استهـــلال

قَالَ تَعَالَىٰ:

"وَجَآءَ رَجُلٌ مِّنۡ أَقۡصَا ٱلۡمَدِينَةِ يَسۡعَىٰ قَالَ يَٰمُوسَىٰٓ إِنَّ ٱلۡمَلَأَ يَأۡتَمِرُونَ بِكَ لِيَقۡتُلُوكَ فَٱخۡرُجۡ إِنِّي لَكَ مِنَ ٱلنَّٰصِحِينَ" ﴿٢٠﴾

صدق الله العظيم

سورة القصص الآية ٢٠

إهـــداء

بكل فخر واعتزاز وبقلبٍ يملؤه الحب المفعم بالاحترام إلى أُناسٍ يحملون الإنسانية في قلوبهم معنىً وفعلاً فأصبحوا في حياتي كنوز ومحطات لا يمكن تخطيها أو تجاوزها ؛ لذلك فإنني إن أردت أن أُهديهم فلا يوجد في الكون ما يضاهي ما قدموه لي من عطاء، وهذا العطاء هو في حقيقة الأمر لا يتوفر إلَّا عندهم ؛ لذلك أحببت أن أُهديهم عصارة هذا الجهد ممزوجاً بخالص حبي وتقديري.

إلى ذلك الينبوع الذي يتدفق ليملأ حياتي حباً واطمئناناً ليقدم لي نموذجاً جميلاً لمعنى الحياة ؛ **إلى أمي الحبيبة.**

إلى تلك الشمعة التي اتقدت فأضاءت لي الطريق وقدمت لي سبل العيش الكريم في مراحل حياتي المختلفة حتى انطفأت ؛ **إلى روح أبي الطاهرة تحت الثرى.**

إلى من ظلوا يقدمون لي يد العون المعنوي والحسي بعطاءٍ لا ينضب ؛ **إلى إخوتي وأخواتي.**

إلى كل هؤلاء أهُـدي بحثي هذا...

وأتمنى أن يكون وقفاً ورصيداً معرفياً تتناقله الأجيال...

الدَّارس

شكر وعرفان

قالى تعالى: (وَلَئِنْ شَكَرْتُمْ لَأَزِيدَنَّكُمْ) سورة إبراهيم الآية (٧)، وقال رسول صل الله عليه وسلم: "من لا يشكر الناس لا يشكر الله" رواه أحمد وأبو داؤود والبخاري.

امتثالاً للآية الكريمة السابقة والحديث النبوي الشريف السابق، فالشكر أولاً وأخيراً للمولى عز وجل الذى هداني لطريق العلم والمعرفة، ويسَّر لي سبله ووفقني إلى أن وصلت إلى هذه المرحلة، والشكر موصول لجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا التي أتاحت لي هذه السانحة لتلقي دراسة هذه المرحلة بها، متمثلةً في كليتي الدراسات العليا وكلية علوم الاتصال، وأسمى آيات الشكر والعرفان والتقدير أسوقها وأعطرها بخالص الود والاحترام للمشرف على هذه الدراسة البروفيسور مختار عثمان الصديق، الذي ظل متابعاً لي لحظةً بلحظة وقدم لى ما قدم من الإرشادات والتوجيهات التي فتحت في داخلي آفاقاً جديدة في سبيل العلم والمعرفة، وتحمل معي تبعات هذه الدراسة منذ بدايتها وحتى نهايتها، والشكر أيضاً موصول للدكتور صالح موسى علي موسى، والدكتورة شذى الزين محمود، على ما قدموه لي من توجيهات وإرشادات .... والشكر للأسرة الكريمة التى ظلت تدعمني دائماً مادياً ومعنوياً طوال مسيرتى العلمية، والشكر لأسرة مكتبة جامعة سنار، والشكر موصول لأسرة مكتبة معهد إسلام المعرفة بجامعة الجزيرة وأخص بالشكر الأستاذة هناء، والأستاذ فضل، على حسن تعاونهم معي طوال فترة هذه الدراسة، كذلك الشكر موصول لأسرة مكتبة جامعة القرآن الكريم والعلوم الإسلامية، وأسرة مكتبة كلية علوم الاتصال بجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، كذلك الشكر لأسرة مكتبة جامعة إفريقيا العالمية، وأسمى آيات الشكر والعرفان للزملاء جميعاً بجامعة سنار بكل مجمعاتها وخاصةً الزملاء بكلية الآداب، والشكر موصول لرؤساء الأقسام وجنودهم الأوفياء، وأخص بالشكر الزملاء بقسم الإعلام ممثلاً فى رئيسه

الدكتور السماني أحمد محمد آدم، وشكر خاص جداً للدكتورة أسماء عبد الله علي، التي ظلت معي دائماً في المتابعة والتوجيه، ولا يفوتنى أن أشكر أسرة مكتب المسجل بكلية الآداب والشكر كذلك لأسرة مكتب الامتحانات، والشكر موصول للدكتور مجتبى الناير يوسف، والشكر أيضاً للدكتور عبد القيوم حسين عبد القيوم، وأحر آيات الشكر والعرفان مقدمة إلى البروفيسور مجدي عبد المعروف حسين أحمد، الذي كان خير دعم لي في هذه المسيرة، كذلك الشكر موصول للأخ ورفيق الدرب محمود محمد علي، والذي كان له القدح المعلى في إنجاز هذا الجهد، والشكر لكل من ساهم فى إخراج هذه الدراسة في صورتها النهائية ولو بشق كلمة.

الدَّارس

مستخلص الدراسة

الدراسة: فاعلية العلاقات العامة فى التخطيط لتحسين الصورة الذهنية لمؤسسات التعليم العالي، دراسة تطبيقية على عينة من الجامعات السودانية، في الفترة من يناير ٢٠١٨م إلى ديسمبر ٢٠٢١م

الدَّارس: عبد الباسط عطا المنان أحمد محمد

الدرجة: الدكتوراه

البريد الإلكتروني: almnan٢٠٠٧@gmail.com

تناولت هذه الدراسة "فاعلية العلاقات العامة فى التخطيط لتحسين الصورة الذهنية لمؤسسات التعليم العالي، دراسة تطبيقية على عينة من الجامعات السودانية، في الفترة من يناير ٢٠١٨م إلى ديسمبر ٢٠٢١م"، وتمثلت مشكلة الدراسة فى سؤال رئيس وهو: ما مدى فاعلية العلاقات العامة في التخطيط لتحسين الصورة الذهنية للجامعات السودانية؟ والتي تتمثل في جامعة: السودان للعلوم والتكنولوجيا، القرآن الكريم والعلوم الإسلامية، النيل الأزرق، أم درمان الأهلية. وهدفت الدراسة لتحقيق عدد من الأهداف أهمها: معرفة مدى فاعلية وظيفة التخطيط التي تمارسها أجهزة العلاقات العامَّة داخل الجامعات السُّودانية، بيان مدى استخدام وظيفة التخطيط وقدرتها وأهميتها التي تتبعها أجهزة العلاقات العامَّة بالجامعات السودانية والتي تهدف من خلالها إلى التخطيط لتحسين الصورة الذهنية، وتتمثل أهمية الدراسة في التوصل إلى نتائج علمية من خلال استخدام التخطيط لبرامج العلاقات العامة وفاعليته في تحسين الصورة الذهنية للجامعات السودانية، وقد تكون مجتمع الدراسة من العاملين بالجامعات السودانية متمثلاً في: العاملين بالعلاقات العامة، الأساتذة، الموظفين، التقنيين، وقد استخدم الدارس العينة القصدية، واتبع الدارس المنهج الوصفي ومسح أساليب الممارسة المهنية للعلاقات العامة بالجامعات السودانية، كما استخدم عدد من الأدوات لجمع المعلومات أهمها: الملاحظة والمقابلة والاستبانة، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: أن العلاقات العامة بالجامعات السودانية تقوم بوضع الخطط للحملات الإعلامية لتسويق برامج الجامعة وهذا بدوره يمكن أن يساهم في تحسين الصورة الذهنية لهذه الجامعات لدى الجمهور الداخلي والخارجي، تسعى العلاقات العامة بالجامعات السودانية لتحسين صورتها الذهنية من خلال ممارسة التخطيط للبرامج التي تساهم في الحد من ظاهرة العنف الطلابي بالجامعات السودانية.

Abstract

Title: The Effectiveness of Public Relations in Planning to Improve the Image of Higher Education Institutions An Applied Study on a Sample of Sudanese Universities from January ٢٠١٨ to December ٢٠٢١

Student: Abd Albasit Atta Almanan Ahmed Mohammed
Degree: PhD
E.mail: almnan٢٠٠٧@gmail.com

This research dealt with the effectiveness of public relations in planning to improve the image of higher education institutions, an applied study on a sample of Sudanese universities, from January ٢٠١٨ to December ٢٠٢١ AD" The research problem was represented in a major question, which is :How effective is public relations in planning to improve the image the mentality of the Sudanese universities, which are represented by the Sudan University of Science and Technology, the Qur'an and Islamic Science, Blue Nile, Omdurman Ahlia University?. The goal of this research is to achieve several objectives, the most important of which are: identifying the functions that the public relations bodies exercise within the Sudanese universities, exploring the function of planning, its capacity and the importance of the public relations bodies in the Sudanese universities, which aims to plan to improve the image. The importance of the study represented to achieve scientific results through the usage of planning to improve the image to the Sudanese universities. The research population consists of workers in the Sudanese universities and it represented in: university public relations workers, professors, employees, and technicians. The researcher used the intentional sample, also the descriptive method and surveying the professional practice of public relations in the Sudanese universities, and the researcher used various tools to collect data, the most important of which are: observation, interview, and questionnaire. The research reached several findings, the most important of which are**:** that public relations in the Sudanese universities are drawing up plans for media campaigns to advertise university programs, which can contribute to improve the mental image of these universities among the internal and external public. Public relations in the Sudanese universities seek to improve their mental image through the practice of planning programs that contribute to reduce the phenomenon of student violence in the Sudanese universities.

قائمة المحتويات

الرقم	المحتوى	الصفحة
١	استهلال	أ
٢	إهداء	ب
٣	شكر وعرفان	ج
٤	مستخلص الدراسة	هـ
٥	Abstract	و
٦	قائمة المحتويات	ز
٧	قائمة الجداول	ي
٨	قائمة الأشكال	ل
٩	**الفصل الأول: الإطار المنهجي للدِّراسة**	٢- ١٨
١٠	مقدمة	٢
١١	أسباب اختيار الموضوع	٣
١٢	مشكلة الدراسة	٣
١٣	تساؤلات الدراسة	٤
١٤	أهداف الدراسة	٤
١٥	أهمية الدراسة	٥

١٦	مجتمع الدراسة	٥
١٧	عينة الدراسة	٦
١٨	منهج الدراسة	٦
١٩	أدوات الدراسة	٦
٢٠	حدود الدراسة	٧
٢١	مصطلحات الدراسة	٨
٢٢	الدراسات السابقة	١١
٢٣	**الفصل الثاني: مفاهيم حول العلاقات العامة**	٢٠ – ٧١
٢٤	المبحث الأول: مفهوم العلاقات العامَّة ونشأتها وتطورها	٢٠
٢٥	المبحث الثاني: أهمية العلاقات العامَّة وأهدافها	٣٥
٢٦	المبحث الثالث: وظائف العلاقات العامَّة ومجالاتها	٤٥
٢٧	المبحث الرابع: برامج العلاقات العامة والتخطيط لها	٥٩
٢٨	**الفصل الثالث: تخطيط العلاقات العامة**	٧٣ – ١٠١
٢٩	المبحث الأول: مفهوم التخطيط في العلاقات العامَّة وأهميته	٧٣
٣٠	المبحث الثاني: أسس التخطيط للعلاقات العامَّة ومقوماته	٨١
٣١	المبحث الثالث: خطوات التخطيط في العلاقات العامَّة	٨٨
٣٢	المبحث الرابع: معوِّقات التخطيط للعلاقات العامَّة	٩٦

٣٣	**الفصل الرابع: مفاهيم حول الصَّورة الذِّهنيَّة**	**١٠٣ – ١٣٩**
٣٤	المبحث الأول: مفهوم الصُّورة الذِّهنيَّة وأهميَّتها	**١٠٣**
٣٥	المبحث الثاني: وسائل العلاقات العامَّة لتشكيل الصورة المرغوبة	**١١٦**
٣٦	المبحث الثالث: مبادئ التخطيط للصُّورة الذِّهنيَّة	**١٢٧**
٣٧	المبحث الرابع: العلاقات العامة وإدارة الصُّورة الذِّهنيَّة	**١٣٩**
٣٨	**الفصل الخامس: الدراسة التطبيقية**	**١٤١– ٢٣٩**
٣٩	أولاً: نبذة تاريخية عن الجامعات السودانية موضع التطبيق	**١٤١**
٤٠	ثانياً: الإجراءات المنهجية للدراسة	**١٧٢**
٤١	ثالثاً: عرض وتحليل البيانات وتفسيرها	**١٨٠**
٤٢	خاتمة	**٢٢٤**
٤٣	النتائج	**٢٢٥**
٤٤	التوصيات	**٢٢٧**
٤٥	المصادر والمراجع	**٢٢٩**
٤٦	الملاحق	

قامة الجداول

الرقم	الجدول	الصفحة
١	جدول رقم (١) يوضح أعداد ودرجات القوى العاملة بإدارة العلاقات العامة بجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.	١٤٩
٢	جدول رقم (٢) يوضح أسماء الأساتذة الذين قاموا بتحكيم استبانة الدراسة وتخصصاتهم والجامعات التي ينتمون إليها.	١٧٤
٣	جدول رقم (٣) يوضح نسب توزيع استبانة الدراسة بين الجامعات السودانية التي تم اختيارها لتمثل مؤسسات التعليم العالي بالسودان.	١٧٥
٤	جدول رقم (٤) يوضح الصدق البنائي لمجالات الدراسة (محاور الدراسة) (معامل ارتباط بيرسون).	١٧٦
٥	جدول رقم (٥) يوضح قيم معامل الثبات لأداة الدراسة (طريقة ألفا كرونباخ).	١٧٨
٦	جدول رقم (٦) يوضح الخصائص والسمات الشخصية لأفراد العينة المبحوثة بمؤسسات التعليم العالي (الجامعات السودانية موضع التطبيق).	١٨٠
٧	جدول رقم (٧) يوضح اختبار (كا ^{٢}) لمعرفة العلاقة بين نوع أفراد العينة المبحوثة (ذكر، أنثى) والمستوى التعليمي عند (n=٢٠٠).	١٨١
٨	جدول رقم (٨) اختبار (كا ^{٢}) لمعرفة العلاقة بين المستوى التعليمي والوظيفة عند (n=٢٠٠).	١٨٢
٩	جدول رقم (٩) يوضح آراء أفراد العينة حول مدى ممارسة الوظائف الأساسية للعلاقات العامة والإعلام بجامعاتهم والنسب المئوية لبدائل الفقرات والمتوسط الحسابي لكل فقرة من فقرات المحور الأول.	١٨٥
١٠	جدول رقم (١٠) يوضح آراء أفراد العينة المبحوثة في مدى ممارسة العلاقات العامة والإعلام بجامعاتهم للبرامج الإعلامية والنسب المئوية لبدائل الفقرات والمتوسط الحسابي لكل فقرة من فقرات المحور الثاني.	١٩٣

١١	جدول رقم (١١) يوضح آراء أفراد العينة المبحوثة حول مدى فاعلية العلاقات العامة والإعلام بجامعاتهم لوظيفة التخطيط لتحسين الصورة الذهنية لجامعاتهم والنسب المئوية لبدائل الفقرات والمتوسط الحسابي لكل فقرة من فقرات المحور الثالث.	١٩٩
١٢	جدول رقم (١٢) يوضح آراء أفراد العينة المبحوثة حول المشكلات والمعوقات التي تواجه العلاقات العامة والإعلام بجامعاتهم والنسب المئوية لبدائل الفقرات والمتوسط الحسابي لكل فقرة من فقرات المحور الرابع.	٢١٠
١٣	جدول رقم (١٣) تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) يعزى للنوع.	٢١٩
١٤	جدول رقم (١٤) تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) يعزى للفئة العمرية.	٢٢٠
١٥	جدول رقم (١٥) تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) يعزى للمستوى التعليمي.	٢٢١
١٦	جدول رقم (١٦) تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) يعزى للوظيفة.	٢٢٢
١٧	جدول رقم (١٧) تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) يعزى للحالة الاجتماعية.	٢٢٣

قائمة الأشكال

الرقم	الشكل	الصفحة
١	شكل رقم (١) يوضح العلاقة بين النوع والمستوى التعليمي لأفراد العينة المبحوثة بمؤسسات التعليم العالي (الجامعات السودانية موضع التطبيق).	١٨١
٢	شكل رقم (٢) يوضح العلاقة بين المستوى التعليمي والوظيفة لأفراد العينة المبحوثة بمؤسسات التعليم العالي (الجامعات السودانية موضع التطبيق).	١٨٢
٣	شكل رقم (٣) يوضح آراء أفراد العينة حول مدى ممارسة الوظائف الأساسية للعلاقات العامة والإعلام بجامعاتهم والنسب المئوية لبدائل الفقرات لكل فقرة من فقرات المحور الأول.	١٨٧
٤	شكل رقم (٤) يوضح آراء أفراد العينة المبحوثة في ممارسة البرامج الإعلامية بمؤسسات التعليم العالي (الجامعات السودانية موضع التطبيق) والنسب المئوية لبدائل الفقرات لكل فقرة من فقرات المحور الثاني.	١٩٤
٥	شكل رقم (٥) يوضح آراء أفراد العينة المبحوثة حول مدى فاعلية العلاقات العامة والإعلام لوظيفة التخطيط لتحسين الصورة الذهنية بمؤسسات التعليم العالي (الجامعات السودانية موضع التطبيق) والنسب المئوية لبدائل الفقرات لكل فقرة من فقرات المحور الثالث.	٢٠١
٦	شكل رقم (٦) يوضح آراء العينة المبحوثة بمؤسسات التعليم العالي (الجامعات السودانية موضع التطبيق) حول المشكلات والمعوقات التي تواجه العلاقات العامة والإعلام بجامعاتهم والنسب المئوية لبدائل الفقرات لكل فقرة من فقرات المحور الرابع.	٢١٢