

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الاستهلال

الآية

بسم الله الرحمن الرحيم

قال تعالى:

قَالَ مَا لِي  أَرَى الْهُدُودَ أَمْ كَأَن كَانَ مِنَ الْغَائِبِينَ ﴿٢٠﴾ بَنَتْهُ
أَوْ لَأَذْبَحَنَّهُ أَوْ لِيَأْتِيَنَّي بِسُلْطَانٍ مُّبِينٍ ﴿٢١﴾ فَجَعَلْنَا
الْمَ تَحِطُّ بِهِ وَجِئْتُكَ مِنْ سَبَإٍ بِنَبَإٍ يَقِينٍ ﴿٢٢﴾ 

صدق الله العظيم

سورة النمل، الآيات: 20-22

الإهداء

إلى روح أمي الحبيبة... رحمها الله.
إلى روح والدي رحمه الله وادخله فسيح جناته.
وفاءً وعرفاناً.

الشكر والعرفان

الحمد لله الهادي الراشد النافع بعلمه كل عابد عالم الغيب والشهادة،
أزجي أسمى آيات الشكر والتقدير لجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا،
وشكري يمتد إلى كلية علوم الاتصال جامعة السودان، وإلى أسرة مكتبة
الجامعة، كما لا يفوتني أن أتقدم بشكري إلى مكتبة كلية الإعلام جامعة أم
درمان الإسلامية.

والشكر موصول إلى مركز المحايد للتدريب الإعلامي على رأسهم
الدكتور/ بشرى يوسف محمد حسن المشرف على هذا البحث لتوجيهاته
القيمة. والشكر موصول **للدكتور/ عبد العظيم نور الدين** الذي وضع بصمته في
الجانب المنهجي للدراسة. والشكر يمتد إلى **الدكتور/ محمد سيد أحمد** الذي قام
بتصحيح هذا الرسالة تلغويًا، كما لا يفوتني أن أشكر **البروفسيور/ خالد فايت**
حسب الله، عميد كلية الإمام الهادي، أزجي شكري إلى **الأستاذ/ سامي**
عبد الله مدير العلاقات العامة وزارة السياحة والآثار والحياة البرية
والأستاذ/ آدم مدير العلاقات الخارجية بوزارة السياحة، كما لا يفوتني بأن
أتقدم بشكري إلى كل من أسهم بفكره ورأيه ووقته، لأن يرى هذا البحث
النور إلى مراسي القارئ الكريم.

مستخلص الدراسة باللغة العربية

محمد احمد محمد سليمان:

تخطيط برامج العلاقات العامة ودوره في تنمية السياحة السودانية:

ماجستير:

يهدف البحث الى التعرف على واقع الإعلام بصفة عامة والعلاقات العامة بصفة خاصة في وزارة السياحة والآثار والحياة البرية السودانية، ويهدف أيضاً الى قياس حجم الدور الذي تؤديه إدارة العلاقات العامة في التخطيط لأنشطة والبرامج السياحية بالوزارة. وكذلك معرفة مدى كفاءة العاملين به، كما تبين أيضاً موقف إدارة العلاقات العامة ومدى قدرتها التخطيطية التي تجعلها تستفيد من توظيف وسائل الاتصال الحديثة والقديمة واستغلالها في تنمية الإحساس بالمسئولية لدى المواطنين، وكيفية التعامل مع السائح. وتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي. كما تم استخدام أدوات البحث (الاستبانة)، وتم عرضها علي عدد(3) من المحكمين المتخصصين. ويتكون مجمع البحث من بعض موظفي وزارة السياحة، وعددهم(115) فرداً أجاب علي الأسئلة عدد(100) فرداً ولصغر حجم العينة تم اختيارهم بطريقة الحصر الشامل، ومن أهم نتائج الدراسة عدم وجود تخطيط علمي لأنشطة وبرامج العلاقات العامة بالوزارة. كما توصلت الدراسة على ضعف الهيكل التنظيمي لإدارة العلاقات العامة بوزارة السياحة. اعتماداً علي ما ورد في إجابات افراد العينة بلغت نسبة(76%) يرونها ضعيفة بينما(13%) يرونها فعالة فيما(5%) محايدون.

وجاءت أهم التوصيات وهي، العمل علي وجود خطط متطورة وواضحة قائمة علي أسس علمية لدفع حركة السياحة الداخلية وتوسيع قاعدتها. وكذلك على وزارة السياحة أن تقوم بوضع هيكل تنظيمي لإدارة العلاقات العامة بطريقة علمية. وكذلك الاهتمام بالتدريب وتأهيل الكادر البشري الذين يعمل في مجال السياحة علي أحدث مستوى لتحقيق مفهوم الجودة، وعلي درجة من الوعي والخبرة والمهارة.

تم تقسيم هذا البحث الى أربعة فصول علي أن يشمل كل فصل وثلاثة مباحث، الفصل الأول الإطار المنهجي، الفصل الثاني العلاقات العامة، الفصل الثالث السياحة، الفصل الرابع الدراسة الميدانية.

Abstract

The research targeting to know reality of media with as general and the public relations a special in Ministry of Tourism, antiquity and Sudanese wild life, also it is targeting to measure the role size which will make the public relations management. In planning activities and programmers of tourism in Ministry.

Also to know sufficiency extent of employees in the ministry also it presented attitude of the public relations management, its planning power extent which make it benefit from functioning old and modern communication and uses them in development responsibility to words and now deal with tourist. Then used analytical and descriptive method. Also used research tools (questionnaire) then represent to number of (3) specialist arbitrators. The research form from group from some employees of ministry of tourism.

About (115) person they answer the question about (100) person, because the sample so small be choice by total limitation more important results there is no existence scientific planning of activities and programmes of public relations in the ministry. The study finding out the weakness of organized structure of the public relations management in ministry of tourism. It depended on answers of sample individuals rate estimated 76% they saw it weakness but 13% saw it effective but 0% are neutrals.

The important recommendations as follow try to find developing plans so clear basic on scientific principles to push internal tourism movement and expand its base and also the ministry of tourism to make organized structure of the public relations management by scientific method also significant with training and rehabilitate the human power they with work in field of tourism on best level to achieve quality concept with experience and sufficiency.

The research contain four chapter every chapter has three subtitles, the first chapter about the framework of study, the second chapter talking about the public relations, the third about the tourism, the fourth chapter about field study.

فهرس الموضوعات

رقم الصفحة	الموضوعات
أ	البسمة
ب	الاستهلال
ج	الإهداء
د	الشكر والعرفان
هـ	مستخلص البحث باللغة العربية
و	مستخلص البحث باللغة الانجليزية (Abstract)
ز-ح	فهرس المحتويات
ط-ي	فهرس الجداول والأشكال
الفصل الأول: الإطار المنهجي للبحث	
2	المقدمة
2	مشكلة البحث
4	أهمية البحث
4	أهداف البحث
5	منهج البحث
7	الإجراءات المنهجية للبحث
11	الدراسات السابقة
الفصل الثاني: العلاقات العامة	
26 - 15	المبحث الأول: العلاقات العامة
35 - 27	المبحث الثاني: أهداف ووظائف العلاقات العامة
48 - 36	المبحث الثالث: التخطيط في العلاقات العامة
الفصل الثالث: : الإعلام السياحي	
72 - 49	المبحث الأول: مفهوم الإعلام السياحي
83 - 73	المبحث الثاني: العلاقات العامة في المجال السياحي
96 - 84	المبحث الثالث: تخطيط برنامج العلاقات العامة في المجال السياحي

الفصل الرابع: الدراسة الميدانية	
100 - 97	أولاً: نبذة عن وزارة السياحة وجهاز العلاقات العامة
103-101	ثانياً: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية
145-104	ثالثاً: تحليل البيانات وعرضها.
148-146	رابعاً: النتائج والتوصيات
155-149	خامساً: المصادر والمراجع
سادساً: الملاحق	
	ملحق رقم (1) قائمة بأسماء المحكمين
	ملحق رقم (2) المقابلات
	ملحق رقم (3) صحيفة الاستبانة

فهرس الجداول والاشكال

رقم الصفحة	الجدول
105	جدول وشكل رقم(1) التوزيع التكراري وفق متغير النوع
106	جدول وشكل رقم(2) التوزيع التكرار وفق متغير مستوى العلمي
107	جدول وشكل رقم (3) التوزيع التكراري وفق متغير التخصص
108	جدول وشكل رقم(4) التوزيع التكراري وفق متغير سنوات الخبرة
109	جدول رقم (5) الثبات والصدق الإحصائي لإجابات أفراد العينة الاستطلاعية على الاستبيان
111	جدول رقم (6) التوزيع التكراري لإجابات عبارات المحور الاول
112	جدول رقم(7) الوسيط والانحراف المعياري لإجابات المحور الاول
113	جدول رقم (8) نتائج اختبار مربع كاي لدلالة الفروق للإجابات عبارات الفرضية الأولى
116	جدول رقم(9) التوزيع التكراري لإجابات عبارات المحور الثاني
117	جدول رقم (10) الوسيط والانحراف المعياري لإجابات عبارات المحور الثاني
118	جدول رقم (11) نتائج اختبار مربع كاي لدلالة الفروق للإجابات على عبارات الفرضية الثاني
120	جدول رقم (12) التوزيع التكراري لإجابات عبارات المحور الثالث
122	جدول(13) الوسيط والاحراف المعياري عبارات المحور الثالث
124	جدول رقم (14) نتائج اختبار مربع كاي لدلالة الفروق للإجابات على عبارات الفرضية الثالثة
129	الجدول (15) لتوزيع التكراري لإجابات عبارات المحور الرابع
130	جدول رقم (16) الوسيط والانحراف المعياري لإجابات عبارات المحور الرابع
131	جدول رقم (17) نتائج اختبار مربع كاي لدلالة الفروق للإجابات على عبارات الفرضية الرابع

133	جدول رقم(18) التوزيع التكراري لإجابات عبارات المحور الخامس
134	جدول رقم (19) الوسيط والاحراف المعياري لإجابات عبارات المحور الخامس
135	جدول رقم (20) نتائج اختبار مربع كاي لدلالة الفروق للإجابات على عبارات الفرضية الخامسة
136	جدول رقم(21) التوزيع التكراري لإجابات افراد عينة الدراسة علي عبارات المحور السادس
137	جدول رقم(22) يوضح متغير فرضية عبارات المحور السابع
138	جدول رقم(23) يوضح متغير فرضية عبارات المحور الثامن
140	جدول رقم (24)الوسيط والاحراف المعياري لإجابات عبارات الفرضية الثامنة
141	جدول رقم (25) نتائج اختبار مربع كاي لدلالة الفروق للإجابات على عبارات الفرضية الثامنة