

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

(أَ حَسِبَ النَّاسُ أَنْ يُتْرَكُوا أَنْ يَقُولُوا آمَنَّا وَهُمْ لَا يُفْتَنُونَ)

صدق الله العظيم

سورة العنكبوت، الآية 2

الإهداء

أهدي هذا الجهد المتواضع:

• إلى روح والدي الطاهرة، أسكنه الله فسيح جناته.

• وإلى والدتي حفظها الله من كل مكروه.

[وَقُلْ رَبِّ ارْحَمْهُمَا كَمَا رَبَّيْنِي صَغِيرًا] [الإسراء: 24].

• وإلى أسرتي.

• وإلى كل من وقف بجانبني وشجّعني على إنجاز هذه الدراسة.

.. راجياً أن تتال رضاهم واستحسانهم ..

الشكر والتقدير

قال تعالى: [لَئِنْ شَكَرْتُمْ لَأَزِيدَنَّكُمْ] [إبراهيم: 7].

الحمد لله، فهو أهل الثناء والمجد، وأمتثل لقول الرسول ع عندما قال: (لَا يُشْكُرُ اللَّهَ مَنْ لَا يُشْكُرُ النَّاسَ) [سنن أبي داود].

أتقدم بوافر الشكر والتقدير لجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا ممثلة في كلية الدراسات العليا وكلية علوم الاتصال ، وكل الشكر والتقدير للدكتور / معتصم بابكر، المشرف على الدراسة و الأستاذ الدكتور / حسن محمد الزين، المشرف المعاون، فقد كان لتوجيهها ومتابعتها المتواصلة الأثر الكبير في إخراج هذه الدراسة إلى حيز الوجود. وأزجي خالص شكري وتقديري للجنة المقومة للدراسة لصبرهم على قراءتها وتقويمها.

كما أتقدم بالشكر والعرفان لكل من دعمني ، خاصة أبناء دفعتي وزملائي لما قدموه من مساندة، فقد كان لهم دور مهم في إنجاز هذه الدراسة.

.. جزى الله الجميع خير الجزاء ..

.. وآخر دعوانا أن الحمد لله رب العالمين ..

المستخلص

تتناول الدراسة (دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات بالتطبيق على وزارة التجارة خلال الفترة من 2007م الى 2013م). ومن أهم أهداف الدراسة، دراسة أوضاع العلاقات العامة لمعرفة مدى مقدرتها العلمية والعملية في إدارة الأزمات، والتعريف على بعض جوانب القوة والضعف للعلاقات العامة من خلال اعتمادها على البحوث والتخطيط، لإستخدام وسائل الإتصال إستخداماً فعالاً في إدارة الأزمات. وتتجلى أهمية الدراسة في مكانة العلاقات العامة في العصر الحديث ودورها في إدارة الأزمات وأهمية التطبيق على (وزارة التجارة)، وفي معرفة الخطوات والإجراءات الإيجابية والسلبية التي تقوم بها العلاقات العامة في إدارة مثل هذه الأزمات. وتم تحديد مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيس التالي: ما الدور الذي تقوم به العلاقات العامة في ادارة أزمات الصادرات السودانية؟

كما تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي لمعالجة بياناتها ومعلوماتها. وخرجت الدراسة بعدد من النتائج، منها: أنّ العلاقات العامة ترتبط ارتباطاً وثيقاً بإدارة الأزمات، من خلال مهامها الرئيسية: التخطيط، التنفيذ، التنسيق، الاتصال، التقييم. وأثبتت النتائج أنّ عمل العلاقات العامة في الأزمات لا يقتصر على الوظيفة التصحيحية أو العلاجية، وإنما يشمل الوظيفة الوقائية التي ربما تمنع حدوث الأزمات.

وفي ضوء النتائج خرجت الدراسة بعدد من التوصيات من أبرزها: التخطيط السليم والشامل من قبل العلاقات العامة في مراحل الأزمات المحتملة، ومن التوصيات أيضاً الحرص على وضع خطة إعلامية مسبقة لمواجهة الأزمات، مع توفير عناصر المرونة الواقعية في الخطة لتستوعب أي تغييرات في مسار الأزمة، والاستفادة من عنصر الوقت في مواجهة الأزمة.

Abstract

This study deals with the role of **Public Relations (PR)** in crisis management by applying it to the Ministry of Trade during the period from 2007 up to 2013. The most important objectives of this study are as follows: studying the **public relations** conditions (*status*) in order to find out the extent of its scientific & practical appropriateness in crisis management, identifying some aspects of the strengths & weaknesses of **public relations** through its reliance on researches, as well as plan to use communication means effectively in crisis management.

The importance of the study becomes manifest in the significance of the **public relations** in the modern era, its role in crisis management, in addition to the importance of the application on **(the Ministry of Trade)** in defining the steps and both positive & negative procedures carried out by the **public relations** in managing such crises.

The study problem is identified in the following main question: What is the role played by **public relations** regarding managing the crises of the Sudanese exports? The descriptive, analytical method used for processing the data and information about this study.

The study has come out with numerous findings, including: **a public relations (PR) is** closely linked with crisis management through its key functions of planning, implementation, coordination, communication, and evaluation. The results proved that the work of public relations in crisis is not limited to job corrective, or remedial action, but it also includes the protective function of **public relations (PR)** which may prevent the occurrence of crises. In light of the study outcomes, the study came out with several recommendations, notably: the proper and comprehensive planning of **public relations** during the phases of potential crises. The recommendations also include; adherence to develop an advance media plan to face crises by providing factual flexibility elements in such plan in order to accommodate any changes in the course of the crisis. crisis management in order to minimize the aggravation of such crises, especially the Sudanese exports crises.

الفهرس

رقم الصفحة	الموضوع	م
أ	الإهداء	.1
ب	الشكر والتقدير	.2
ج	المستخلص	.3
هـ	Abstract	.4
و	فهرس المحتويات	.5
ح	فهرس الجداول	.6
م	فهرس الأشكال	.7
1	الفصل الأول: الإطار النظري	.8
14	الفصل الثاني: العلاقات العامة	.9
15	المبحث الأول: نشأة وتطور العلاقات العامة	.10
33	المبحث الثاني: أهداف العلاقات العامة	.11
49	المبحث الثالث: الاتصال في العلاقات العامة	.12
67	الفصل الثالث: إدارة الأزمات	.13
68	المبحث الأول: مفهوم الأزمة	.14
85	المبحث الثاني: أنواع الأزمات والتنبؤ بها	.15
103	المبحث الثالث: طرق وأساليب التصدي للأزمات	.16
122	الفصل الرابع: العلاقات العامة والتخطيط للحملات الإعلامية	.17
123	المبحث الأول: التخطيط لبرامج العلاقات العامة	.18
141	المبحث الثاني: مفهوم الحملة الإعلامية	.19
159	المبحث الثالث: التخطيط للحملات الإعلامية في العلاقات العامة	.20
172	الفصل الخامس: وزارة التجارة	.21

173	المبحث الأول: وزارة التجارة النشأة والتطور	.22
177	المبحث الثاني: الصادرات السودانية	.23
187	إجراءات الدراسة الميدانية	.24
266	نتائج الدراسة	.25
268	توصيات الدراسة	.26
270	قائمة المراجع	.27
286	الملاحق	.28

فهرس الجداول

رقم الصفحة	الموضوع	م
80	جدول رقم (1) يوضح مراحل حياة الأزمة	1
129	جدول رقم (2) يوضح الخطوات التي تتم في كل مرحلة من مراحل التقييم الثلاث	2
130	جدول رقم (3) يوضح تكاملية التقييم للبرامج	3
193	جدول رقم (4) يوضح أعمار أفراد العينة	4
195	جدول رقم (5) يوضح المؤهل العلمي	5
196	جدول رقم (6) يوضح التخصص الأكاديمي	6
197	جدول رقم (7) يوضح سنوات الخبرة	7
198	جدول رقم (8) يوضح عدد الدورات لأفراد العينة	8
199	جدول رقم (9) يوضح توقع العلاقات العامة للمخاطر المحتمل حدوثها من خلال رصد وتحليل الاحتمالات، والتغيرات التي تشير الى وقوع أزمة.	9
200	جدول رقم (10) يوضح استفادة العلاقات العامة بالوزارة من وسائل الإنذار المبكر، والإشارات التحذيرية التي تنذر بقرب وقوع أزمة، كأساليب وقائية لاحتواء الأزمة قبل حدوثها.	10
201	جدول رقم (11) يوضح تضع العلاقات العامة بالوزارة خطط وإجراءات التعامل مع كل أزمة حسب طبيعتها قبل حدوثها من خلال رسم السيناريوهات التي تظهر بها الأزمة والطرق المثلى للسيطرة عليها.	11
202	جدول رقم (12) يوضح الاجراءات والخطط التي تتخذها العلاقات العامة بالوزارة في ادارة الازمات تخفف من حدة الازمة.	12

203	جدول رقم (13) يوضح تقدير العلاقات العامة بالوزارة الوقت المناسب لأحتواء الأزمة قبل حدوثها.	13
204	جدول رقم (14) يوضح تحدد العلاقات العامة بالوزارة مع الإمكانيات المادية والبشرية التي يتطلبها التعامل مع الأزمة قبل وأثناء وبعد حدوثها	14
205	جدول رقم (15) يوضح توجد خطط واضحة للعلاقات العامة بالوزارة تمكنها من ادارة الازمات	15
206	جدول رقم (16) يوضح حرص العلاقات العامة بالوزارة على استخدام وسائل الاتصال التي تسمح بإيصال الكم والنوع المناسب من المعلومات في الوقت المناسب لاتخاذ القرار	16
207	جدول رقم (17) يوضح تنظيم العلاقات العامة بالوزارة لعملية الاتصال بصورة مرضية إثناء الأزمة	17
208	جدول رقم (18) يوضح توفر العلاقات العامة بالوزارة نظام اتصال يسمح بتبادل المعلومات ذات العلاقة بالأزمة بين كافة المعنيين بها على المستوى الأفقي والرأسي	18
209	جدول رقم (19) يوضح تستخدم العلاقات العامة بالوزارة وسائل الاعلام المرئية لأدارة أزمات الصادات	19
210	جدول رقم (20) يوضح استخدام العلاقات العامة بالوزارة لوسائل الاعلام المسموعة في التصدي لأزمات الصادات	20
211	جدول رقم (21) يوضح تستخدم العلاقات العامة بالوزارة وسائل الاعلام المقروءة في التصدي لأزمات الصادات	21
212	جدول رقم (22) يوضح ترصد العلاقات العامة ما ينشر حول الأزمات للرد أو التعليق عليه	22
213	جدول رقم (23) يوضح تضع العلاقات العامة بالوزارة معايير موضوعية لتقييم الأزمات بصفة مستمرة	23

214	جدول رقم (24) يوضح تقييم العلاقات العامة بصفة مستمرة الإمكانات والقوى البشرية اللازمة للتعامل مع الأزمات	24
215	جدول رقم (25) يوضح حرص العلاقات العامة على بالوزارة كشف مستويات الانحراف في خطط إدارة الأزمات	25
216	جدول رقم (26) يوضح تفحص العلاقات العامة خطط طوارئ الأزمات والقرارات المتخذة باستمرار لإدخال التعديلات المناسبة في ضوء تطور الأوضاع	26
217	جدول رقم (27) يوضح توجد جوانب قوة في برامج وخطط العلاقات العامة بالوزارة لمواجهة ازمات الصادرات	27
218	جدول رقم (28) يوضح دراسة العلاقات العامة بالوزارة الأزمة ل للوصول إلى الأسباب التي أدت إليها من أجل تقاويه مستقبلا	28
219	جدول رقم (29) يوضح تطوير العلاقات العامة بالوزارة خطط فاعلة لمواجهة الأزمات مستقبلا في ضوء خطط الأزمات السابقة	29
220	جدول رقم (30) يوضح مدى تعرض الصادرات السودانية للأزمات	30
221	جدول رقم (31) يوضح تأثير الأزمات على تنمية وتطوير الصادرات	31
222	جدول رقم (32) يوضح تؤدي أزمات الصادرات السودانية إلي ظهور بدائل منافسة لها في الأسواق العالمية	32
223	جدول رقم (33) يوضح التنافس بين المصدرين أحد أسباب أزمات الصادرات السودانية	33
224	جدول رقم (34) يوضح أزمات الصادرات السودانية مجهولة الأسباب	34
225	جدول رقم (35) يوضح تعمل العلاقات العامة على مقابلة المتضررين من أزمات الصادرات لمعرفة مدى تأثيرها عليهم	35
226	جدول رقم (36) يوضح هناك جهات خارجية منافسة تتسبب في	36

	أزمات الصادرات السودانية	
227	جدول رقم (37) يوضح تنسيق العلاقات العامة مع وكالات الانباء ووسائل الاعلام المحلية حول تغطية ازمات الصادرات	37
228	جدول رقم (38) يوضح زود العلاقات العامة بالوزارة الجماهير بالمعلومات التي تحد من الشائعات والاذخار الكاذبة حول ازمات الصادرات السودانية	38
229	جدول رقم (39) يوضح تعقد العلاقات العامة بالوزارة مؤتمر صحفياً لشرح أبعاد أزمات الصادرات	39
230	جدول رقم (40) يوضح تنفيذ العلاقات العامة بالوزارة حملات اعلامية لتحسين الصورة الذهنية للصادرات أثناء وبعد أزمات الصادرات	40
231	جدول رقم (41) يوضح تهتم العلاقات العامة بالوزارة باعداد التصريحات قبل الادلاء بها	41
232	جدول رقم (42) يوضح تخصص العلاقات العامة بالوزارة متحدث رسمي للحد من تفاقم أزمات الصادرات	42
233	جدول رقم (43) يوضح تنوع العلاقات العامة بالوزارة فنون الاتصال الاعلامي من من تقارير وتحليلات وتعليقات عن ازمات الصادرات وتطوراتها	43
234	جدول رقم (44) يوضح موقع العلاقات العامة في الهيكل الاداري وقربها من الادارة العليا يمكنها من القيام بدورها في ادارة الأزمات	44
235	جدول رقم (45) يوضح تستعين العلاقات العامة في الوزارة بخبراء الاعلام في مراحل أزمات الصادرات لادراتها	45
236	جدول رقم (46) يوضح هناك ضعف في كفاءة وخبرة العاملين بالعلاقات العامة في الوزارة لا يؤهلهم لإدارة أزمات الصادرات	46
237	جدول رقم (47) يوضح لخطط العلاقات العامة الاعلامية بالوزارة	47

	المقدرة على استيعاب أزمات الصادرات وإدارتها بالصورة المطلوبة	
238	جدول رقم (48) يوضح تصميم العلاقات العامة بالوزارة حملات متخصصة لتنمية وتطوير الصادرات	48
239	جدول رقم (49) يوضح تتوافر معينات العمل الحديثة والامكانات المادية للعلاقات العامة بالوزارة تمكنها من ادارة أزمات الصادرات بكفاءة	49
242	جدول رقم (50) يبين تاريخ وأرقام العدد للصحف، عينة الدراسة	50
251	جدول رقم (51) أشكال المواد التحريرية	51
252	جدول رقم (52) إجابة المواد التحريرية على 5W&H	52
253	جدول رقم (53) يوضح اتجاه مضمون المواد التحريرية تجاه الصادرات السودانية	53
254	جدول رقم (54) يوضح دائرة تغطية المواد التحريرية	54
525	جدول رقم (55) يوضح مصادر المعلومات الذاتية	55
256	جدول رقم (56) يوضح الصادرات التي تناولتها المواد التحريرية	56
257	جدول رقم (57) يوضح الاستمالات الإقناعية المستخدمة	57
258	جدول رقم (58) يوضح موقع نشر المادة التحريرية	58
259	جدول رقم (59) يوضح اللغة المستخدمة	59
260	جدول رقم (60) يوضح استخدام الألوان في الحروف	60
261	جدول رقم (61) يوضح مصداقية المادة التحريرية	61
262	جدول رقم (62) يوضح موضوعية المادة التحريرية	62
263	جدول رقم (63) يوضح الجمهور المستهدف	63

فهرس الاشكال

رقم الصفحة	الموضوع	م
36	شكل رقم (1) يوضح أهداف وأنشطة العلاقات العامة	1
44	شكل رقم (2) يوضح المتطلبات الأساسية لإنجاح أهداف العلاقات العامة	2
66	شكل رقم (3) يوضح العوامل المؤثرة في تكوين الصورة الذهنية	3
130	شكل رقم (4) يوضح مجالات تقييم برامج العلاقات العامة	4
194	شكل رقم (5) يوضح أعمار أفراد العينة	5
195	شكل رقم (6) يوضح المؤهل العلمي لأفراد العينة	6
196	شكل رقم (7) يوضح التخصص المهني لأفراد العينة	7
197	شكل رقم (8) يوضح سنوات الخبرة في مجال العمل لأفراد العينة	8
198	شكل رقم (9) يوضح عدد الدورات لأفراد العينة	9
200	شكل رقم (10) يوضح توقع العلاقات العامة للمخاطر المحتمل حدوثها من خلال رصد وتحليل الاحتمالات، والتغيرات التي تشير الى وقوع أزمة.	10
201	شكل رقم (11) يوضح تستفيد العلاقات العامة بالوزارة من وسائل الإنذار المبكر، والإشارات التحذيرية التي تنذر بقرع وقوع أزمة، كأساليب وقائية لاحتواء الأزمة قبل حدوثها.	11
202	شكل رقم (12) يوضح تضع العلاقات العامة بالوزارة خطط وإجراءات التعامل مع كل أزمة حسب طبيعتها قبل حدوثها من خلال رسم السيناريوهات التي تظهر بها الأزمة والطرق المثلى للسيطرة عليها.	12
203	شكل رقم (13) يوضح الاجراءات والخطط التي تتخذها العلاقات العامة بالوزارة في ادارة الازمات تخفف من حدة الازمة.	13

204	شكل رقم (14) يوضح تقدير العلاقات العامة بالوزارة الوقت المناسب لأحتواء الأزمة قبل حدوثها	14
205	شكل رقم (15) يوضح تحدد العلاقات العامة بالوزارة مع الإمكانيات المادية والبشرية التي يتطلبها التعامل مع الأزمة قبل وأثناء وبعد حدوثها	15
206	شكل رقم (16) يوضح توجد خطط واضحة للعلاقات العامة بالوزارة تمكنها من ادارة الازمات	16
207	شكل رقم (17) يوضح حرص العلاقات العامة بالوزارة على استخدام وسائل الاتصال التي تسمح بإيصال الكم والنوع المناسب من المعلومات في الوقت المناسب لاتخاذ القرار	17
208	شكل رقم (18) يوضح تنظيم العلاقات العامة بالوزارة عملية الاتصال بصورة مرضية إثناء الأزمة	18
209	شكل رقم (19) تستخدم العلاقات العامة سياسة الباب المفتوح كأداة للحصول على المعلومات الخاصة بالأزمة	19
210	شكل رقم (20) يوضح تستخدم العلاقات العامة بالوزارة وسائل الاعلام المرئية لأدارة أزمات الصادات	20
211	شكل رقم (21) يوضح استخدام العلاقات العامة بالوزارة وسائل الاعلام المسموعة في التصدي لأزمات الصادات	21
212	شكل رقم (22) يوضحتستخدم العلاقات العامة بالوزارة سائل الاعلام المقروءة في التصدي لأزمات الصادات	22
213	شكل رقم (23) يوضح رصد العلاقات العامة ما ينشر حول الأزمات للرد أو التعليق عليه	23
214	شكل رقم (24) يوضح تضع العلاقات العامة بالوزارة معايير موضوعية لتقييم الأزمات بصفة مستمرة	24
215	شكل رقم (25) يوضح تقييم العلاقات العامة بصفة مستمرة الإمكانيات	25

	والقوى البشرية اللازمة للتعامل مع الأزمات	
216	شكل رقم (26) يوضح حرص العلاقات العامة على كشف مستويات الانحراف في خطط إدارة الأزمات	26
217	شكل رقم (27) يوضح تفحص العلاقات العامة خطط طوارئ الأزمات والقرارات المتخذة باستمرار لإدخال التعديلات المناسبة في ضوء تطور الأوضاع	27
218	شكل رقم (28) يوضح توجد جوانب قوة في برامج وخطط العلاقات العامة بالوزارة لمواجهة ازمات الصادرات	28
219	شكل رقم (29) يوضح دراسة العلاقات العامة بالوزارة الأزمة للوصول إلى الأسباب التي أدت إليها من أجل تفاديها مستقبلا	29
220	شكل رقم (30) يوضح تطوير العلاقات العامة بالوزارة خطط فاعلة لمواجهة الأزمات مستقبلا في ضوء خطط الأزمات السابقة	30
221	شكل رقم (31) يوضح مدى تعرض الصادرات السودانية للأزمات	31
222	شكل رقم (32) يوضح تأثير الأزمات على تنمية وتطوير الصادرات	32
223	شكل رقم (33) يوضح تؤدي أزمات الصادرات السودانية إلي ظهور بدائل منافسة لها في الأسواق العالمية	33
224	شكل رقم (34) يوضح التنافس بين المصدرين أحد أسباب أزمات الصادرات السودانية	34
225	شكل رقم (35) يوضح أزمات الصادرات السودانية مجهولة الأسباب	35
226	شكل رقم (36) يوضح تعمل العلاقات العامة على مقابلة المتضررين من أزمات الصادرات لمعرفة مدى تأثيرها عليهم	36
227	شكل رقم (37) يوضح هناك جهات خارجية منافسة تتسبب في أزمات الصادرات السودانية	37
228	شكل رقم (38) يوضح تنسق العلاقات العامة مع وكالات الانباء ووسائل الاعلام المحلية حول تغطية ازمات الصادرات	38

229	شكل رقم (39) يوضح زُود العلاقات العامة بالوزارة الجماهير بالمعلومات التي تحد من الشائعات والايخبار الكاذبة حول ازمات الصادرات السودانية	39
230	شكل رقم (40) يوضح تعقد العلاقات العامة بالوزارة مؤتمر صحفياً لشرح أبعاد أزمات الصادرات	40
231	شكل رقم (41) يوضح تنفيذ العلاقات العامة بالوزارة حملات اعلامية لتحسين الصورة الذهنية للصادرات أثناء وبعد أزمات الصادرات	41
232	شكل رقم (42) يوضح تهتم العلاقات العامة بالوزارة باعداد التصريحات قبل الادلاء بها	42
233	شكل رقم (43) يوضح تخصص العلاقات العامة بالوزارة متحدث رسمي للحد من تفاقم أزمات الصادرات	43
234	شكل رقم (44) يوضح تنوع العلاقات العامة بالوزارة فنون الاتصال الاعلامي من من تقارير وتحليلات وتعليقات عن ازمات الصادرات وتطوراتها	44
235	شكل رقم (45) يوضح موقع العلاقات العامة في الهيكل الاداري وقربها من الادارة العليا يمكنها من القيام بدورها في ادارة	45
236	شكل رقم (46) يوضح تستعين العلاقات العامة في الوزارة بخبراء الاعلام في مراحل أزمات الصادرات لادارتها	46
237	شكل رقم (47) يوضح هناك ضعف في كفاءة وخبرة العاملين بالعلاقات العامة في الوزارة لا يؤهلهم لإدارة أزمات الصادرات	47
238	شكل رقم (48) يوضح لخطط العلاقات العامة الاعلامية بالوزارة المقدره على استيعاب أزمات الصادرات وادارتها بالصورة المطلوبة	448
239	شكل رقم (49) يوضح تصمم العلاقات العامة بالوزارة حملات متخصصة لتنمية وتطوير الصادرات	49
240	شكل رقم (50) يوضح تتوافر معينات العمل الحديثة والامكانيات المادية	50

	للعلاقات العامة بالوزارة تمكنها من ادارة أزمات الصادرات بكفاءة	
251	شكل رقم (51) يوضح أشكال المواد التحريرية	51
252	شكل رقم (52) يوضح إجابة المواد التحريرية على 5W&H	52
253	شكل رقم (53) يوضح اتجاه مضمون المواد التحريرية تجاه الصادرات السودانية	53
254	شكل رقم (54) يوضح دائرة تغطية المواد التحريرية	54
256	شكل رقم (55) يوضح مصادر المعلومات الذاتية	55
257	شكل رقم (56) يوضح الصادرات التي تناولتها المواد التحريرية	56
258	شكل رقم (57) يوضح الاستمالات الإقناعية المستخدمة	57
259	شكل رقم (58) يوضح موقع نشر المادة التحريرية	58
260	شكل رقم (59) يوضح اللغة المستخدمة	59
261	شكل رقم (60) يوضح استخدام الألوان في الحروف	60
262	شكل رقم (61) يوضح مصداقية المادة التحريرية	61
263	شكل رقم (62) يوضح موضوعية المادة التحريرية	62
264	شكل رقم (63) يوضح الجمهور المستهدف	63