الغني والفقير والذي يوفر للمواطن في الدولة المأكل والشرب والملبس والسكن والداية أى الحاجات الأساسية التي تجعل المواطن عائشاً في بلده بصورة مريحة وسعادة تامة .

### ماذا نعني بالتمويل الأصغر ؟

يقصد به كل تسهيل مالى ممنوح للفقير النشط إقتصادياً وإجتماعياً أو لمجموعة من الفقراء النشطين إقتصادياً وإجتماعياً بحيث لا تتجاوز مبلغ التمويل حالياً (٢٠٠٠٠) جنيه سوداني للفرد ، وذلك حسب ما يقرر البنك المركزي من وقت لآخر أى المبلغ قابل للتعديل حسب متطلبات الأحوال . وذلك لمساعدة هؤلاء في أى من الآتي (١) :

(١) إنشاء أو بناء أو إصلاح سكن خاص بهم أو تزويدهم بالخدمات الضرورية مثل الكهرباء والماء الصالح للشرب .

---

(١) كتيب بنك السودان المركزي عن ندرة التمويل الأصغر (الفرص والتحديات) ص ٩ .

(٢) القيام بأى نشاط إقتصادي لتوليد الدخل أو توفير فرص العمل .  
هنالك عدة تعريفات وردت في هذا الشأن من بعض المهتمين بموضوع التمويل الأصغر  
وهي :

**عرف التمويل الأصغر :** بأنه تقديم التمويل للأسر الفقيرة محدودة الدخل الشخصي والنشطة  
إقتصادياً واجتماعياً .

ورد تعريف آخر للتمويل الأصغر بأنه : تمويل مالي ممنوح للفقير النشط إقتصادياً  
لتطوير أعماله . فالتمويل المعني والممنوح لهذه الشرائح المعنية من المجتمع هو تمويل  
مسترد وليس ممنوحاً في صورة صدقة أو هبة أو تطوع ولذلك وضعت له شروط وضوابط  
خاصة بالتمويل الممنوح والضمانات المطلوبة وحجم التمويل المناسب للممول المعني  
وتحديد المدة وكيفية السداد (١) .

**تعريف التمويل الأصغر :**

يقصد به التمويل الذي يزيد على مبلغ التمويل المحدد للتمويل الأصغر بقليل أى يتجاوز  
(٢٠٠٠) جنيه حسب قرار بنك السودان المركزي (٢) .

**تعريف التمويل متناهي الصغر :**

يقصد به التمويل الذي عن (٢٠٠٠) جنيه حسب ما يقرره بنك السودان المركزي من وقت  
لآخر (٣) .

**عمل التمويل الأصغر :**

هو الفقير النشط إقتصادياً الذي لا يملك أصولاً أو يملك دخلاً شهرياً لا يزيد عن ضعف  
متوسط الدخل الشهري للأفراد في السودان أو إجمالي أصول لا تزيد عن ضعف قيمة الحد  
الأدنى للإجور محسوباً بنسبة أو ثلاثة أضعاف نصاب الزكاة أو إجمالي أصول منتجة لا

(١) سراج الدين عثمان مصطفى ، التمويل الأصغر وكيفية تفعيله في المصارف الإسلامية ، إصدار رقم (٣) ص ١١ .

(٢) المرجع نفسه ، ص ١٢ .

(٣) المرجع نفسه ، ص ١٣ .

تزيد عن قيمة (٢٠٠٠٠) جنيه سوداني ، وان لا يقل عمره عن ١٨ عاماً ولا يزيد عن ٧٠ عاماً . وفقاً لما يحدده بنك السودان المركزي (١) .

### الفئات المستهدفة :

هي عملاء التمويل الأصغر من كل قطاعات المجتمع في الريف والحضر والمتمثلة في صغار المنتجين - الحرفيين - صغار المهنيين (الخريجين) المعاشيين - موظفين وعمال ، ومحدودي الدخل (٢) .

### سياسات التمويل الأصغر الصادرة من بنك السودان المركزي :

تضمنت السياسات الصادرة من البنك المركزي إتجاه عملاء التمويل الأصغر في الآتي :  
قبل وضع الأهداف العامة لهذا الموضوع إعد بنك السودان المركزي إستراتيجية لتنمية قطاع التمويل الأصغر لمدة ٥ أعوام قادمة (٢٠١٢ - ٢٠١٦م) ، كما إنشأ وحدة التمويل الأصغر في عام ٢٠٠٧م وهي وحدة متكاملة للإشراف وسن التشريعات ورسم السياسات وتطوير الصيرفة الإجتماعية والتنمية في مجال التمويل الأصغر وهذه الوحدة هي الذراع المنفذ لإستراتيجية بنك السودان المركزي ، كما ألزم بنك السودان المركزي كل المصارف العاملة بتحديد ١٢% من المحافظ التمويلية لتمويل قطاع التمويل الأصغر ، وتم توجيه تسعة مصارف للإهتمام بالتمويل الأصغر لتعمل بجانب مصرفي الإدخار والتنمية الإجتماعية وبنك الأسرة اللذان يعملان بكامل قوتهما في مجال التمويل الأصغر والـ ١٢% المخصصة لهذا الغرض إجبارية وأيضاً تم إنشاء محفظة الأمان بين المصارف وديوان الزكاة وتم تقديم دعماً مالياً مقدراً لهذا الغرض وبالتالي أصبح المبلغ المتاح لقطاع التمويل الأصغر أكثر من ثلاثة مليار جنيه سوداني (٣) .

(١) سراج الدين عثمان مصطفى ، مرجع سابق ، ص ١٤ .

(٢) المرجع نفسه ، ص ١٥ .

(٣) المرجع نفسه ، ص ١٦ .



## الأهداف العامة لسياسات التمويل الأصغر :

من الأهداف العامة لسياسات التمويل الأصغر مايلي :

- ١- التخفيف من حدة الفقر وتقليل التعاون بين الطبقات بغرض دفع عجلة النمو الإقتصادي
  - ٢- إستيعاب الخريجين والشباب فى مشروعات جماعية تنموية وفق تخصصاتهم للمساهمة في توفير فرص العمل وحل مشكلة البطالة .
  - ٣- تيسير وصول خدمات التمويل الأصغر إلى الشرائح الضعيفة غير القادرة علي الوصول إلى الخدمات المالية الرسمية للمساهمة في التنمية .
  - ٤- ترقية الخدمات المقدمة بواسطة مؤسسات التمويل الأصغر للمشروعات الصغرى والكبرى (ذات الدخل المحدود) .
  - ٥- الإرتفاع بمستوي الإدخار والإستثمار من خلال تعبئة رؤوس الأموال من الأفراد والجمعيات والهيئات غير الحكومية .
  - ٦- تشجيع روح التكافل الجماعي بإنشاء جمعيات تعاونية أو أى من منظمات المجتمع المدني الخاص بصغار المنتجين .
  - ٧- نشر ثقافة الصيرفة التي تعزز قدرات التمويل الأصغر ومنتاهي الصغر والتمويل المصرفي ذو البعد الإجتماعي .
  - ٨- التحول نحو الريف وإبتكار مشروعات تلائم البيئات الريفية .
  - ٩- البناء المستدام لمؤسسات التمويل الأصغر من مؤسسات تمويل اصغر ومصارف متخصصة ووسائط .
- مميزات التمويل الأصغر :**

- ١/ أداة فعالة لتخفيف حدة الفقر بين المجتمعات المستهدفة وتحسين ظروفها .
- ٢/ إستحداث تنمية مستدامة وشاملة إقتصادية وإجتماعية .
- ٣/ تقليل المخاطر إذا تمت متابعتها بشكل جيد .
- ٤/ تشجيع روح المبادرة .

٥/ قطاع مهم لتوفير فرص العمل ويقلل من البطالة والهجرة من الريف إلى المدن .

٦/ مصدر هام لتوفير السلع والخدمات الوسيطة .

### شروط منح التمويل :

(١) أن يكون الممول نشطاً إقتصادياً واجتماعياً .

(٢) أن يكون حجم مبلغ التمويل فى حدود (٢٠٠٠) ج أو حسب ما يقرره بنك السودان المركزي من وقت لآخر .

(٣) ان يسقدم الضمان المناسب للتمويل الممنوح .

(٤) أن تحدد كيفية السداد ومدة التمويل .

(٥) أخرى أن وجدت .

### المستندات المطلوبه لمنح التمويل:(١)

١. صورته من الجنسية

٢. صورة من إثبات الهوية

٣. شهادة سكن

٤. طلب بخط اليد

٥. فاتورة مبدئية

٦. دراسة جدوي مبدئية

٧. عدد واحد صورة فوتوغرافية حديثة

٨. تصديق سلطات

### الصيغ المثلي لتمويل عملاء التمويل الأصغر :

١- صيغة بيع المرابحة وبيع المرابحة للأمر بالشراء .

٢- صيغة المشاركة والمشاركة المتناقصة والمنتهية بالتملك .

٣- عقد الاستصناع .

---

(١) مقابلة مع إبراهيم أحمد مدير الفرع النموذجي الاربعاء الساعة ١٢:٠٠

- ٤- عقد المقاوله .
- ٥- عقد الإجاره المنتهيه بالتمليك .
- ٦- عقد الضاربه المقيدة .
- ٧- عقد المزارعه .
- ٨- الغرض الحسن لمن يستحقه .
- ٩- أخرى إذا لزم الأمر (١) .

#### الضمانات المناسبه لعملاء التمويل :

تشير التجربة إلى أن الضمانات التي تؤثر سلباً علي تدفق التمويل الأصغر وذلك نسبة لعدم توفر الضمانات التقليديه لدى كثير من المستهدفين بهذا التمويل ، مما أدى للتفكير والبحث عن إيجاد ضمانات أخرى بديله عن الضمانات التقليديه ومن الضمانات البديله المعتمده من بنك السودان المركزي بموجب منشوره رقم (٢٠٠٨/٥م) بتاريخ ١٠/٣/٢٠٠٨م إستحدث فيه الضمانات غير التقليديه المصاحبه للتمويل الأصغر والتي شملت :

- ١- ضمان المجموعه كالجميعات والإتحادات وهي التي تحمل مسئوليه سداد التمويل .
- ٢- ضمان حجز المدخرات للأفراد أو المجموعات لمجموعه مكونه من ١٥ - ٢٠ عضواً
- ٣- ضمان رهن الممتلكات المنقوله لتمويل الافراد والمجموعات عن طريق وثيقه الملكيه
- ٤- ضمان الرهن للممتلكات القيمه لتمويل الأفراد من قبل المصارف أو المؤسسات .
- ٥- من الضمانات المعتمده من المصارف لمقابله التمويل الممنوح لعملاء التمويل الإصغر مايلي :

١. الرهن (عدا منازل الأسر) التي يسكنون فيها .
٢. المرتب أو المعاش .
٣. المقتنيات القيمه .
٤. الودائع .

(١) سراج الدين عثمان مصطفى ، مرجع سابق ، ص ١٦ - ١٧ .

٥. الضمانة الشخصية بموجب عقد ضمان موثق ومن طرف ثالث .
٦. ضمان شيكات آجله .
٧. إقرار الثقة .
٨. ضمانة العمد والشيوخ .

### المشاكل والمعوقات المرتبطة بعملاء التمويل الأصغر : (١)

- (١) عدم توفر الضمانات التقليدية التي تقبلها المصارف عادة عند طلب التمويل .
- (٢) ضعف الوعي المصرفي عند الشرائح المستهدفة والمتمثلة في عملاء التمويل الأصغر
- (٣) تخوف المصارف من تمويل هذه الشرائح بحجة عدم المقدرة على السداد .
- (٤) ضعف القدرات الإدارية ومهارات إعداد دراسات الجدوي والبيانات المطلوبة من قبل المصارف .
- (٥) نقص المهارات المطلوبة في مجال التسويق والقدرة على مراقبة وتطوير وتحسين الإنتاج وتسويقه بالصورة والمثلي .
- (٦) محدودية الموارد الذاتية للعملاء وارتفاع نسبة الفقر مما يزيد من مخاطر التعدي على التمويل لتغطية الإحتياجات الحياتية .
- (٧) قلة حجم التمويل المطلوب وارتفاع تكاليف العمليات مما ينعكس على ضعف الأرباح المتحصلة بواسطة المصارف .

---

(١) سراج الدين عثمان مصطفى ، مرجع سابق ، ص ٢١

## الخلاصة : (١)

نلخص مما تقدم بأن التمويل الأصغر يعتبر أداة ووسيلة تنموية قوية لتخفيف حدة الفقر ورفع المستوى المعيشي وإيجاد الفرص الوظيفية لكل من شراح المجتمع الضعيفة والمتمثلة في صغار المنتجين والمستثمرين والحرفيين والأسر المنتجة . وهو أيضاً أداة إيجابية لتحقيق حدة الكفاية أى الحد الفاصل ما بين الغني والفقير وهو من الأهداف التي نادى بها ديننا الحنيف .

---

(١) سراج الدين عثمان مصطفى ، مرجع سابق ، ص ٢٢

## الفصل الرابع

### الدراسة الميدانية

## الفصل الرابع

### الدراسة الميدانية

#### عرض وتحليل الاستبانة

لتحليل بيانات أسئلة الاستبانة استخدم الباحثون برنامج SPSS والذي يعد من أقوى البرامج المستخدمة في عمليات التحليل الإحصائي . وكلمة SPSS هي اختصار لـ Statistical package for social science وتم استخدام الاختبارات الإحصائية الآتية:  
الأساليب الإحصائية الوصفية عن طريق النسب المئوية والتكرارات  
حيث تم عرض الإستبانة على بعض المختصين لمعرفة مدى صلاحيتها وبعد التأكد من إمكانية تحقيقها لأهداف والإجابة على تساؤلات البحث، وتم توزيعها على بعض الموظفين والعملاء بمصرف الإدخار والتنمية الإجتماعية وأظهروا لنا الكثير من التعاون والتجاوب

## البيانات الشخصية :

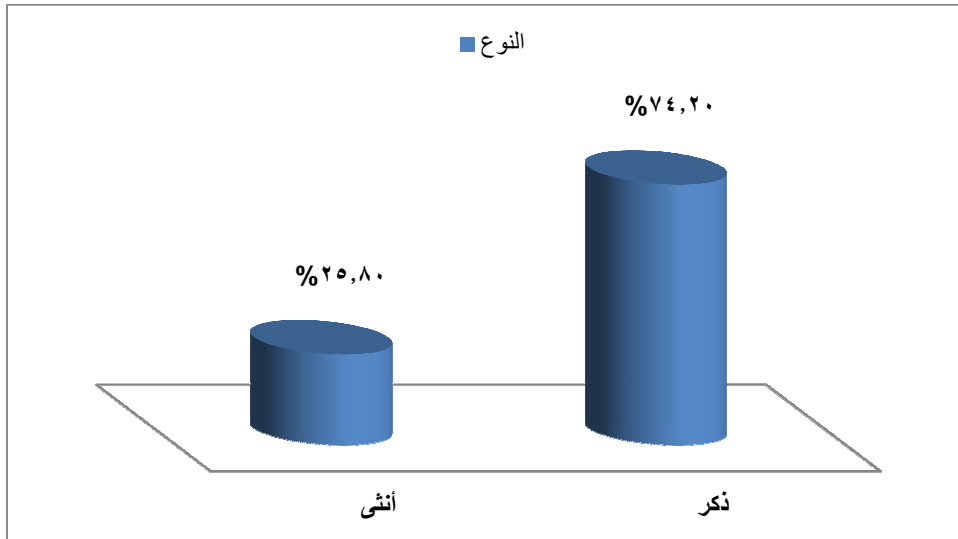
### ١- النوع :

جدول ( ٣-١ )

النوع	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	٢٣	%٧٤,٢
أنثى	٨	%٢٥,٨
اجمالي	٣١	%١٠٠

من الجدول أعلاه وصف العينة حسب النوع ، فقد جاءت نسبة الذكور %٧٤,٢ من أفراد العينة ، بينما الإناث فقد جاءت %٢٥,٨ من أفراد العينة. وهو دليل علي أن غالبية المبحوثين من الذكور . الشكل (٣-١) يوضح ذلك بيانياً.

شكل (٣-١)



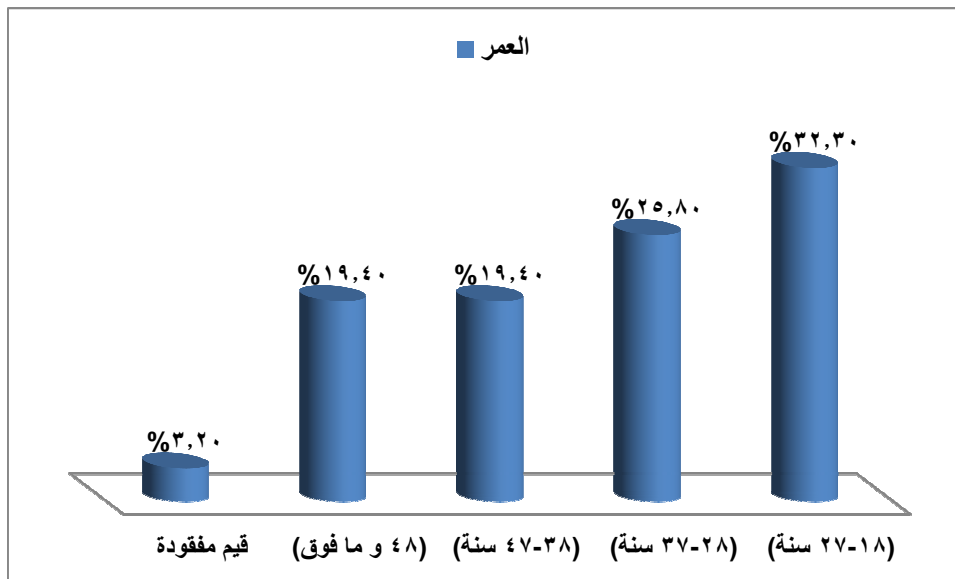


جدول (٢-٣)

العمر	التكرار	النسبة المئوية
(٢٧-١٨ سنة)	١٠	٣٢,٣%
(٣٧-٢٨ سنة)	٨	٢٥,٨%
(٤٧-٣٨ سنة)	٦	١٩,٤%
(٤٨ و ما فوق)	٦	١٩,٤%
قيم مفقودة	١	٣,٢%
المجموع	٣١	١٠٠%

يوضح الجدول أعلاه وصف العينة حسب العمر ، ويتضح ان ٣٢,٣% من أفراد العينة أعمارهم ما بين (٢٧-١٨ سنة)، و ٢٥,٨% تتراوح أعمارهم ما بين (٣٧-٢٨ سنة) ، بينما ١٩,٤% تتراوح أعمارهم ما بين (٤٧-٣٨ سنة)، وكذلك ١٩,٤% أعمارهم (٤٨ و ما فوق). أي أن النسبة الغالبة تتراوح أعمارهم ما بين (٢٧-١٨ سنة). الشكل (٢-٣) يوضح ذلك بيانياً.

شكل (٢-٣)



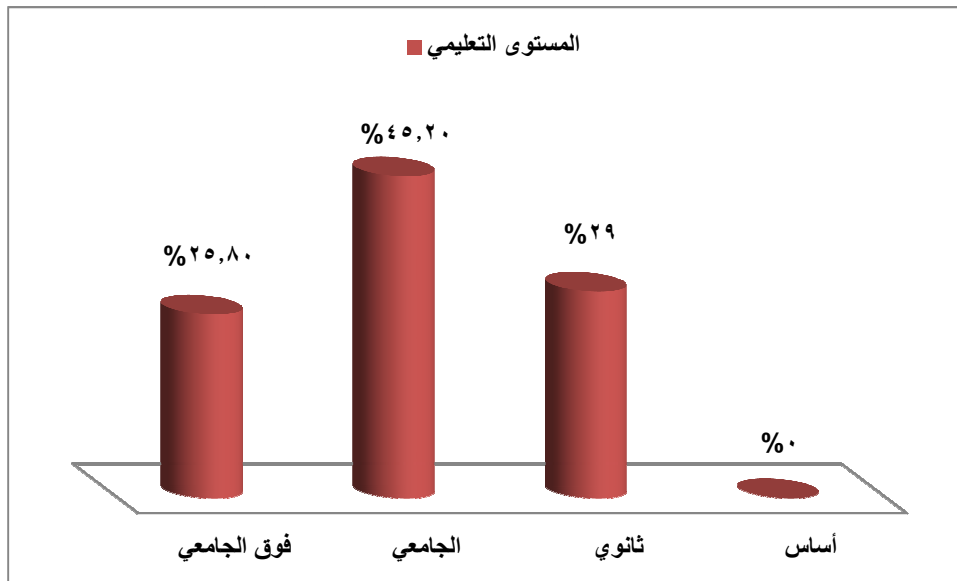
### ٣- المستوى التعليمي :

جدول رقم (٣-٣)

النسبة المئوية	التكرار	المستوى الأكاديمي
٠%	٠	أساس
٢٩%	٩	ثانوي
٤٥,٢%	١٤	الجامعي
٢٥,٨%	٨	فوق الجامعي
١٠٠%	٣١	المجموع

من الجدول اعلاه يوضح وصف العينة حسب المستوى التعليمي ، ويتضح ان ٢٩% من أفراد العينة يحملون مؤهل ثانوي ، بينما ٤٥,٢% يحملون مؤهل جامعي. وهناك ٢٥,٨% يحملون مؤهل فوق الجامعي ، وهذا يدل على أن النسبة الغالبة من الجامعيين . الشكل (٣-٣) يوضح ذلك بيانياً.

شكل رقم (٣-٣)



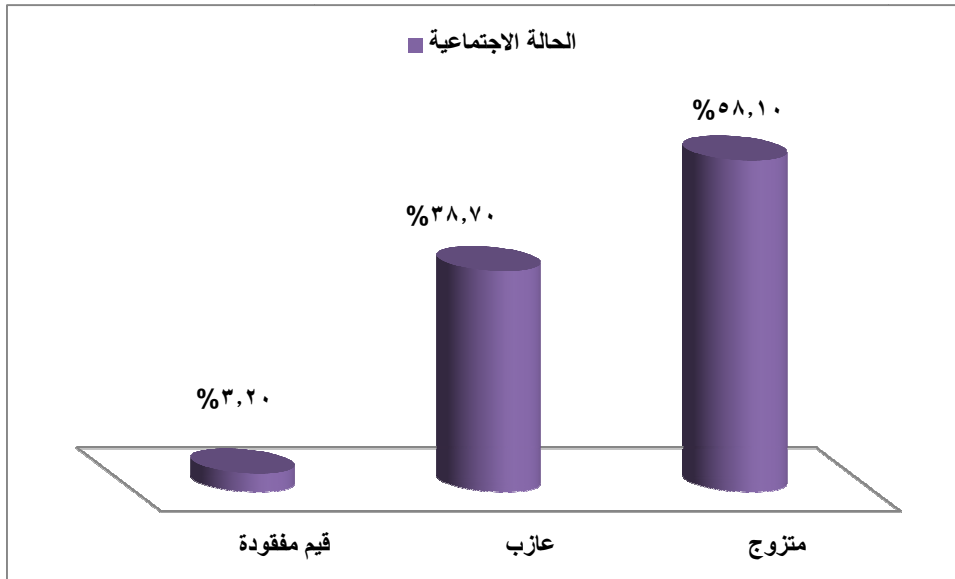
#### ٤- الحالة الاجتماعية :

جدول (٣-٤)

النسبة المئوية	التكرار	الحالة الاجتماعية
٥٨,١%	١٨	متزوج
٣٨,٧%	١٢	عازب
٣,٢%	١	قيم مفقودة
١٠٠%	٣١	المجموع

من الجدول اعلاه وصف العينة حسب الحالة الاجتماعية ، ويتضح ان ٥٨,١% من أفراد العينة متزوج ، بينما ٣٨,٧% عازب ، وهذا مؤشر أن النسبة الغالبة من المتزوجين . الشكل (٣-٤) يوضح ذلك بيانياً.

شكل (٣-٤)



## ٥- طبيعة وظيفتك مع مصرف الإدخار والتنمية الإجتماعية

جدول (٣-٥)

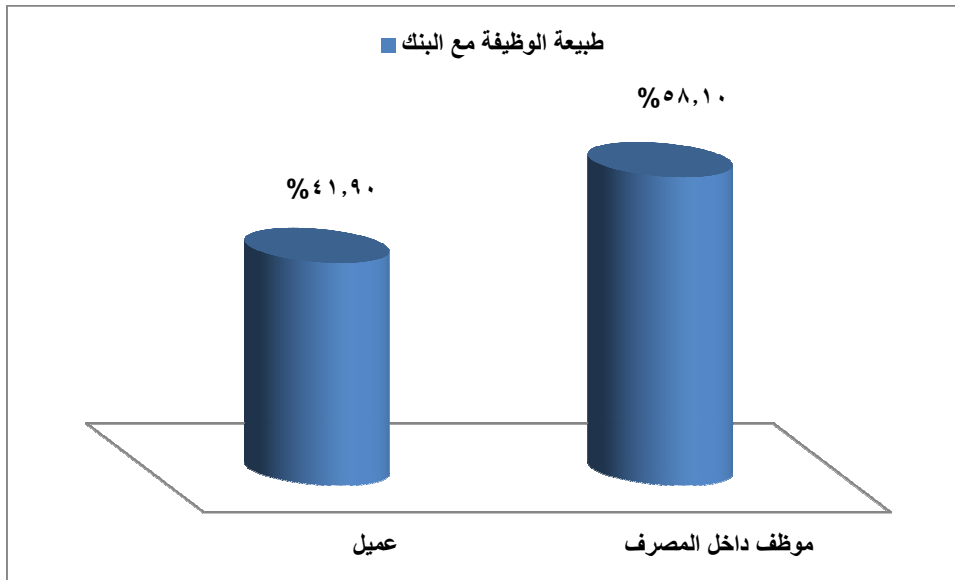
النسبة المئوية	التكرار	مكان الميلاد
٥٨,١%	١٨	موظف داخل المصرف
٤١,٩%	١٣	عميل
١٠٠%	٣١	المجموع

من الجدول اعلاه وصف العينة حسب طبيعة الوظيفة مع المصرف ، ويتضح أن ٥٨,١%

من أفراد العينة موظفون داخل المصرف ، بينما ٤١,٩% عملاء للمصرف. ويفيد ذلك ان

معظم أفراد العينة من موظفي المصرف. الشكل (٣-٥) يوضح ذلك بيانياً.

شكل (٣-٥)



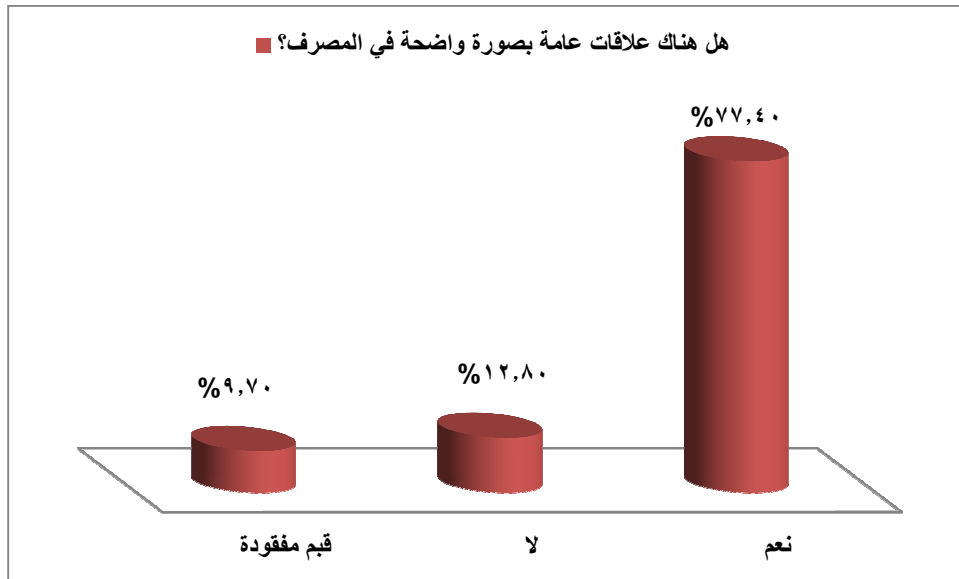
البيانات المتعلقة بالبحث :

جدول (٦-٣)

٦- هل هناك علاقات عامة بصورة واضحة في مصرف الإدخار والتنمية الاجتماعية؟		
النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
٧٧,٤%	٢٤	نعم
١٢,٨%	٤	لا
٩,٧%	٣	قيم مفقودة
١٠٠%	٣١	المجموع

من الجدول اعلاه يوضح إجابات أفراد العينة على السؤال (هل هناك علاقات عامة بصورة واضحة في المصرف؟) ، ويتضح أن ٧٧,٤% من أفراد العينة أجابوا بنعم ، بينما ١٢,٨% أجابوا بلا . وهو مؤشر علي ان هنالك علاقات بصورة واضحة في المصرف ، الشكل (٦-٣) يوضح ذلك بيانياً.

شكل (٦-٣)



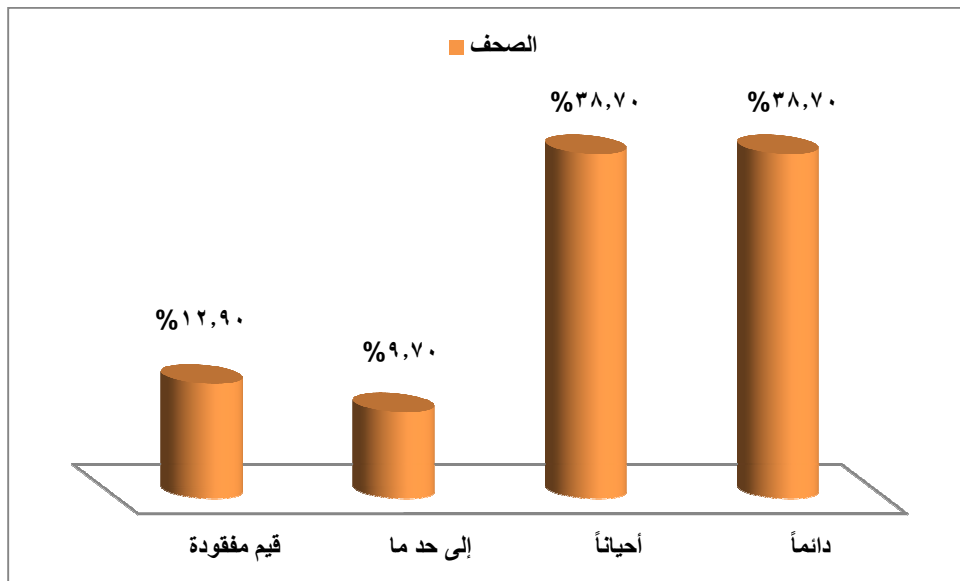
٧-برأيك ما الوسائل التي تستخدمها العلاقات العامة للتعريف بالتمويل الأصغر؟

جدول (٧ أ - ٣)

النسبة المئوية	التكرار	الصحف
٣٨,٧%	١٢	دائماً
٣٨,٧%	١٢	أحياناً
٩,٧%	٣	إلى حد ما
١٢,٩%	٤	قيم مفقودة
١٠٠%	٣١	المجموع

من الجدول اعلاه نلاحظ أن نسبة الذين أجابوا ب(دائماً) ٣٨,٧% و كذلك ٣٨,٧% أجابوا ب(أحياناً) ، أما الذين أجابوا ب( إلى حد ما ) بلغت نسبتهم ٩,٧% . أي أن معظم اجابات افراد العينة تتجه نحو استخدام الصحف كوسيلة للتعريف بالتمويل الأصغر. الشكل (٧ أ-٣) يوضح ذلك بيانياً.

شكل (٧ أ - ٣)

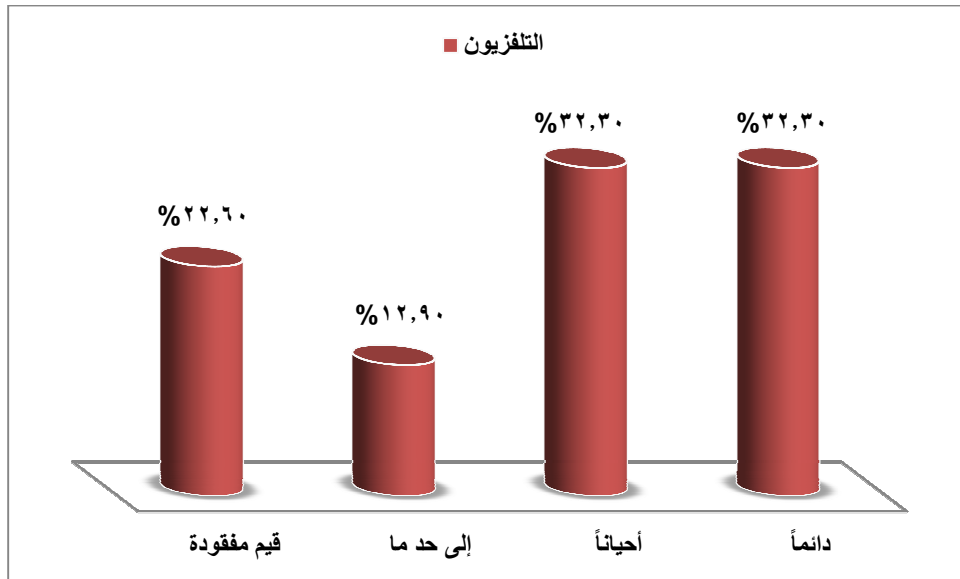


جدول (٧ ب -٣)

التلفزيون	التكرار	النسبة المئوية
دائماً	١٠	٣٢,٣%
أحياناً	١٠	٣٢,٣%
إلى حد ما	٤	١٢,٩%
قيم مفقودة	٧	٢٢,٦%
المجموع	٣١	١٠٠%

من الجدول (٧ ب -٣) نلاحظ أن نسبة الذين أجابوا ب(دائماً) ٣٢,٣% وكذلك ٣٢,٣% أجابوا ب(أحياناً) ، أما الذين أجابوا ب( إلى حد ما ) بلغت نسبتهم ١٢,٩% . أي أن معظم إجابات أفراد العينة تتجه نحو استخدام التلفزيون كوسيلة للتعريف بالتمويل الأصغر مع تساوي نسبة دائماً واحياناً ٣٢,٣%. الشكل (٧ ب-٣) يوضح ذلك بيانياً.

شكل (٧ ب -٣)

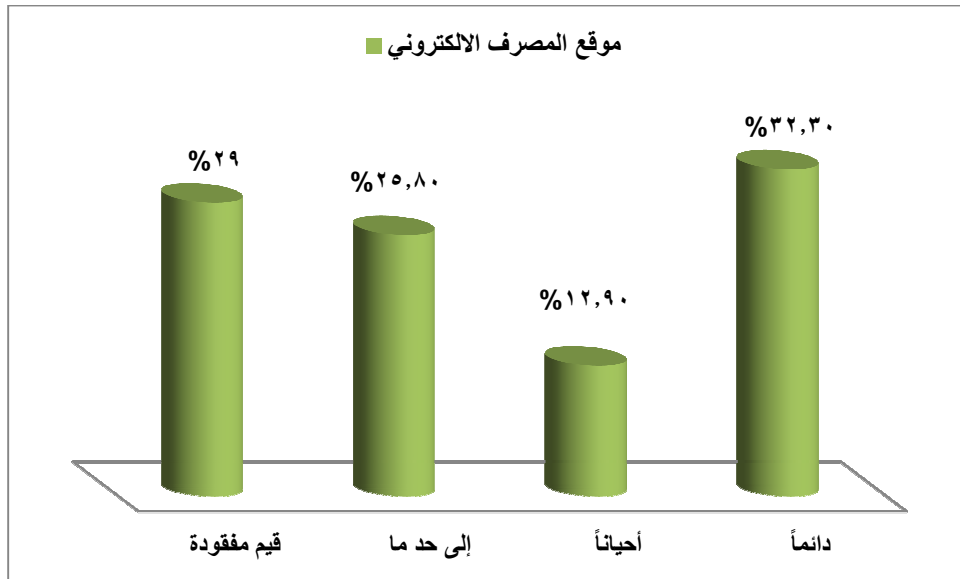


جدول (٧ ج-٣)

النسبة المئوية	التكرار	موقع المصرف الالكتروني
٣٢,٣%	١٠	دائماً
١٢,٩%	٤	أحياناً
٢٥,٨%	٨	إلى حد ما
٢٩%	٩	قيم مفقودة
١٠٠%	٣١	المجموع

من الجدول اعلاه نلاحظ أن نسبة الذين أجابوا ب(دائماً) ٣٢,٣% و ١٢,٩% أجابوا ب(أحياناً) ، أما الذين أجابوا ب( إلى حد ما ) بلغت نسبتهم ٢٥,٨% . أي أن معظم إجابات أفراد العينة تتجه نحو استخدام موقع المصرف الالكتروني كوسيلة للتعريف بالتمويل الأصغر. الشكل (٧ ج-٣) يوضح ذلك بيانياً.

شكل (٧ ج-٣)



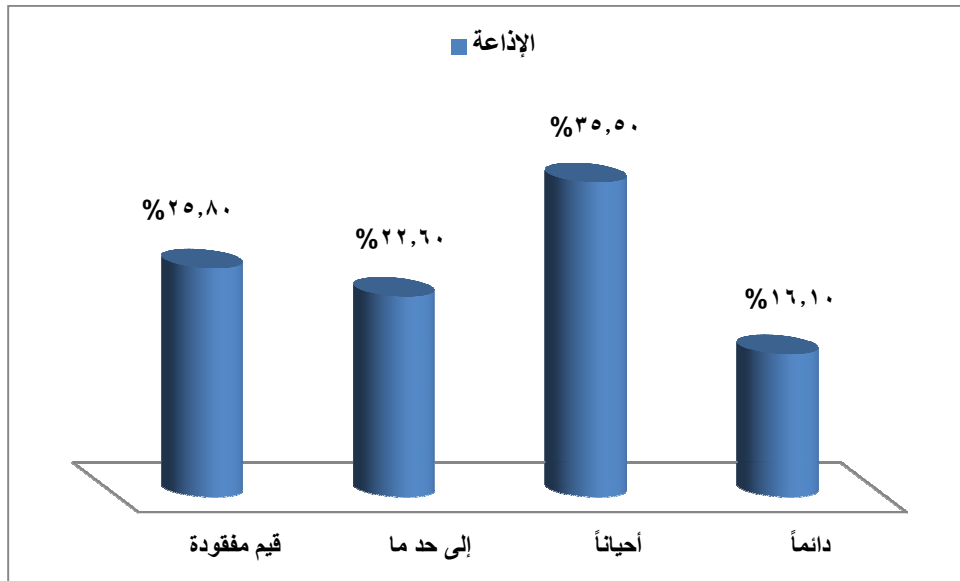


جدول (٧ د - ٣)

النسبة المئوية	التكرار	الإذاعة
١٦,١%	٥	دائماً
٣٥,٥%	١١	أحياناً
٢٢,٦%	٧	إلى حد ما
٢٥,٨%	٨	قيم مفقودة
١٠٠%	٣١	المجموع

من الجدول اعلاه نلاحظ أن نسبة الذين أجابوا ب(دائماً) ١٦,١% و ٣٥,٥% أجابوا ب(أحياناً) ، أما الذين أجابوا ب( إلى حد ما ) بلغت نسبتهم ٢٢,٦% . أي أن معظم إجابات أفراد العينة تتجه نحو استخدام الإذاعة كوسيلة للتعريف بالتمويل الأصغر. الشكل (٧-د٣) يوضح ذلك بيانياً.

جدول (٧ د - ٣)

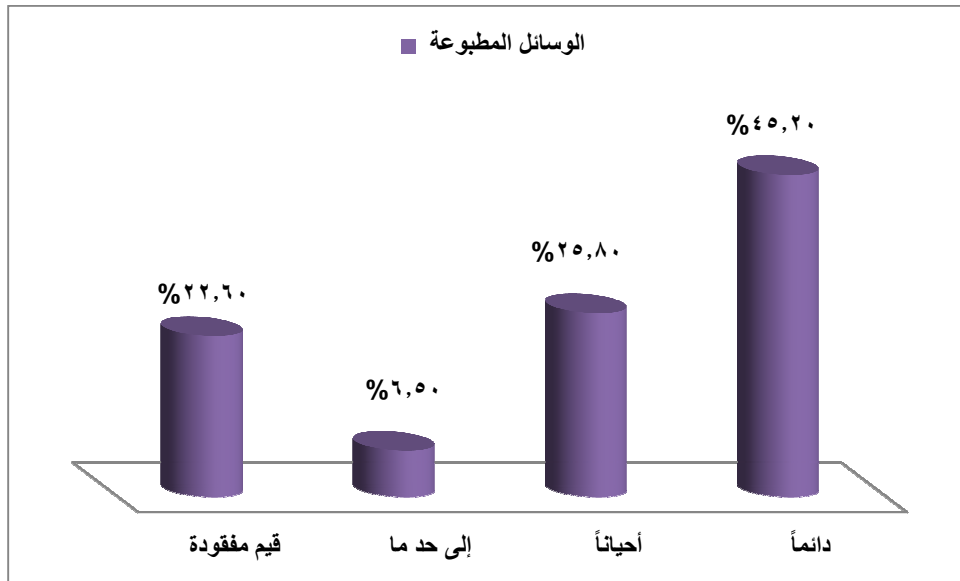


جدول (٧ هـ - ٣)

النسبة المئوية	التكرار	الوسائل المطبوعة
٤٥,٢%	١٤	دائماً
٢٥,٨%	٨	أحياناً
٦,٥%	٢	إلى حد ما
٢٢,٦%	٧	قيم مفقودة
١٠٠%	٣١	المجموع

من الجدول اعلاه نلاحظ أن نسبة الذين أجابوا ب(دائماً) ٤٥,٢% و ٢٥,٨% أجابوا ب(أحياناً) ، أما الذين أجابوا ب(إلى حد ما) بلغت نسبتهم ٦,٥%. أي أن معظم إجابات أفراد العينة تتجه نحو استخدام الوسائل المطبوعة كوسيلة للتعريف بالتمويل الأصغر. الشكل (٧ هـ - ٣) يوضح ذلك بيانياً.

شكل (٧ هـ - ٣)

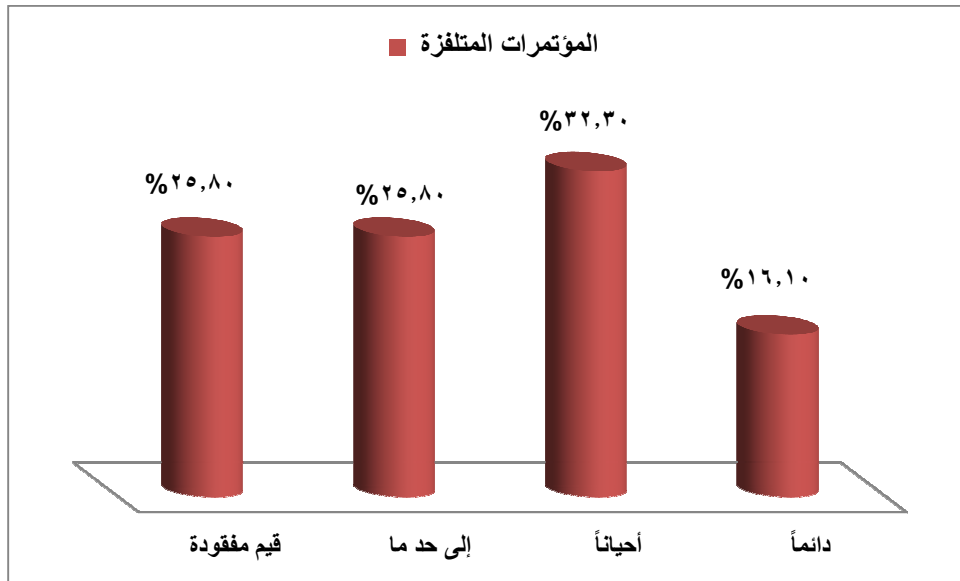


جدول (٧ و ٣)

النسبة المئوية	التكرار	المؤتمرات المتلفة
١٦,١%	٥	دائماً
٣٢,٣%	١٠	أحياناً
٢٥,٨%	٨	إلى حد ما
٢٥,٨%	٨	قيم مفقودة
١٠٠%	٣١	المجموع

من الجدول اعلاه نلاحظ أن نسبة الذين أجابوا ب(دائماً) ١٦,١% و ٣٢,٣% أجابوا ب(أحياناً) ، أما الذين أجابوا ب(إلى حد ما) بلغت نسبتهم ٢٥,٨% ، وهذا مؤشر علي ان المؤتمرات المتلفة تستخدم بصورة قليلة كوسيلة للتعريف بالتمويل الأصغر. الشكل (٧ و ٣) يوضح ذلك بيانياً.

شكل (٧ و ٣)

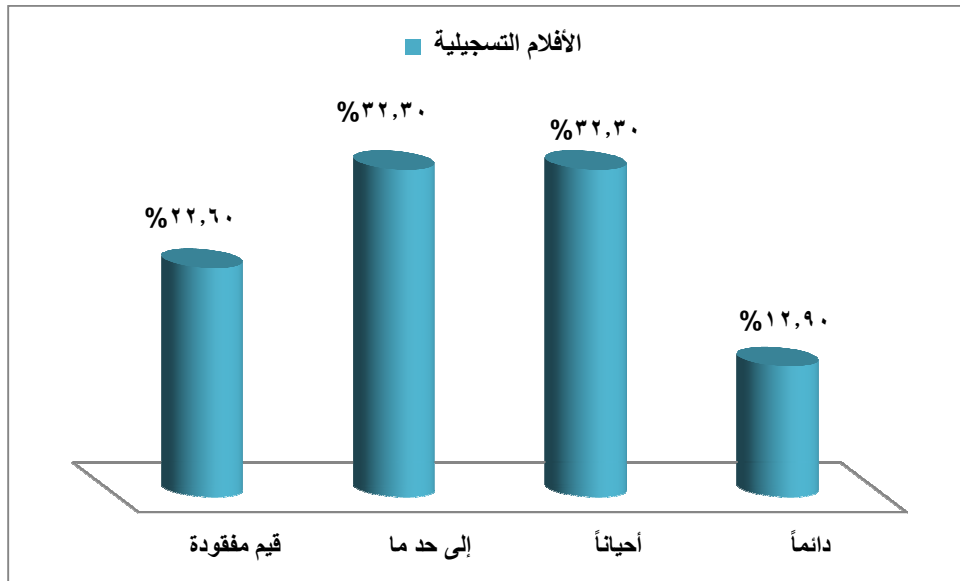


جدول (٧ ح-٣)

الأفلام التسجيلية	التكرار	النسبة المئوية
دائماً	٤	١٢,٩%
أحياناً	١٠	٣٢,٣%
إلى حد ما	١٠	٣٢,٣%
قيم مفقودة	٧	٢٢,٦%
المجموع	٣١	١٠٠%

من الجدول اعلاه نلاحظ أن نسبة الذين أجابوا ب(دائماً) ١٢,٩% و ٣٢,٣% أجابوا ب(أحياناً) ، أما الذين أجابوا ب(إلى حد ما ) بلغت نسبتهم ٣٢,٣%، ويفيد ذلك أن الأفلام التسجيلية تستخدم بصورة قليلة كوسيلة للتعريف بالتمويل الأصغر. الشكل (٧-٣) يوضح ذلك بيانياً.

شكل (٧.و-٣)

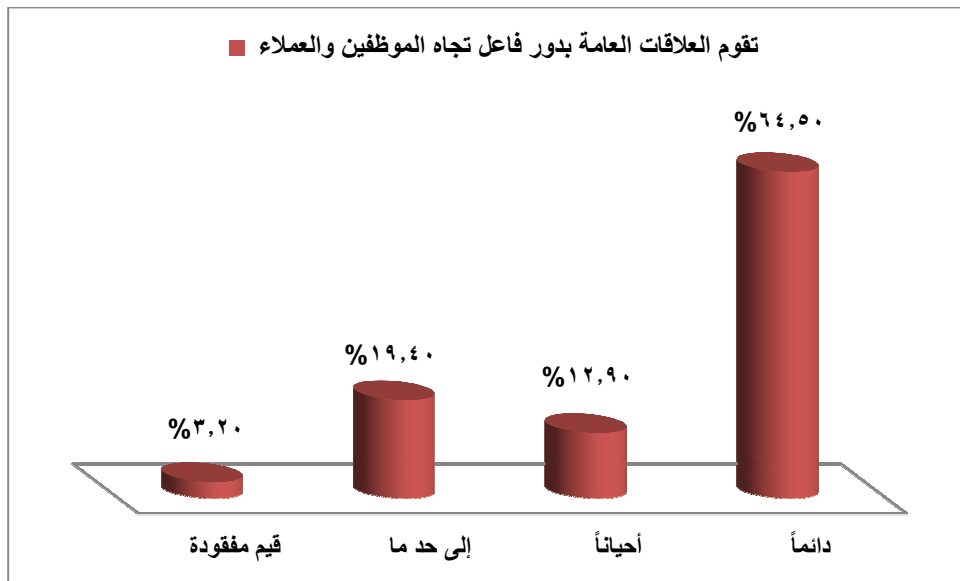


جدول ( ٨ - ٣ )

النسبة المئوية	التكرار	تقوم العلاقات العامة بدور فاعل تجاه الموظفين والعملاء
٦٤,٥%	٢٠	دائماً
١٢,٩%	٤	أحياناً
١٩,٤%	٦	إلى حد ما
٣,٢%	١	قيم مفقودة
١٠٠%	٣١	المجموع

من الجدول اعلاه نلاحظ أن نسبة الذين أجابوا ب(دائماً) ٦٤,٥% و ١٢,٩% أجابوا ب(أحياناً) ، أما الذين أجابوا ب( إلى حد ما ) بلغت نسبتهم ١٩,٤% . أي أن معظم إجابات أفراد العينة تؤكد أن العلاقات العامة تقوم بدور فاعل تجاه الموظفين والعملاء. الشكل (٨-٣) يوضح ذلك بيانياً.

شكل ( ٨ - ٣ )

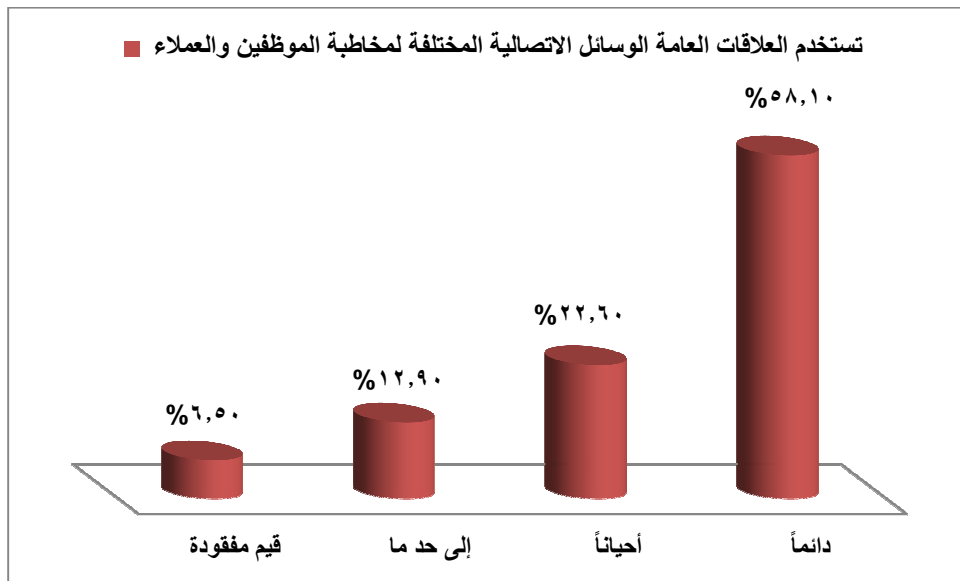


جدول ( ٩ - ٣ )

النسبة المئوية	التكرار	تستخدم العلاقات العامة الوسائل الاتصالية المختلفة لمخاطبة الموظفين والعملاء
٥٨,١%	١٨	دائماً
٢٢,٦%	٧	أحياناً
١٢,٩%	٤	إلى حد ما
٦,٥%	٢	قيم مفقودة
١٠٠%	٣١	المجموع

من الجدول اعلاه نلاحظ أن نسبة الذين أجابوا ب(دائماً) ٥٨,١% و ٢٢,٦% أجابوا ب(أحياناً) ، أما الذين أجابوا ب( إلى حد ما ) بلغت نسبتهم ١٢,٩%. أي أن معظم إجابات أفراد العينة تؤكد وتفيد أن العلاقات العامة تستخدم الوسائل الاتصالية المختلفة لمخاطبة الموظفين والعملاء. الشكل (٩-٣) يوضح ذلك بيانياً.

شكل ( ٩ - ٣ )

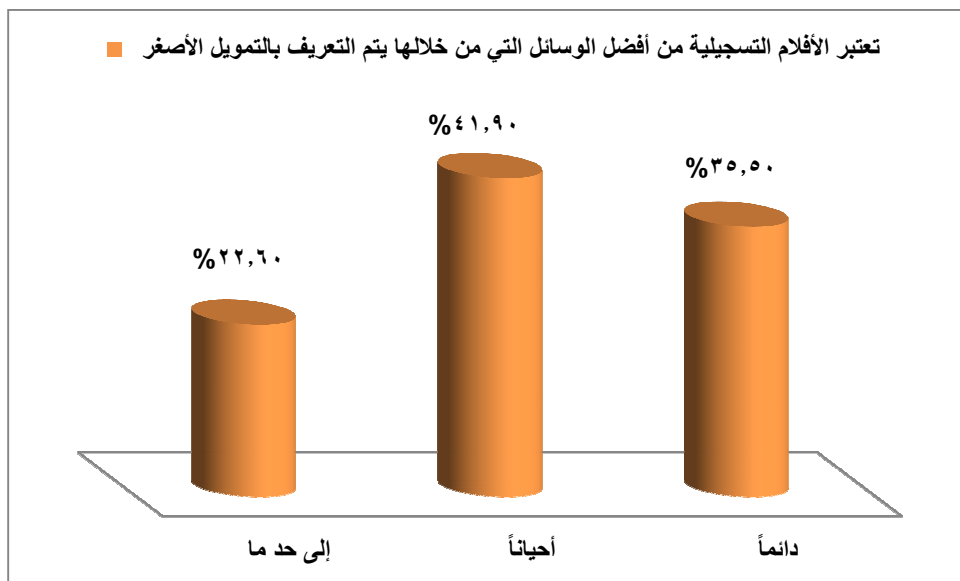


جدول (١٠-٣)

النسبة المئوية	التكرار	تعتبر الأفلام التسجيلية من أفضل الوسائل التي من خلالها يتم التعريف بالتمويل الأصغر
٣٥,٥%	١١	دائماً
٤١,٩%	١٣	أحياناً
٢٢,٦%	٧	إلى حد ما
١٠,٠%	٣١	المجموع

من الجدول اعلاه نلاحظ أن نسبة الذين أجابوا ب(دائماً) ٣٥,٥% و ٤١,٩% أجابوا ب(أحياناً) ، أما الذين أجابوا ب(إلى حد ما) بلغت نسبتهم ٢٢,٦%. ويفيد ذلك أن الأفلام التسجيلية يمكن ان تكون من أفضل الوسائل التي من خلالها يتم التعريف بالتمويل الأصغر . الشكل (١٠-٣) يوضح ذلك بيانياً.

شكل (١٠-٣)

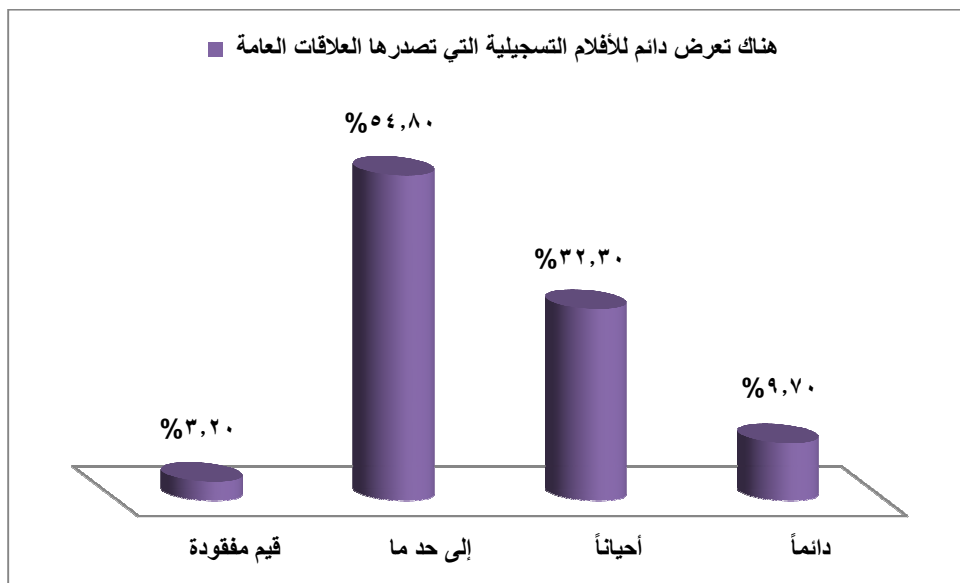


جدول ( ١١ - ٣ )

النسبة المئوية	التكرار	هناك تعرض دائم للأفلام التسجيلية التي تصدرها العلاقات العامة
٩,٧%	٣	دائماً
٣٢,٣%	١٠	أحياناً
٥٤,٨%	١٧	إلى حد ما
٣,٢%	١	قيم مفقودة
١٠٠%	٣١	المجموع

من الجدول اعلاه نلاحظ أن نسبة الذين أجابوا ب(دائماً) ٩,٧% و ٣٢,٣% أجابوا ب(أحياناً) ، أما الذين أجابوا ب( إلى حد ما ) بلغت نسبتهم ٥٤,٨% . وهذا دليل على أن معظم إجابات أفراد العينة تؤكد ان هناك تعرض قليل للأفلام التسجيلية التي تصدرها العلاقات العامة. الشكل (١١-٣) يوضح ذلك بيانياً.

شكل ( ١١ - ٣ )



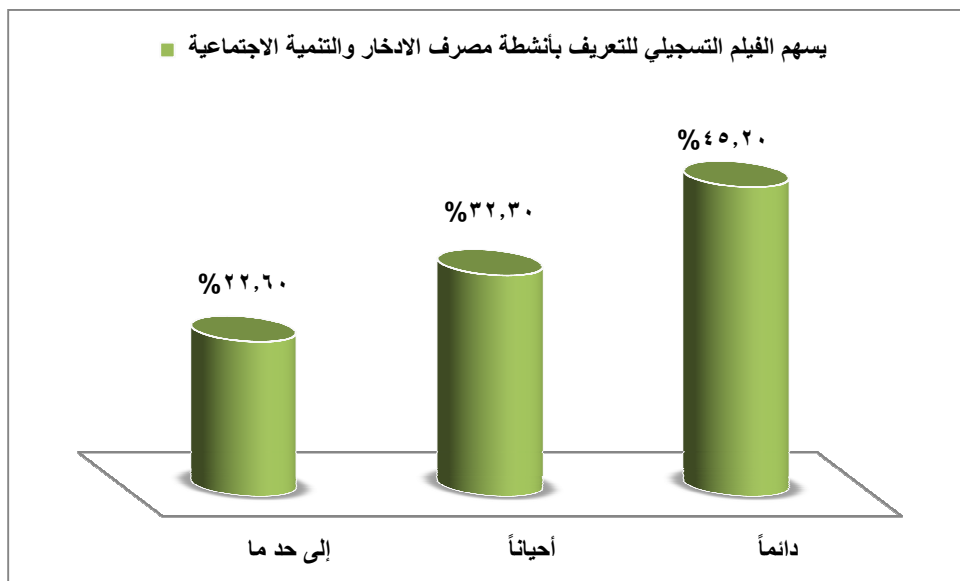


جدول ( ١٢ - ٣ )

النسبة المئوية	التكرار	يسهم الفيلم التسجيلي للتعريف بأنشطة مصرف الادخار والتنمية الاجتماعية
٤٥,٢%	١٤	دائماً
٣٢,٣%	١٠	أحياناً
٢٢,٦%	٧	إلى حد ما
١٠٠%	٣١	المجموع

من الجدول اعلاه نلاحظ أن نسبة الذين أجابوا ب(دائماً) ٤٥,٢% و ٣٢,٣% أجابوا ب(أحياناً) ، أما الذين أجابوا ب( إلى حد ما ) بلغت نسبتهم ٢٢,٦%. وهذا مؤشر علي أن الفيلم التسجيلي يسهم بصورة كبيرة للتعريف بأنشطة مصرف الادخار والتنمية الاجتماعية. الشكل (١٢-٣) يوضح ذلك بيانياً.

شكل ( ١٢ - ٣ )

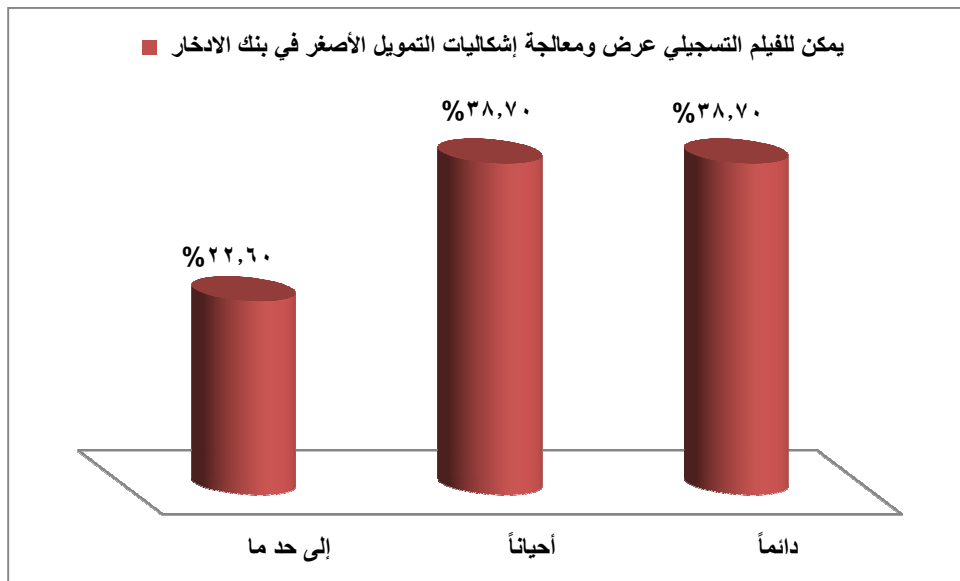


جدول (١٣ - ٣)

النسبة المئوية	التكرار	يمكن للفيلم التسجيلي عرض ومعالجة إشكاليات التمويل الأصغر .
٣٨,٧%	١٢	دائماً
٣٨,٧%	١٢	أحياناً
٢٢,٦%	٧	إلى حد ما
١٠,٠%	٣١	المجموع

من الجدول اعلاه نلاحظ أن نسبة الذين أجابوا ب(دائماً) ٣٨,٧% و كذلك ٣٨,٧% أجابوا ب(أحياناً) ، أما الذين أجابوا ب( إلى حد ما) بلغت نسبتهم ٢٢,٦%. أي أن معظم إجابات أفراد العينة في اتجاه أن الفيلم التسجيلي يمكن ان يعرض ويعالج اشكاليات التمويل الأصغر في مصرف الإدخار والتنمية الاجتماعية . الشكل (١٣-٣) يوضح ذلك بيانياً.

شكل (١٣ - ٣)



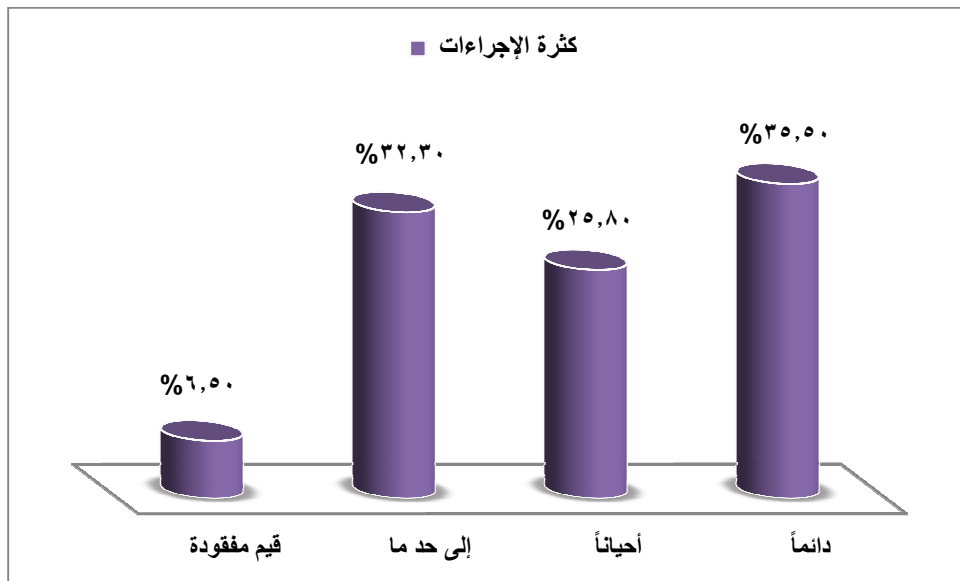
تتمثل الصعوبات التي تواجه عميل التمويل الأصغر بمصرف الادخار في الآتي :

جدول ( ١٤ أ - ٣ )

النسبة المئوية	التكرار	كثرة الإجراءات
٣٥,٥%	١١	دائماً
٢٥,٨%	٨	أحياناً
٣٢,٣%	١٠	إلى حد ما
٦,٥%	٢	قيم مفقودة
١٠٠%	٣١	المجموع

من الجدول اعلاه نلاحظ أن نسبة الذين أجابوا ب(دائماً) ٣٥,٥% و كذلك ٢٥,٨% أجابوا ب(أحياناً) ، أما الذين أجابوا ب( إلى حد ما) بلغت نسبتهم ٣٢,٣% أي أن معظم إجابات أفراد العينة في اتجاه ان كثرة الإجراءات من الصعوبات التي تواجه عميل التمويل الأصغر بالمصرف. الشكل ( ١٤ أ - ٣ ) يوضح ذلك بيانياً.

شكل ( ١٤ أ - ٣ )

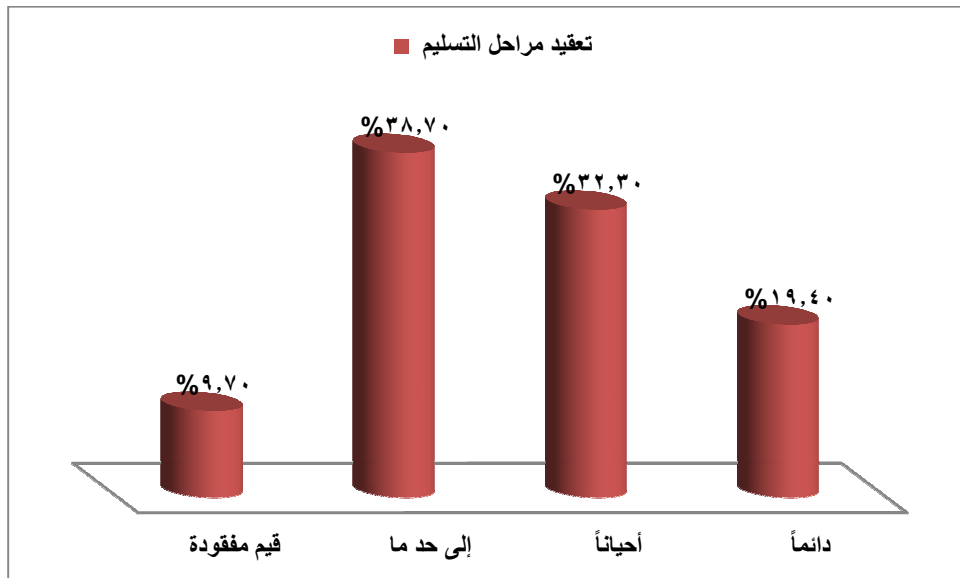


جدول (١٤ ب - ٣)

النسبة المئوية	التكرار	تعقيد مراحل التسليم
١٩,٤%	٦	دائماً
٣٢,٣%	١٠	أحياناً
٣٨,٧%	١٢	إلى حد ما
٩,٧%	٣	قيم مفقودة
١٠٠%	٣١	المجموع

من الجدول اعلاه نلاحظ أن نسبة الذين أجابوا ب(دائماً) ١٩,٤% و كذلك ٣٢,٣% أجابوا ب(أحياناً) ، أما الذين أجابوا ب( إلى حد ما) بلغت نسبتهم ٣٨,٧% . أي أن معظم إجابات أفراد العينة في اتجاه ليس هنالك تعقيد في مراحل التسليم لعميل التمويل الأصغر بالمصرف. الشكل (١٤ ب-٣) يوضح ذلك بيانياً.

شكل (١٤ ب - ٣)

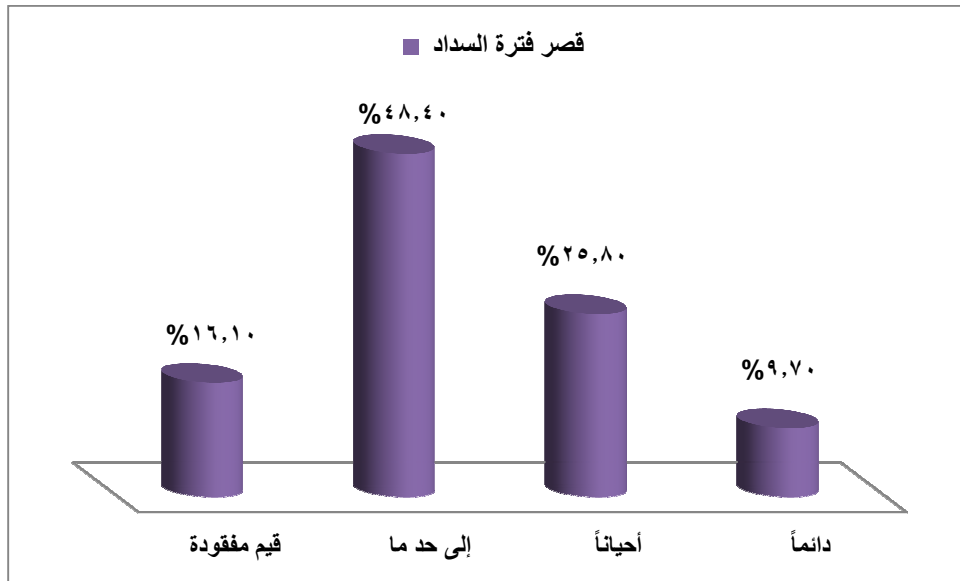


جدول (١٤ ج-٣)

النسبة المئوية	التكرار	قصر فترة السداد
٩,٧%	٣	دائماً
٢٥,٨%	٨	أحياناً
٤٨,٤%	١٥	إلى حد ما
١٦,١%	٥	قيم مفقودة
١٠٠%	٣١	المجموع

من الجدول اعلاه نلاحظ أن نسبة الذين أجابوا ب(دائماً) ٩,٧% و ٢٥,٨% أجابوا ب(أحياناً) ، أما الذين أجابوا ب( إلى حد ما) بلغت نسبتهم ٤٨,٤%. أي أن معظم إجابات أفراد العينة في اتجاه أن قصر فترة السداد ليست من الصعوبات التي تواجه عميل التمويل الأصغر بالمصرف. الشكل (١٤ ج-٣) يوضح ذلك بيانياً.

شكل (١٤ ج-٣)



## النتائج:

- ١- تقوم العلاقات العامة بدور فعال فى إتجاه المواطنين (العملاء) .
- ٢- تستخدم العلاقات العامة الوسائل الإتصالية المختلفة للتعريف بالتمويل الأصغر .
- ٣- قلة إستخدام الافلام التسجيلية للتعريف بالتمويل الأصغر .
- ٤- قصور إستخدام المؤتمرات المتلفزة للتعريف بالتمويل الأصغر .
- ٥- يستخدم المصرف الوسائل المطبوعة بصورة فعالة للتعريف بالتمويل الأصغر .
- ٦- ضعف إستخدام الإذاعة للتعريف بالتمويل الأصغر .
- ٧- يستخدم المصرف الموقع الإلكتروني بصورة فاعلة .

## التوصيات:

- (١) زيادة الإهتمام بالفيلم التسجيلي من قبل إدارة العلاقات العامة بمصرف الإدخار والتنمية الإجتماعية .
- (٢) إعداد الفيلم التسجيلي بطريقة علمية حتى يحقق الأهداف التي يريدها المصرف .
- (٣) حث إدارة العلاقات العامة بإنتاج فيلم تسجيلي عن المشاريع الناجحة وأسباب نجاحها .
- (٤) وايضا إنتاج فيلم تسجيلي عن المشاريع غير الناجحه واسباب عدم نجاحها حتي يتم تقاديتها مستقبلا.

## الخاتمة :

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على سيد المرسلين وخاتم النبيين وهدى الناس إلى الصراط المستقيم ... وبعد

في ختام هذا البحث نرجوا أن يعم به النفع ، وأن يكون إضافة في هذا المجال ، حيث قام الباحثون بالخروج بعدد من النتائج والتوصيات وذلك من خلال الدراسة الميدانية التي قام بها الباحثون لمصرف الإدخار والتنمية الإجتماعية التي ظهر من خلالها قلة إنتاج الافلام التسجيلية.



## المصادر والمراجع :

أولاً : القرآن الكريم

ثانياً :المراجع : -

- (١) الأرقم الجيلاني ،المدخل الي صناعه الافلام الوثائقيه، ب ط ،(شركه مطابع السودان للعمله المحدوده، الخرطوم ٢٠٠٩م)
- (٢) الأرقم الجيلاني ،كتابة الافلام التسجيلية، ب ط، (ب ن، ٢٠١٠)
- (٣) أحمد ماهر ، كيف ترفع مهاراتك الإدارية فى الإتصال ، ب ط ، (الدار الجامعية للنشر ، ب ن ، ٢٠٠٣م)
- (٤) بسام عبد الرحمن الجرايدة ، إدارة العلاقات العامة ، ط ١ ، (دار أسامة للنشر والتوزيع ، عمان ، ٢٠١٣م)
- (٥) ربحى مصطفى عليان وعدنان محمد الطوباسي ، ط ١ ، (دار صفاء للنشر والتوزيع عمان ، ٢٠٠٥م)
- (٦) سامي محمد ملحم،مناهج البحث في الترييه وعلم النفس،ط٢(دار المسيرة للنشر والتوزيع،عمان الاردن،٢٠٠٢م)
- (٧) سراج الدين عثمان مصطفى،التمويل الاصغر وكيفيه تفعيله في المصارف الاسلاميه،اصداره رقم (٣)
- (٨) سمير محمد حسين،بحوث الاعلام،ط٢(عالم الكتب،القاهرة،١٩٩٥)
- (٩) عبد الحكيم خليل مصطفى ، العلاقات العامة بين المفهوم النظري والتطبيق العلمي ، ط ١ ، (الدار العالمية للنشر والتوزيع ، الجيزة ، ٢٠٠٩م)
- (١٠) عبد الرازق محمد الدليمي ، المدخل إلى العلاقات العامة ، ط ١ ، (دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان - الأردن ، ٢٠١١م)

- (١١) عاطف عدلي العبد ونهي عاطف العبد ، مدخل إلى الإتصال ، ب ط ، (دار الأيمان للطباعة ، القاهرة ، ٢٠١٠م)
- (١٢) عقيل حسين عقيل، فلسفة مناهج البحث العلمي، ب ط) الناشر مكتبه مدبولي، ب ن، (١٩٩٩م)
- (١٣) على محمد شمو ، الإتصال والسياسات والمهارات ب ط، (الخرطوم ، ٢٠٠٦م)
- (١٤) غريب عبد السميع غريب ، الإتصال والعلاقات العامة فى المجتمع المعاصر ، ب ط ، (مؤسسة شباب الجامعة ، الاسكندرية ، ٢٠٠٤م)
- (١٥) فضيل دليو ، الإتصال مفاهيمه ونظرياته ووسائله ، ط ١ ، (دار الفجر للنشر والتوزيع ، ب ن ، ٢٠٠٣م)
- (١٦) كتيب بنك السودان المركزى عن ندوه التمويل الأصغر، (الفرص والتحديات )، ص ٩
- (١٧) محمد عبده حافظ ، العلاقات العامة ، ط ١٠ ، ( دار الفجر للنشر والتوزيع ، القاهرة ، ٢٠٠٩م)
- (١٨) محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الاعلاميه، ط ١، (القاهرة، ٢٠٠٠م)
- (١٩) محمد فتحي عبد الهادى، البحث ومناهجه في علم المكتبات والمعلومات، ط ١ (الدار المصريه اللبناية، القاهرة، ٢٠٠٣)
- (٢٠) محمد منير حجاب وسحر محمد وهبي ، المداخل الأساسية للعلاقات العامة ، ب ط ، ( دار الفجر للنشر والتوزيع ، القاهرة )
- (٢١) محمد ناجي الجوهري، وسائل الاتصال في العلاقات العامة ، ب ط ، (مكتبة الرائد العلمية للنشر، ٢٠٠٠)
- (٢٢) محمد يوسف ، مقدمة فى العلاقات العامة ، ط ١ ، ( توزيع الدار العربية للنشر والتوزيع ، جامعة القاهرة ، ٢٠٠٨م)

- (٢٣) محفوظ احمد جودة،العلاقات العامة مفاهيم وممارسات،ط٣ (دار زهران للنشر والتوزيع،عمان،٢٠٠٦م)
- (٢٤) مختارعثمان الصديق،مناهج البحث العلمي،ب ط،(الطابعون ايثار للطباعة،ب ن،٢٠٠٦م)
- (٢٥) منصور عثمان محمد زين ، المفاهيم الحديثة للعلاقات العامة ، ب ط ، (شركة مطابع السودان للعملة المحدودة ، الخرطوم ، ٢٠٠٨م)
- (٢٦) مني سعيد الحديدي وسلوى امام علي ، اسس الفيلم التسجيلي، ب ط ،(دار الفكر العربي، القاهرة،٢٠٠٤م)
- (٢٧) موسى اللوزي ، أسس العلاقات العامة المفاهيم والأسس ، ط ١ ، ( زمزم للنشر والتوزيع ، الأردن - عمان ، ٢٠١٠م)

#### ثالثاً: الدراسات السابقة:.

- (١) الشيماء بابكر حمد وآخرون، اعداد وتنفيذ المعارض في العلاقات العامة علي شركة تواصل(بحث بكالوريوس غير منشور - جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا - كلية علوم الإتصال ٢٠١٠م) .
- (٢) ايمان مصطفى العطا وآخرون، دور العلاقات العامة في التوثيق لأنشطه المؤسسة(بحث بكالوريوس غير منشور - جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا - كلية علوم الإتصال ٢٠١١م) .
- (٣) الاء سيف الدين طه وآخرون ، فعالية العلاقات العامة فى إعداد وتنظيم المعارض (بحث بكالوريوس غير منشور - جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا - كلية علوم الإتصال ٢٠١١م) .
- (٤) ابتهاج محمود جزيرة وآخرون ،إعداد الافلام التسجيلية بإدارات العلاقات العامة

(بحث بكالوريوس غير منشور - جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا - كلية علوم الإتصال  
٢٠١٠م).

(٥) النخيلة إدريس آدم وآخرون وظيفة العلاقات العامة في تطوير المؤسسات التشريعية  
(بحث بكالوريوس غير منشور - جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا - كلية علوم الإتصال  
٢٠١٢م).

(٦) احمد اسحاق ابراهيم وآخرون، فاعليه العلاقات العامه في مؤسسات التمويل الاصغر  
(بحث بكالوريوس غير منشور - جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا - كلية علوم الإتصال  
٢٠١٣م).

رابعاً : المقابلات:

- (١) مقابلة مع عوض ابكر إسماعيل ، إدارة البحوث والتخطيط .
- (٢) مقابلة مع إبراهيم أحمد محمد، مدير الفرع النموذجي.
- (٣) مقابلة مع عصام عبد الرحمن ، إدارة الإعلام .
- (٤) مقابلة مع سيف النصر ، مدير العلاقات العامة .
- (٥) مقابلة مع محمد عبد الباقي ، إدارة الموارد البشرية .

# الملاحق

## فكرة السيناريو :

فيلم تسجيلي عن التمويل الأصغر تناول فيه الباحثون إجراءات التمويل الأصغر من خلال مصرف الإدخار والتنمية الإجتماعية ، علماً بأن زمن الفيلم ١٠ دقائق .

## الجمهور المستهدف :

الجمهور عامة .

## أهداف الفيلم :

- ١) التعريف بالتمويل الأصغر بمصرف الإدخار والتنمية الإجتماعية .
- ٢) التعريف بالإجراءات المطلوبة من العميل للحصول على التمويل الأصغر .
- ٣) التعريف بأهمية الفيلم التسجيلي ودوره فى الترويج لمشاريع التمويل الأصغر .
- ٤) نشر ثقافة التمويل الاصغر .

## سيناريو الفيلم التسجيل

رقم اللقطة	إسم اللقطة	المدة	المكان	ملحظة
الأولي	تعريف بشعار البنك	ث ٢	Logo bank	صورة لشعار البنك
الثانية	أداء الموظفين داخل البنك	من ٢ ث إلى ١٦ ث	الفرع النموذجي	الهدوء المصاحب لأداء العاملين داخل البنك
الثالثة	نماذج من مشاريع التمويل الأصغر	من ١٦ ث إلى ٢٣ ث	منطقة أمدرمان	تأثيرات تكنولوجية
الرابعة	عنوان مشاريع التخرج	من ٢٣ ث إلى ٣٢ ث	كلية علوم الإتصال	صورة وصوت وتأثيرات
الخامسة	كلمة السيد رئيس الجمهورية	من ٣٢ ث إلى ١١ : ١٥	المجلس الوطني	الإشادة بدور المصرف في الحد من ظاهرة الفقر والبطالة
السادسة	خطوات تنفيذ التمويل الأصغر	من ١١ : ١٥ إلى ٥٢ : ٥٤	الفرع النموذجي لمصرف الإدخار	توقيع العاملين لأوراق الإجراءات
السابعة	مكان العميل الممول	من ٥٤ : ٥٢ ث إلى ١٠ : ٣	امدرمان	عمر سعيد للأقمشة
الثامنة	سداد قسط شهري	٣ : ١٠ إلى ٤٢ : ٣	الفرع النموذجي	استلام إيصال الدفع من المصرف
التاسعة	جانب من مشاريع التي قام المصرف بإنجازها	٣ : ٤٢ إلى ٤ : ٥٥	منطقة السروراب	حضرت مجموعة الباحث والتمويل الذي قام به المصرف بمنطقة السروراب
العاشرة	كلمة السيد / صالح جبريل حامد مدير التمويل بمصرف الإدخار	٥ : ٤٢ إلى ٥ : ٥٦	مصرف الإدخار والتنمية الإجتماعية	تحدث عن أهمية الفلم التسجيلي كأداة تواصل فعال
الحادية عشر	كلمة السيد إبراهيم أحمد محمد مدير الفرع النموذجي	من ٥ : ٥٦ إلى ٤٨ : ٤٨	الفرع النموذجي	تحدث عن التمويل الأصغر وشروط إجراءاته
الثانية عشر	تسديد قسط العميل بمصرف الإدخار	من ٤٨ : ٤٦ إلى ٥٥ : ٥٥	داخل المصرف	تسديد المبلغ من العميل إلى موظف البنك
الثالثة عشر	توثيق المجموعة الباحثة لنماذج من التمويل الأصغر	من ٥٥ : ٥٨ إلى ١٤ : ١٤	السروراب	تم تسليم عدد من الاغنام لأهالي منطقة السروراب
الرابعة عشر	نماذج لمشاريع التمويل الأصغر	من ١٤ : ٥٨ إلى ٣٥ : ٣٥	السوق العربي	محل الملابس الجاهزة
الخامسة عشر	إعداد الفلم	من ٥٨ : ٣٥ إلى ٩ : ٩	كلية علوم الاتصال	اسماء المجموعة الباحثة

بسم الله الرحمن الرحيم  
**جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا**  
 كلية علوم الإتصال  
 قسم العلاقات العامة والإعلان  
**إستبانة بغرض البحث العلمي فقط**  
**بعنوان : (توظيف الفيلم التسجيلي لدعم برامج التمويل الأصغر )**  
 أ/ البيانات الشخصية :

(١) النوع :

ذكر  انثى

(٢) العمر :

أ- ٢٠ -  ب- ٣١ - ٤٠  ج- ٤١ - ٥٠

(٣) المستوى التعليمي :

أ- أساس  ب- ثانوي  ج- جامعي  د- فوق الجامعي

(٤) الحالة الإجتماعية :

أ- متزوج  ب- أعزب  ج- أرمل  د- مطلق

(٥) طبيعة وظيفتك مع مصرف الإيدار والتنمية الإجتماعية :

أ- موظف داخل المصرف  ب- عميل

ب/ البيانات المتعلقة بالبحث :

وضح رأيك فى الآتى :

(٦) هنالك علاقات عامة بصورة واضحة فى مصرف الإيدار والتنمية الإجتماعية .

نعم  لا

(٧) أى الوسائل التى تستخدمها العلاقات العامة للتعريف بالتمويل الأصغر :

إلى حد ما	أحياناً	دائماً	العبارة
			أ- الصحف
			ب- التلفزيون
			ج- موقع المصرف الإلكتروني
			د- الاذاعة
			هـ- الوسائل المطبوعة
			و- المؤتمرات المتلفزة



إلى حد ما	أحياناً	دائماً	العبرة
			٨- تقوم العلاقات العامة بدور فاعل إتجاه الموظفين والعملاء
			٩- تستخدم العلاقات العامة الوسائل الإتصالية المختلفة لمخاطبة الموظفين والعملاء
			١٠- تعتبر الافلام التسجيلية من أفضل الوسائل التي من خلالها يتم التعريف بالتمويل الأصغر
			١١- هنالك تعرض دائم للافلام التسجيلية التي تصدرها العلاقات العامة .
			١٢- يسهم الفيلم التسجيلي للتعريف بإنشطة المؤسسة بالمصرف
			١٣- يمكن للفيلم التسجيلي عرض ومعالجة أشكاليات التمويل الأصغر .

١٤- تتمثل الصعوبات التي تواجه عميل التمويل الأصغر والمصرف في الآتي :

إلى حد ما	أحياناً	دائماً	العبرة
			أ- كثرة الإجراءات
			ب- مراحل التسليم
			ج- فترة السداد
			د- لا توجد

١٥- مقترحات لتوظيف الفيلم التسجيلي لدعم برامج أو مشاريع التمويل الأصغر :

.....

.....

.....

.....