



بسم الله الرحمن الرحيم



جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا

كلية علوم الإتصال

قسم العلاقات العامة والإعلان

بحث تكميلي لنيل درجة البكالوريوس بعنوان :

تقنيات الإتصال ودورها في تقوية العلاقة بالجمهور

دراسة وصفية تحليلية في الفترة من 2015 م – 2016 م
(بالتطبيق علي شركة سوداني للاتصالات)

Communication technology and its role in
strengthening the relationship with the audiences

إعداد :-

- 1- أبو بكر هاشم محمد .
- 2- أحمد عبد الحميد جاه الله .
- 3- الاء ابو تابر إبراهيم .
- 4- ريم عبد الحليم إبراهيم .
- 5- محمد صلاح الدين فتح الرحمن.
- 6- محمد عبد القادر محمد .

إشراف الدكتور :-

د/يوسف عثمان يوسف.

1437هـ - 2016م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الإستهلال

قال تعالى في محكم تنزيله:-

﴿قَالُوا سُبْحَانَكَ لَا عِلْمَ لَنَا إِلَّا مَا عَلَّمْتَنَا إِنَّكَ

أَنْتَ الْعَلِيمُ الْحَكِيمُ﴾

(سورة البقرة الآية 32)

الإهداء

فهدى بحشنا هذا إلى الذين قال تعالى فيهما
 ((وَاخْفِضْ لَهُمَا جَنَاحَ الذُّلِّ مِنَ الرَّحْمَةِ وَقُلْ رَبِّ ارْحَمْهُمَا كَمَا رَبَّيَانِي صَغِيرًا))

إليهما الأصل الذي ينسب إليه كل ما نحن عليه

إلى من نذرا عمرهما في أداء رسالة قاما بصنعها من أوراق الصبر

وطرزاها في ظلام الدهر على سراج الأمل بلا فتور أو كلل

رسالة تعلم العطاء كيف يكون العطاء وتعلم الوفاء كيف يكون الوفاء

أمهاتنا وأبائنا

إلى

إخواننا وأخواتنا

إلى زملائنا

إلى الذين قال فيهم رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَآلِهِ وَسَلَّمَ : " إِنَّا لِلَّهِ وَمَلَأَكُنْتُهُ حَتَّى النَّمْلُ

فِي جُحْرِهَا وَحَتَّى الْحُوتُ فِي الْبَحْرِ لِيُصَلُّوا عَلَيَّ مُعَلِّمِ النَّاسِ الْخَيْرِ . "

أقول لهم بشراكم بما تعلموه الناس من خير أساتذتنا والمشرف على هذا البحث

الدكتور/ يوسف عثمان يوسف

إلى كل من يبحث عن المعرفة بين ثنايا هذه الوريقات أهدي هذا البحث

ب

الشكر والعرفان

الشكر أولاً لله سبحانه وتعالى الذي وفقنا حتى يكتمل هذا البحث بهذه الصورة

المشرقة.

الشكر أجزله إلى جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا وعلي رأسها كلية علوم

الإتصال قسم العلاقات العامة والإعلان .

والشكر لمكتبة الكلية ولكل من أسدى لنا النصح والمشورة،

الشكر أجزله إلى المشرف الفاضل الدكتور/ يوسف عثمان يوسف

الذي وقف بجانبنا .

المستخلص :-

جاءت الدراسة تحت عنوان تقنيات الاتصال ودورها في تقوية العلاقة بالجمهور واتخذت الدراسة مجتمع يشمل فئة الشباب وهي أكثر الفئات استخداما للتكنولوجيا واستخدمت في الدراسة المنهج التحليلي لأنه يتميز بالمرونة والموضوعية ولأنه يتضمن عدد من المناهج والأساليب تمثلت مشكله الدراسة في ضعف ممارسه وظائف العلاقات العامة من خلال المواقع الالكترونية وعدم توفير المؤسسات طرق للتواصل مع الجمهور الخارجي عن طريق التقنيات الحديثة في حين تستخدم هذه التقنيات في إستخدامات أخرى غير حسنة وغير أخلاقية. واستخدمت المجموعة الباحثة وسيلة الاستبيان عن طريق المقابلة الشخصية .

ومن اهم اهداف الدراسة ممارسة العلاقات العامة من خلال الموقع الالكتروني للمؤسسة ووضع معايير لممارسة وظائف العلاقات العامة من خلال خدمات الانترنت من حيث الموظف ومدى خبرته ومؤهلاته وإتقانه للوظيفة .

وتأتى أهمية البحث بصفة عامة علي انه يمثل قاعدة معلوماتية عريضة يتم يجب يتم الرجوع اليها من قبل الباحثين والمتخصصين في مجال العلاقات العامة وأما أهميته بصفة خاصة ترجع للدور الوظيفي الذي يجب أن تقوم به العلاقات العامة في شرح مفهوم التكنولوجيا ودورها في تعزيز العلاقة مع الجمهور بصورة علمية صحيحة وتكوين صورة ذهنية جيدة في أذهان الجمهور المستهدف من الخدمة الاتصالية .

وأن تكنولوجيا الاتصال ومواقع التواصل الاجتماعي قد ساهمت في ايجاد المبدعين وتمية قدراتهم واكتشاف المواهب والابداع واستخدام كل منطلقات التداول الاعلامي ومعرفة النتائج وقياس مدى نجاحها والاستفادة منها وعلى شركات الاتصال ان توفر مواقع للتواصل مع الجمهور الخارجي .

Abstract:-

The study come under communication technology title and its role in strengthening the relationship with the public and has taken the study population includes young people a more groups use the technology used in the study analytical method because it is flexible and objectivity and it includes a number of approaches and styles and used the group researcher way questionnaire through personal interview .

One of the main objectives of the study the practice of public relations through the website of the institution and set standards for the exercise of the functions of public relations through online service in terms of the employee and the extent of his experience and his qualifications and his mastery of the job .

The importance of research in general as representing a database petition is must be referenced by researchers and specialists in the field of public relations and the importance in particular due to career role that must be played by public relations to explain the concept of technology and its role in strengthening the relationship with the audience in a scientific manner correct and create a picture of a good mentality in the minds of the target audience communication service .

And communication and social network sites technology has contributed to finding creative and hydration abilities and talent creativity and use all the premises media coverage and find out the results and measure its success and take advantage of them and to contact the companies that provide sites for communication with external audiences .

فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
أ	الاية
ب	الإهداء
ج	الشكر والعرفان
د-هـ	المستخلص
و	الفهرس
ز	فهرس الجداول
الفصل الأول : الإطار المنهجي	
أ	المقدمة
أ	مشكلة البحث
أ	أهمية البحث
ب	أهداف البحث
ب.ب	أسئلة البحث
ب.ب	منهجية البحث
ج	أدوات جمع المعلومات
ج	مجتمع البحث
د	مصطلحات البحث
هـ	الدراسات السابقة
الفصل الثاني : تقنيات الاتصال	
1	المبحث الأول : مفهوم تقنيات الاتصال
12	المبحث الثاني : نشأه وتطور تقنيات الاتصال
16	المبحث الثالث : استخدامات تقنيات الاتصال
الفصل الثالث : العلاقات العامة	
30	المبحث الأول : مفهوم العلاقات العامة وأهميتها
40	المبحث الثاني : نشأه وتطور العلاقات العامة
47	المبحث الثالث : أهداف ووظائف العلاقات العامة

	الفصل الرابع : الجانب التطبيقي
60	اولا : نشأه وتطور شركة سوداتل للاتصالات "سوداني"
69	ثانيا : تحليل الدراسة الميدانية للبحث
91-90	ثالثا : النتائج والتوصيات
93	المصادر والمراجع

و

فهرس الجداول

رقم الصفحة	الموضوع
71	جدول رقم (1) يوضح النوع
72	جدول رقم (2) يوضح العمر
73	جدول رقم (3) يوضح الحالة الاجتماعية
74	جدول رقم (4) يوضح المستوى التعليمي
75	جدول رقم (5) يوضح التخصص
76	جدول رقم (6) يوضح منذ متي تستخدم الانترنت
77	جدول رقم (7) يوضح اهم المجالات التي تفضل متابعتها في مواقع التواصل الاجتماعي
78	جدول رقم (8) يوضح استخدم الانترنت في دراستك الجامعية
79	جدول رقم (9) يوضح المحتوى الذي تشاهده على الانترنت
80	جدول رقم (10) يوضح ان مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في زيادة الاعمال
81	جدول رقم (11) يوضح ان التكنولوجيا حفزت المجتمع نحو العمل الخيري
82	جدول رقم (12) يوضح بأن التكنولوجيا الحديثة ومواقع التواصل الاجتماعي قد ساهمت في ايجاد المبدعين وتنمية قدراتهم
83	جدول رقم (13) يوضح ان مواقع التواصل الاجتماعي قد بنت جسور للتواصل بين الشعوب والحكومات
84	جدول رقم (14) يوضح بان مواقع التواصل الاجتماعي والمواقع الالكترونية تنقل المعلومات بمصداقية وشفافية
85	جدول رقم (15) يوضح ان بعض الافراد يفكرون في ادخال التقنيات على عمالك الخاص للمساهمة في تطويره
86	جدول رقم (16) يوضح ان الشبكات الاجتماعية لها دور في تطوير شخصية الفرد

87	جدول رقم (17) يوضح أن مواقع التواصل الاجتماعي قللت ترابط الاسر
88	جدول رقم (18) يوضح أفضل مواقع التواصل الاجتماعي
89	جدول رقم (19) يوضح انه يمكن الاستفادة من التكنولوجيا في تعزيز الاتجاهات الايجابية للمجتمع والقضاء علي الاثار السالبة

ز

الفصل الاول :-

الاطار المنهجي

مقدمة:-

أصبحت العلاقات العامة في عصرنا نشاطا له دور أساسي في كافة المجالات لذلك قد ازداد الاهتمام بها في جميع قطاعات المجتمع واعطيت عناية فائقة .
وقد اصبح لبحوث العلاقات العامة دور اساسي في المساعدة علي دعم السياسات المقبولة من الجماهير لكي تعبر عن رضاها او سخطها .
ونحن نتطرق لها في شركات الاتصال التي اصبحت جزء من نجاحها او فشلها كما يمكن لتكنولوجيا الاتصال ان تؤثر وتقوي العلاقة بالجمهور الخارجي للمؤسسة وتحسن وتطور في الصورة العامة للجمهور الخارجي وتحقق المزيد من الاتصالات مع الجمهور فان لم يكن للمؤسسة او الشركة موقع الكتروني او اي مواقع تواصل مع الجمهور فان الارجح او الصائب ان تشرع المؤسسة في انشاء مواقع حتي لا يستغني عنها الجمهور وتكون نتائجها استنتاجاتها سيئة لغيابها وعدم تمثيلها في فضاء المعلومات .
فنذكر ان مواقع التواصل الاجتماعي مع الجمهور الخارجي للمؤسسة يشكل جزء حيوي بالنسبة لصوره المؤسسة وسمعتها والتأثير في الجمهور لذلك لا بد ان يكون الموقع للمؤسسة علي اعلي درجه من المهنية والاحتراف .

مشكلة البحث :-

تمثلت مشكله الدراسة في ضعف ممارسه وظائف العلاقات العامة من خلال المواقع الالكترونية وعدم توفير المؤسسات طرق للتواصل مع الجمهور الخارجي عن طريق التقنيات الحديثة في حين تستخدم هذه التقنيات في إستخدامات أخرى غير حسنة وغير أخلاقية.

أهمية البحث:-

تأتي اهمية البحث بصفة عامة على انه يمثل قاعدة معلوماتية يتم الرجوع اليها من قبل الباحثين والمتخصصين في مجال العلاقات العامة والاعلان والكوادر العاملة .
اما اهمية هذه الدراسة بصفة خاصة أنها توضح الدور الوظيفي الذي يجب ان تقوم به العلاقات العامة في شرح مفهوم تقنيات الاتصال ودورها في تقوية العلاقة بالجمهور بصورة علمية ومنهجية ومن ثم تكوين صورة ذهنية جيدة في اذهان الجمهور المستهدف من الخدمة الاتصالية .

ويعتمد تحليل علاقة الاتصال علي نوع التفاعل او العلاقة التي تصنف الاتصال ونوع المتلقي للرسالة الاتصالية ومدى تفاعله معها واتجاهاته نحوها .
كما تسعى الدراسة الي تغيير الفكرة التقليدية عن وظائف العلاقات العامة لان هذه الوظائف يمكن ان تؤدي من خلال تدشين موقع خاص بالعملاء حتى يتمكن من التعامل مع الشركة بصورة فورية من خلال هذا الموقع وجعل العلاقات العامة ذات معالم واضحة وممارسة وظائفها بناء على التقدم التكنولوجي بالتأثير على جمهور المؤسسة وتوطيد العلاقة معه .

أ

أهداف البحث:-

- 1-التأكيد على فاعلية تقنيات الاتصال في أداء وظائف العلاقات العامة.
- 2- توضيح أدوار تقنيات الاتصال في تقوية العلاقة بالجمهور.
- 3- الحث على إستغلال هذه التقنيات في الأعمال المثمرة والتي تعود بالمصلحة العامة .
- 4- الارتقاء بوظيفة العلاقات العامة داخل المؤسسة .
- 5-إيضاح أن الموقع الإلكتروني للمؤسسة له دور في تحسين الصورة الذهنية لها.

اسئلة البحث:-

- 1-الى أي مدى ساعد ظهور تقنيات الاتصال في تقوية العلاقة بالجمهور .
- 2- ماهي المراحل التي مرت بها تقنيات الاتصال .
- 3- ما هو تأثير تطور تقنيات الاتصال على الشركات .
- 4- ماهي الاستخدامات التي تنتجها التقنيات الحديثة في اطار التفاعل مع الجمهور الخارجي والداخلي.
- 5- الى أي مدى يمكن ان تسهم تقنيات الاتصال في الانتاج الفكري والاعلامي للمؤسسة .

منهجية البحث :-

استخدمت المجموعة المنهج الوصفي التحليلي نسبة لمرونته ولانه يتضمن عددا من المناهج والاساليب الفرعية ونسبة لمميزاته في وصف وتحليل الظاهرة يقوم هذا المنهج بوصف المضمون للمادة المراد تحليلها كما يتميز بالموضوعية (الصدق -الثبات).

استخدمت المجموعة الباحثة هذا المنهج لانه يساعد في وصف دور العلاقات العامة داخل المؤسسة واستخدامها لتكنولوجيا الاتصال في بناء العلاقة مع الجمهور .

ب

مجتمع وعينة البحث:-

يتمثل مجتمع وعينة الدراسة في فئة الشباب وهي من اكثر الفئات استخداما للتكنولوجيا .

سبب اختيار العينة :-

لأنها اكثر فئة قادرة على أن تسهم في هذا المجال من خلال استخدامها لتقنيات الاتصال .
وانها اكثر فئة تفاعلا مع مستحدثات التكنولوجيا .

الاطار المكاني :-

ولاية الخرطوم بالتطبيق على شركات الاتصال (سوداني) .

الاطار الزمني :-

اجريت هذه الدراسة في الفترة 2015 – 2016 م

ادوات جمع المعلومات :-

اولا:-الملاحظة

ثانيا :- الاستبيان :-

الاستبيان او الاستفتاء او الاستقصاء هو مجموعة من الاسئلة موجهة الي مجموعة من الافراد اما عن طريق البريد او عن طريق المقابلة او المواجهة او عن طريق شبكة الانترنت .
وتتضمن ورقة الاستبيان خمسة اشكال من الاسئلة هي اسئلة المعلومات والاسئلة ذات النهايات المفتوحة والاسئلة ذات البعدين المحددين واسئلة السببية واسئلة الشدة .

(حسن اسماعيل ، 2011م ، ص 193) (1)

ثالثا:- المقابلة :-

هي من اكثر وسائل جمع البيانات شيوعا وهي تعني تفاعل لفظي يحدث بين فردين في موقف مواجهي حيث يحاول احدهما ان يستثير بعض المعلومات او التعبيرات لدى الاخر . ويعرفها عبد الحميد لفظي بأنها :-
(طريق التحقيق التي تتميز بالاتصال وجها لوجه وعلى ذلك فهي تتطلب محققا ماهرا للحصول على بيانات يسأل عنها عددا معيناً من الافراد بطريقة مباشرة) .
(حسن اسماعيل ، 2011م ، ص 208) .⁽¹⁾

ج

-المصطلحات :-

-العلاقات العامة :-

هي وظيفة تقويم الاتجاهات العامة للجماعات داخل المنشأة او التنظيم والتحقق من السياسات والاجراءات التي تتبعها التنظيمات التي تهدف الي الصالح العام وتنفيذ برامج تهدف الي اكتساب التفهم العام للتصرفات وقبولها لذلك ينبغي ان يحرص خبير العلاقات العامة على دراسة الوحدات الاجتماعية التي تنظم الافراد وهي الجماهير .
(منير حجاب محمد وهبي 2000م)⁽²⁾ .
إجرائياً: هي وظيفة الادارة المستمرة التي تسعى الي خلق صورة ذهنية طيبة عند جمهورها وعرض مميزات منتجاتها وانشطتها لجذب جمهورها .

-تقنيات الاتصال :-

مصطلح الاتصال فيعني الوسيلة او الاداة او الطريقة التي يتم عبرها نقل المعلومات والافكار من شخص الى اخر او من جهة الى اخرى بقصد التفاعل او التأثير المعرفي او الوجداني .
(محمد الهادي ، 2001م)⁽³⁾ .

-الجمهور :-

هو مجموعه من الناس يسهل السيطرة عليهم وتوجيههم وإيصال المعلومات اليهم بحيث يكون سلوك هذا الجمهور في الاتجاه المرغوب فيه .
(منير حجاب ، محمد وهبي ، 2000م)⁽²⁾

-الشركات :-

هي عقد بين اثنين او اكثر للقيام بعمل مشترك او مؤسسه تجاريه يشارك اصحابها بتوظيفات ماليه بقيه اقتسام الارباح الناتجة منها مجلس اداره الشركة .
(عبدو ادريس واخرون ، 2011م)⁽⁴⁾

ج

الدراسات السابقة :-

الدراسة الاولى :-

اعداد: احمد حسن زكريا وآخرون (بعنوان ممارسة العلاقات العامة من خلال الموقع الإلكتروني للمؤسسة - بحث لنيل درجة البكالوريوس - منشورة - كلية علوم الاتصال - جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا -2010م)
ومن أهم أهداف الدراسة ممارسة العلاقات العامة من خلال الموقع الإلكتروني للمؤسسة و وضع معايير لممارسه وظائف العلاقات العامة من خلال خدمات الانترنت من حيث تخصص الموظف ومدى خبرته ومؤهلاته واتقانه للوظيفة ادخال التكنولوجيا في اداء وظائف العلاقات العامة .
كما استخدمت المجموعة الباحثة المنهج الوصفي التحليلي في الدراسة.
علاقة الدراسة بهذه الدراسة:

الدراسة الثانية :-

اعداد: مي ابو حواء الكير (استخدام الهاتف المحمول في مجال الاعلام "قناة الجزيرة " - بحث تكميلي لنيل درجة الماجستير - منشورة - كلية الدراسات العليا - جامعة بحري).
استخدمت الباحثة المنهج التاريخي الوصفي ومنهج دراسة الحالة "قناة الجزيرة القطرية " باعتبارها واقع مدروس .
ومن أهم النتائج التي توصلت اليها المجموعة هي أن الهاتف المحمول من التقنيات التي اسهمت كثيرا في تطوير المجتمعات و قدم الهاتف المحمول العديد من الخدمات مثل ارسال الرسائل القصيرة وحفظ الملفات الشخصية .
علاقة الدراسة بهذه الدراسة:

الدراسة الثالثة :-

اعداد الطالبة: ندى غلطان (فاعلية الواقع الإلكتروني في تحسين الصورة الذهنية لجامعات السودانية)
(بالتطبيق على جامعة الرباط الوطني
من أهم أهداف الدراسة التعرف على مفهوم الصورة الذهنية ومفهوم الموقع الإلكتروني ومعرفة المعوقات التي تواجه إدارة الموقع الإلكتروني لجامعة الرباط الوطني
ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة هي هناك مستوى مناسب تفعيل وتحديث الموقع بصورة دورية 90% ، وأن الوقع عكس صورة ذهنية طيبة في اوساط مهوره بنسبة 80%

ومن أهم التوصيات التشجيع على إستخدام الموقع الإلكتروني و العمل على نظام الموقع الإلكتروني

٥

الفصل الثاني :تقنيات الاتصال

- المبحث الاول : مفهوم تقنيات الاتصال**
- المبحث الثاني : نشأه وتطور تقنيات الاتصال**
- المبحث الثالث : استخدامات تقنيات الاتصال**

المبحث الأول

مفهوم التقنيات

التقنيات هي اداه نقل سريعة جدا الي العالم الرقمي لذلك يجب علينا معرفة اجمل طرق استخدامها وقد تغير استخدام التقنيات علي المدي كبير خلال السنوات 200 الماضية قبل القرن العشرين ، وكان هذا المصطلح شائع في اللغة الانجليزية، وعاده ما يشير الي وصف او دراسة الفنون المفيدة وغالبا ما يرتبط مصطلح التعليم الفني بالتكنولوجيا كما في معهد ما سا تشو شس للتكنولوجيا

- [^ Merriam-Webster Dictionaries Technology](#)

التكنولوجيا مصطلح برز على الساحة في القرن 20 في اتصال مع الثورة الصناعية الثانية. تغيرت معاني التكنولوجيا في أوائل القرن 20 عندما علماء الاجتماع الأمريكيين ، بدءا ثور ستين فييلين ، ترجمة الأفكار من المفهوم الألماني من تكنيك في " التكنولوجيا". في اللغات الأوروبية الألمانية وغيرها ، وجود تمييز بين تكنيك و تكنولوجيا التي غائب في اللغة الإنجليزية ، و عادة ما يتم تحويل الناحيتين باسم " التكنولوجيا". من قبل 1930s، و " التكنولوجيا" لا تشير إلى دراسة الفنون الصناعية ، بل إلى الفنون الصناعية نفسها .

abb, [Universal Technological Dictionary, or Familiar](#) • [^](#) For ex., George [Explanation of the Terms Used in All Arts and Sciences, Containing Definitions Drawn From the Original Writers](#), (London: Baldwin, Cradock and Joy, 1823), s.v. "technology."

وفي عام 1937 ، عالم الاجتماع الأمريكي مقروءة باين كتب أن " التكنولوجيا تتضمن جميع الأدوات والآلات و الأواني ، والأسلحة ، والأدوات ، المسكن، والملبس ، والتواصل و نقل الأجهزة و المهارات التي نحن ننتج واستخدامها

- [^](#) Julius Adams Stratton and Loretta H. Mannix, *Mind and Hand: The Birth of MIT* (Cambridge: MIT Press, 2005), 190-92. ISBN 0262195240

1

وفي الأونة الأخيرة، فقد اقترضت من العلماء الفلاسفة الأوروبية ل "تقنية " لتوسيع معنى التكنولوجيا لأشكال مختلفة من سبب فعال، كما هو الحال في عمل فوكو على تقنيات الذات .

وجود تمييز بين تكنيك وتكنولوجيا التي غالبا في اللغة الانجليزية ما يتم تحويل الناحيتين باسم "التكنولوجيا " من قبل 1930م في تعريف باين و مشتركة بين العلماء اليوم ، وخاصة علماء الاجتماع . ولكن على قدم المساواة بارزة هو تعريف التكنولوجيا و العلوم التطبيقية ، وخاصة بين العلماء والمهندسين ، بالرغم من أن معظم علماء الاجتماع الذين يدرسون التكنولوجيا نرفض هذا التعريف .

- [^](#) Ruth Oldenziel, *Making Technology Masculine: Men, Women and Modern Machines in America, 1870-1945* (Amsterdam: Amsterdam University Press, 1999), esp. chap. 1. [ISBN 90-5356-381-4](#).

تعريف التكنولوجيا:-

لغويا: اشتقت كلمه تكنولوجيا (technology) والتي عربت تقنيات من الكلمة اليونانية (techne) وتعني فنا او مهارة والكلمة (logos) وتعني علما او دراسة وبذلك تعني علم المهارات او الفنون .

ويعرف قاموس اكسفورد التكنولوجيا :

بانها العلمية للفنون العلمية او الصناعية وكذلك باعتبارها تطبيقا للعلم .

اي ان التكنولوجيا هي: التطبيق العلمي علي نطاق تجاري وصناعي للاكتشافات العلمية والاختراعات المختلفة التي يتمخض عنها البحث العلمي .

2

تعد التكنولوجيا بمثابة التطبيقات العلمية للعلوم النظرية والتي تنتج بألاساس عن تفاعل الانسان مع عناصر الكون بوعي وكفاءة ، بحيث يسعى الي اكتشاف اسراره وقوانينه وهو ما يؤدي الي التقدم المستمر لأساليب وتكنولوجيا الانتاج وهذا هو ما قامت به الدول المتقدمة التي وظفت العلم لخدمه المجتمع ، ونتج عن ذلك التقنيات الحديثة والاختراعات المتتالية واستخدام الحواسيب الاليه العملاقة كما يعرفها البعض تقليديا هي ما تجسده الاختراعات من معدات وآلات وسلع لتحقيق اغراض الانسان .

ولكن اوضح الكثيرون قصور هذا التعريف ، وظهر التعريف الاكثر اتساعا بأنها "وسيلة الانسان باستخدام المعرفة لزياده قدراته العلمية " ولعل التعريف الذي اظهر التكنولوجيا بانها "العلم الذي يهتم بتحسين الاداء والممارسة اثناء التطبيق العملي يضيف الكثير والذي يظهر ان التكنولوجيا هي استخدام المعرفة العلمية لتحديد اسلوب عمل شئ والذي يمكن تكراره والتعاريف في واقع الامر يكمل كل منهما الاخر لتظهر ان التكنولوجيا هي وضع اساليب وتصميم معدات ووسائل الاتصال والتنقل والكتابة والحساب وزياده فاعليه المنظومات وامكانيات السيطرة والتكامل ، ومن ثم تطبيق للمعرفة بنوعياتها المختلفة .

والتكنولوجيا مثلها مثل المعرفة كانت في البداية لا تعتمد علي اسس علميه بل تتكون التقنية بذاتها فقط وهنالك تقسيم اخر وهو التكنولوجيا الملموسة والتكنولوجيا غير المرئية او غير الملموسة ويمكن الاستنتاج بان التكنولوجيا طريقه نظاميه تسير علي وفق المعارف المنظمة ، وتستخدم جميع الامكانيات المتاحة ماديه كانت ام غير ماديه ، بأسلوب فعال لانجاز العمل المرغوب فيه ، الي درجة عالية من الاتقان والكفاءة وبذلك فان للتكنولوجيا ثلاث معان :-

أ: التكنولوجيا كعمليات (processes) :-

وتعني التطبيق النظامي للمعرفة العلمية او معرفه منظمه من اجل مهمات او اغراض علميه .

ب: التكنولوجيا كنواتج (products) :-

وتعني الادوات والاجهزة والمواد الناتجة من تطبيق المعرفة العلمية .

3

ج: التكنولوجيا كعملية ونواتج معا :-

وتستعمل بهذا المعني عندما يشير النص الي العملية ونواتجها معا مثل تقنيات الحاسوب .

(الهاشمي ، 2004م ، ص 44-46) .

• مفهوم تكنولوجيا الاتصال :-

تتعدد معاني مصطلح تكنولوجيا الاتصال بتعدد واختلاف رؤي المختصين والمهتمين بهذا المجال ومن التعريفات :

انها تعني " متابعه استخدام معطيات العصر من وسائل واجهزه ومبتكرات وتطبيق استخداماتها الحديثة والاستفادة منها في شتي مناحي الحياة الانسانية ، بما في ذلك تأثيراتها في مجال المعلومات والاتصال الاعلامي بمختلف وسائله وقنواته واجهزته " .

ومن هذا التحليل يبدو بوضوح المقصود بالشق الثاني من هذا المفهوم والخاص بالاتصال . وايضا تعريف تكنولوجيا الاتصال بانها : "الحصول او اكتساب ومعالجه وتخزين ونشر المعلومات الرقمية والنصية واللاسلكية والصوتية من خلال مجموعه من الاجهزة الالكترونية واجهزه الاتصال السلكية واللاسلكية والكمبيوتر .

ويتجه بعض الباحثين والمتخصصين الي تحديد مفهوم التكنولوجيا الاتصالية وفقا لنظره شموليه متكاملة ، متضمنه كلا من مصطلحات التكنولوجيا ، المعلومات ، المجتمع معا ، حيث يرون ان التكنولوجيا وسيله ضرورية لا نجاز المهام وتيسير تحقيق اهداف الحياة طبقا لقيم كل مجتمع وتلبيه رغبات الافراد .

وبما يعني ان تكنولوجيا الاتصال تتضمن جوانب ثقافية وتأثيرات مجتمعه ، ولا تقتصر فقط علي الجانب التقني .

فالتكنولوجيا هي جزء متكامل في مصفوفه اجتماعيه اكبر .

وهناك رأي اخر : بان تكنولوجيا الاتصال تعني اقتناء واختزان المعلومات وتجهيزها في مختلف صورها واوعيه حفظها سواء كانت مطبوعة او مصوره او مرئية او ممغنطة او معالجه بال يزر ،

4

ونقلها او بثها باستخدام توليفه من المعلومات الالكترونية الحاسبة ووسائل اجهزه الاتصال عن بعد (حسين حافظ ، ص 11- 14) .

- وفقا لرؤيه برنت روبن هي : " اي اداة او جهاز او وسيله تساعد علي انتاج وتوزيع او تخزين او استقبال او عرض البيانات " .
- وهناك تعريف اخر للتكنولوجيا بانها : " الالات او الاجهزة الخاصة او الوسائل التي تساعد علي انتاج المعلومات وتوزيعها واسترجاعها وعرضها " ويرى صاحب هذا التعريف انه من الصعب ملاحظه اوجه التشابه بين التكنولوجيات المختلفة للاتصال مثل اشارات الدخان ، الهاتف، الآلة الكاتبة، التليفون ، الحاسب الالكتروني ، من ناحيه المفاهيم الاساسية للاتصال والسلوك ، فان العلاقة بينهما تكون اكثر وضوحا ، فكل هذا الاجهزة وغيرها تعد من تقنيات او تكنولوجيا الاتصال اذا تمكنت من ان تزيد من طاقتنا الحسيه المختلفة المتمثلة في حواس البصر والسمع والشم والذوق واللمس .

(عماد مكاي ، سليمان علم الدين ، ص 63) .

تكنولوجيا المعلومات والاتصال:-

تكنولوجيا المعلومات لم تعد فقط تعني التكنولوجيا المستخدمة في المعالجة تشكيلا ونتاجا وتخزينها واسترجاعا ، بل تجاوزتها الي ان تكون مستوعبه لعملية نقلها او توصيلها الي الجمهور المستهدف او المستخدم لها .

كما يلاحظ ايضا ان تكنولوجيا الاتصال لم تعد تعني فقط التكنولوجيا المستخدمة في نقل المادة من نقطة الي نقطة اخري ، او عملية التوصيل فقط بل تعدت ذلك الي المعالجة والانتاج والتشكيل للمعلومات التي تقوم بتوصيلها .

وانت المستحدثات الجديدة في صناعة المعلومات وكذلك صناعة الاعلام والاتصال لتحدث اندماجا ت عديده وتآلفات بين تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيات الاتصال ، ولعل ابرز نماذج ذلك الاندماج هو التلفزيون الفضائي الذي يعتمد بالاستعانة بأقمار الاتصال الصناعية في عملية البث

5

المباشر وكذلك النصوص المتلفزة كالفديو تكست والتلكتست التي تمزج التلفزيون بالحاسبات الالكترونية وتمثل شبكه الانترنت قمه تلك الاندماجات بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال نتيجة لاعتماده علي وسائط هي :

الحاسبات الاليكترونية، خطوط الهاتف ، الاقمار الصناعية ، من هنا برز في السنوات الاخيرة علي مستوي المنظمات الدولية والتجمعات المهنية وبعض الاوساط الاكاديمية مصطلح جديد هو

تكنولوجيا المعلومات والاتصال information and communication technologies

الذي يشار اليه باختصار ict,s كجامع وكبديل لكل من تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا الاتصال . وال ict,s او تكنولوجيا المعلومات والاتصال تمثل مزجا للمستحدثات التي قللت من تكلفه الاتصال عبر مسافه الي جانب الانشطة المتضمنة في معالجه المعلومات ، وهي تعكس بشكل صادق نواحي التقدم التي حدثت في تكنولوجيا المعلومات والاتصال ، وقد حدثت بشكل عملي نتيجة المزج بين نوعين من التكنولوجيات ... هما تكنولوجيا المعلومات التي اصبحت بفضل التحسينات التي زودتها بها الانظمة الرقمية اكثر قدره علي النفاذ لأعداد متزايدة من الجمهور علي معالجه كم اضخم من البيانات وبشكل سريع ، وتكنولوجيا الاتصال التي سمحت للبيانات المكتوبة والمسموعة والمرئية ان يتم توصيلها الي اي مكان في العالم بتكلفه يمكن تحملها .

(عماد مكاوي ، سليمان علم الدين ، ص) .

تأثيرات تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة علي وسائل الاتصال :-

اثرت التطورات الراهنة في تكنولوجيا المعلومات والاتصال علي الاتصال الجماهيري وبوجه خاص علي وسائله وعليه كعملية مستمرة متصلة ذات اطراف متعددة ويمكن رصد بعض التأثيرات التي احدثتها التطورات الراهنة في تكنولوجيا الاتصال علي وسائل الاتصال في الجوانب الاتية :-

● أولا :-

ان التكنولوجيا المعلوماتية الاتصالية الجديدة لا تلغي وسائل الاتصال القديمة ولكن تطورها بل تغييرها بشكل ضخم ، فقد تغير الفلم السينمائي بعد ظهور الصوت وكذلك اللون ، وكذلك تغيرت .

6

الجرائد والمجلات بظهور مستحدثات جديده في مجال صف حروف الجريدة وتوضيبيها ، وفي نظم الطباعة ، ونظم ارسال الصفحات عبر الاقمار الصناعية مما اثر علي اساليب التحرير والايخارج والانتاج بشكل عام ، كما تغير التلفزيون بعد ظهور كاميرات الفيديو المحمولة، وبعد تصغير كثير من المعدات اللازمة للعملية الانتاجية وتطويرها .

فكل تكنولوجيا اتصاليه جديده جاءت لتطورها تكنولوجيايات سابقه تقليديه كانت تعد اساسا امتدادا للحواس الانسانية (السمع والبصر) وذلك علي كل مستويات الاتصال .

● فعلي مستوي الاتصال الذاتي كانت الوسائل التقليدية للاتصال هي:

تدوين الملاحظات ، المذكرات الشخصية ، الاجندة ، الصورة الفوتغرافية ، الآلات الحاسبة ، اما المستحدثات التكنولوجية الراهنة فهي :

الاشرطة المسموعة او المرئية ، برامج الحاسبات الاليكترونية واستخدامها في حل المشكلات .

● وعلي مستوي الاتصال الشخصي كانت الوسائل التقليدية هي :

المقابلة ، البريد ، التليفون ، الآت النسخ ، اما المستحدثات التكنولوجية الراهنة فهي : عقد المؤتمرات عن بعد تلفونيا والكترونيا وعن طريق الفيديو ، والبريد الالكتروني ، التلفون المرئي .

● وعلي مستوي الاتصال الجمعي كانت الوسائل التقليدية هي :

الاتصالات المواجهة المتمثلة في الندوات والمؤتمرات وحلقات النقاش ، والخطب .

اما المستحدثات التكنولوجية فهي :

عقد المؤتمرات عن بعد ، اتصالات الحاسب الاليكتروني .

● **وعلي مستوي الاتصال التنظيمي المؤسسي كانت الوسائل التقليدية فهي :**

الاتصالات السلكية واللاسلكية الداخلية .

اما المستحدثات التكنولوجية فهي:

عقد المؤتمرات عن بعد ، البريد الالكتروني ، الفاكس ميل ، نظم المعلومات ، الادارة بالحاسبات

الالكترونية ، المعالجة الآلية للمعلومات .

● **وعلي مستوي اتصال الجماعات الكبيرة كانت الوسائل التقليدية هي :**

الميكروفونات ، واجهزه عرض الشرائح او اجهزه العرض الخلفي ، الصور المتحركة .

7

اما المستحدثات التكنولوجية الراهنة فهي :

عروض الفيديو ، انظمه الحاسبات الاليكترونية متعددة الوسائط .

● **وعلي مستوي الاتصال الجماهيري كانت الوسائل التقليدية هي :**

الجريدة ، الراديو ، التلفزيون ، الفلم السينمائي ، الكتب ، لوحات العرض .

بينما المستحدثات التكنولوجية الراهنة هي :

التلفزيون الكابلي ، التلفزيون بالاشترك ، انظمه النصوص المتلفزة ، الاستقبال التلفزيوني المباشر

من الاقمار الصناعية ، اجهزة الراديو والمسجلات المحمولة ، العاب الفيديو ، انظمه المعلومات

الرقمية ، الكتاب الاليكتروني ، اسطوانة الليزر ، الاسطوانة المدمجة .

ومن خلال ما سبق يمكن القول :

ان التكنولوجيا الاتصالية الراهنة بوسائلها الاتصالية المختلفة تأثر علي التكنولوجيات القديمة

بوسائلها المختلفة بل انها شكلت امتدادا طبيعيا وتطويرا لهذه الوسائل القديمة .

- ثانيا :-

علي الرغم من الوسائل الاتصالية التي افرزتها التكنولوجيا الاتصالية الراهنة تكاد تتشابه في

عديد من السمات مع الوسائل التقليدية ، الا ان هناك سمات مميزة للتكنولوجيا المعلوماتية

والاتصالية الراهنة بأشكالها المختلفة مما يلقي بظلاله ويفوض تأثيراته علي الوسائل الجديدة

التزامات ويؤدي الي تأثيرات معينة علي الاتصال الانساني .

تأثيرات تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة علي جمهور وسائل

الاتصال :-

يلاحظ ان تتطور وسائل الاتصال الجماهيرية قد صاحبه ايضا نمو وتطور الجمهور معا ،
وتصنف البحوث تطور الجمهور الي اربعة مراحل هي :-

8

● المرحلة الاولى :-

مرحلة الصفوة وفيها يكون جمهور الوسيلة الاتصالية صغيرا نسبيا ويمثل القطاعات الاكثر تعليما
و ثراء ، ولا يمثل الرجل المتوسط او المرآه المتوسطة ، وهنا تصمم الرسائل بحيث يروق محتواها
لأذواق الصفوة .

● المرحلة الثانية :-

مرحلة الحشد ويتكون الجمهور الفعلي من السكان كليه ومن كل قطاعات المجتمع التي يبدو انها
تمثله وتصمم الرسائل بحيث تروق لكما يمكن ان نطلق عليه العنصر المتوسط في المجتمع .

● المرحلة الثالثة :-

مرحلة التخصص وتتميز بظهور جماعات جمهور متفككة وذات مصالح خاصه ، ومحتوي وسائل
الاتصال في هذه المرحلة يصمم ليروق قطاعات جماهيرية متميزة وخاصه .

● المرحلة الرابعة :-

مرحلة التفاعل وتتميز بوجود نوع من التحكم الانتقائي للفرد في نوعيه المعلومات التي يختارها
ليسمعها او ليشاهدها اي انه يمكن ان يكون رئيس تحرير الجريدة التي يختارها او مرسل
للمعلومات .

وعمليه الانتقال من مرحله الي المرحلة التالية بالنسبة للجمهور هي عاده ما تقع عبر فتره من
الوقت ، ويؤثر علي التطور من مرحله الي مرحله اخري عوامل عديده : اجتماعيه ، وتقنيه ،

اقتصاديته ، واتصاله ، اضافة لذلك نجد ان الجمهور داخل البلد الواحد قد يعيش اكثر من مرحلة تطور في الوقت نفسه ، وخلال دول مختلفة ايضا تمر بمراحل مختلفة من التطور . وبشكل عام يمكن القول ان قطاعات ضخمة من الجمهور في مجتمعات المعلومات - - في الولايات المتحدة وغرب اوروبا واليابان تعيش الان المرحلة التفاعلية بينما باقي قطاعات الجمهور تعيش مرحلة الحشد والتخصص .(عماد مكاوي ، سليمان علم الدين ، 2000م ، ص 263- 303) .

انعكاسات التكنولوجيا :-

عموما تأتي انعكاسات التكنولوجيا بوجه خاص علي الجوانب الاقتصادية كالآتي :-

1: يبدأ استخدام التكنولوجيا كأسلوب منفرد في التعامل مع مشكله ما او كبديل لأسلوب تعامل بصره اكثر كفاءة او فاعليه ، مثلما بدأ الحاسوب الآلي في الحسابات البلاستيكية في نهاية الحرب العالمية الثالثة .

2: يحدث تطور في التكنولوجيا او استخدامها في المجالات الاخرى مستمدا من امكانياتها ، كما حدث في استخدام الحواسيب في الصناعة والزراعة ، والتجارة ، كأجهزة حاسبه في النواحي المالية والادارية .

3: الانعكاس المشع يأتي بنضوج التكنولوجيا وتطورها لتصبح قطاعا اقتصاديا ، وهذا النضوج تم في الصناعة بعد بداية الانتاج الكمي وانتشار العمليات التصنيعية وفي عصر المعلومات اصبحت التكنولوجيا قطاعا اقتصاديا بنفس المعيار بعد الانتشار الذي اضحت فيه اكبر القطاعات سواء في الاستثمار او في حجم العمالة .

(الهاشمي ، 2004م ، ص 48) .

ابعاد التكنولوجيا :-

للتكنولوجيا ابعاد عديده يمكن حصر اهمها في :-

- ان جميع الاستثمارات الجديدة في اي مجال تحتوي عنصرا تكنولوجيا هدفه زياده الكفاءة والفاعلية بالنسبة لتكنولوجيات سابقه .
- التكنولوجيا المتطورة تنطلق من ابحاث سابقه او حالیه ، سواء ابحاث علمیه من اجل المعرفة تحولت الي خدمه التطبيق العملي ، او ابحاث المعاهد والمراكز العلمية من اجل التكنولوجيا مباشره .
- التكنولوجيا هي ارتفاع في مستوي القوي البشرية وقدرتها المعرفية والتي تتمثل في انتاجها الكثير ، وقد زادت وتزداد قيمه القدرة المعرفية وانتاجيتها مع الزمن .

10

- التكنولوجيا هي اداة من مراجعه التنظيمات واداره الانتاج او هي للبحث في التغير الذي يمكن من زياده الانتاجية .
- يمكن نقل التكنولوجيا عبر حدود الدول سواء في هيئه حاله او مصنع او بالمشاركة او اتفاقيات رخصه او استشارات . (الهاشمي ، 2004م ، ص 24)

المبحث الثاني

نشأة وتطور تكنولوجيا الاتصال

استعمل لفظ تكنولوجيا حديثا ، حيث ورد في بعض المصادر ان أول ظهور لمصطلح التكنولوجيا كان في المانيا عام 1770 وهو مركب من مقطعين (techno) وتعني في اللغة اليونانية الفن او صناعة يدوية و(logy) وتتعني علم او نظريه وينتج عن تركيب المقطعين معني علم صناعة المعرفة النظامية في فنون الصناعة او العلم التطبيقي .

(ديلو - 2010 - ص 19) .

ولقد كان ظهور التجمعات البشرية نتيجة لبداية عملية التفاهم الإنساني باستخدام الإشارات .
وقد تبع ذلك تطور علي جانب أكبر من الاهمية في ارتقاء هذا التفاهم حينما بدأ الانسان في استخدام اللغة .

وعندما استطاع الإنسان أن يتكلم تحققت الثورة الصناعية الأولى في مجال الاتصال الإنساني إذ أصبح من الممكن أن تتجح البشرية عن طريق الكلام حصيلة ابتكارها واكتشافها .

اما الثورة الصناعية الثانية فقد حدثت عندما اخترع السومريون اقدم طرق الكتابة علي الطين اللين وذلك حوالي 3600 قبل الميلاد وقد حفظت هذه الألواح الطينية الفكر السياسي والاجتماعي والفلسفي في مرحلة الاولي .

واقترنت ثوره الاتصال الثالثة بظهور الطباعة في منتصف القرن الخامس عشر ويتفق المؤرخين ان يوحنا جوتنبيرج هو اول من فكر في اختراع الطباعة بالحروف المعدنية المنفصلة ، وكان ذلك حوالي سنة 1436 م وخلال القرن التاسع عشر بدأت معالم الثورة الرابعة التي اكتمل نموها في النصف الأول من القرن العشرين .

(مكاوي - وعلم الدين - 2000 - ص 60) .

12

حيث الكهرباء والموجات الكهرو مغنطيسييه والتلغراف والتصوير الضوئي والفوتوغرافي والسينما ثم ظهور الراديو والتلفزيون والتلفون .

أما الثورة الصناعية الخامسة فقد اتاحتها التكنولوجيا في النصف الثاني من القرن العشرين من خلال اندماج ظاهرة تفجر المعلومات وتطور وسائل الاتصال وتعدد اساليبه واشاكله واستخدام الحاسب الالي والاقمار الاصطناعية .

ولقد ادي ذلك الي ظهور خدمات حديثه اهمها :-

الانترنت، التلفزيون ، والتلفزيون منخفض القوة والفيديو كاست تكست والتليت كست والمؤتمرات عن بعد والبريد الالكتروني كأحد تطبيقات الانترنت .

(الفصل - 2007 - ص 52) .

ولقد ساهمت التطورات التكنولوجية الحديثة بإزالة الفوارق بين الادوات الاتصالية والحدود التي طالما فصلت وسائل الإعلام المختلفة حتي أواخر السبعينات .

(العلاوين - 1999 - ص 133) .

ويعتبر مجال الاتصالات اكثر المجالات التي تركت فيها تطورات الالكترونيات اثرا ملحوظا حيث أتاحت تكنولوجيا الاتصال الحديثة العديد من الوسائط والوسائل التي ألقت الحدود الجغرافية وقربت المسافات وسهلت امكانية الحصول علي المعلومات من اي مكان وتجميعها وتخزينها وبثها بشكل فوري متخطية قيود الوقت والمسافة . (كينج - 1992 - ص 64) .

وكل هذا يتمثل في الاقمار الاصطناعية والحاسبات الالكترونية وخطوط الميكرفون والالياف الضوئية والاتصالات الرقمية والكوابل والمحورية والوسائط المتعددة والاتصال المباشر بقواعد وشبكات المعلومات مثل الانترنت والتلفون المحمول والبريد الالكتروني وغيره

(مراد – 2011 - ص 435).

13

لقد أثر التطور السريع لتكنولوجيا المعلومات والاتصال تأثيرا كبيرا وسالفا في واقع عمل المؤسسات المعلوماتية ' ويشير كوربين الي ضخامة التأثير أذ يقول: لا يدرك كثير من المكتبيين ادراكا كاملا انهم في خضم ، لايق ثوره واحده او ثورتين وانهما ثورات متزامنة تغذي كل منها الاخرى وعندما تأتلف او تتخذ هذه الثورات فانه كاسه ومؤلمه مثلما كان حال الثورة الصناعية في القرن التاسع عشر. (عزه اللحام و الشمايله - 2015 - ص 285).

***تطور تكنولوجيا الاتصال في السودان :-**

أحدث السودان في العقد الاخير ثوره كبيره جدا في تطور قطاع الاتصالات والمعلومات باعتباره المدخل الاله والاكتر فاعليه في احداث التنمية الشاملة بالبلاد ، وهذه الثورة تعتبر العلامة الفارقة والاهم في تاريخ السودان .

كما ان المؤسسات القانونية والتنظيمية قد تم اصلاحها بما يساعد في تطوير تقنيات المعلومات والاتصالات باعتباره الإدارة الأهم في تكامله مع الاقتصاد والسوق العالميين .

وقد خصصت حكومة السودان نسب متعددة من الاموال لمواجهة التطور لهذا القطاع وانشأت وزارة كاملة باسم الاتصالات وتقانة المعلومات.

(. www.adco.sd)

ولقد شهد العصر الحديث تغييرات في مختلف جوانب الحياة الانسانية وكان للتطورات التكنولوجية الحديثة وتقدم وسائل الاتصالات وتقنية المعلومات دور بارز في هذه التطورات فظهورها والتوسع الهائل في استخدامها أدى إلى تعدد الخدمات التي تقدمه المؤسسات والمنظمات للجمهور مما يعزز ويطور العلاقات بالجمهور.
ومن أهم الخدمات التي يمكن ذكرها :-

- 1- الصحف الالكترونية .
- 2- النشر الالكتروني .
- 3- تبادل الملفات .
- 4- التجارة الالكترونية .
- 5- مجموعة الاخبار .

14

- 6- المؤتمرات الالكترونية .
- 7- الدليل الالكتروني .
- 8- المنتديات وساحات الحوار .
- 9- التسويق الالكتروني .
- 10- الالعاب والترفيه .
- 11- الاعلانات الالكترونية .

المبحث الثالث

استخدامات تقنيات الاتصال

المعالم والمدى :-

سوف يخلق نمو الاتصال و الشبكات المتفجرة على مستوى العالم فرصا و مخاطر غير مسبوقة امام شركات الاعمال والمصالح الحكومية والافراد كما حدث ويحدث في كثير من دول العالم فسوف تواجه كل او معظم المؤسسات العاملة في مجال المضمون الفكري بالإضافة إلى المنتجين و المتعهدين لهذا المضمون كثير من التحديات ، التي تشير الى تطبيق نماذج اقتصادية و تكنولوجيات جديدة في العمليات التي تقوم بها خلال وقت قصير .

في الواقع، تلبي كثير من مؤسسات الاعمال المرتبطة بالمضمون الفكري المنشأ حديثا في كثير من الدول المتقدمة ، هذه التحديات بفعالية و كفاءة كبيرة .

و على سبيل المثال لا الحصر قامت أثر من 2700 جريدة تنشر في معظم انحاء العالم بتقديم خدماتها الى القراء و المستخدمين لشبكة الإنترنت عن طريق تحميل الجرائد ذاتها على الإنترنت .

كما ان أكثر من 800 محطة تلفزيون محلية في الولايات المتحدة الامريكية أصبحت تتوفر لها مواقع على شبكة الانترنت ، و تعكس ثورة شبكات المعلومات هجرة جزء أساسي للنشاط الاقتصادي و الاجتماعي من الواقع الطبيعي الى الشبكات الرقمية ، و على وجه الخصوص تلك

المبنية على بروتوكول الانترنت TCP\IP و هو بروتوكول شبكات الربط المفتوحة الذي يفسر نقل حزم البيانات عبر الشبكات المفتوحة .

(محمد الهادي - 2001 - ص26)

16

و قد احدثت هذه الهجرة الى التقاء انواع المعدات و الاجهزة المختلفة و تكاملها معا في إطار الشبكات و المضمون الفكري و الصناعات التي كانت متفرقة من قبل ، و اصبحت تتوحد في إطار الاتصالات و شبكات المعلومات الرقمية .

وتتنبأ كثير من المؤشرات المألوفة حاليا مثل معدلات نمو الاستخدام تغييرا في اتجاهات المستخدم النهائي ، والقرارات الاستثمارية في الشبكات .

ويلاحظ حاليا أن اقتصاد الشبكات منتشر بسرعة كبيره جدا في الدول المتقدمة مما يغير ويبدل الطرق التي تؤدي فيها المؤسسات والافراد اعمالهم ويحصلون علي المعلومات التي يحتاجون إليها .

وتؤدي كثير من العوامل كنفق التكنولوجيا احتياجات المستخدم النهائي ، اتجاهات السوق والعوامل المالية والتشريعية جزء اساسيا يعمل علي دعم هذه الثورة الوليدة .

(محمد الهادي - 2001 - ص26)

التعزيز بواسطة حاجات السوق:

عززت ثورة الاتصالات وشبكات المعلومات حاجات السوق الظاهرة او المستترة وهناك جدل مستمر بين الخبراء والتربويين عما اذا كان الباعث للابتكار نابعا من السوق او من تشغيل التكنولوجيا المتقدمة ، الا اننا نلاحظ ان كلا من السوق و التكنولوجيا يظهران معا كجزء من نظام النشوء المشترك .

فيمكن ان تخلق حاجات المستهلكين للمنتجات والخدمات التي يحتاج اليها السوق الخاصة بفعالية وكفاه وبتكلفة اقل وسرعة عالية في الامداد ، فعلى سبيل المثال ، تطورت التلفونات المحمولة

Mobile Telephones استجابة للحاجة لإرسال المكالمات التلفونية واستقبالها من اي

مكان وفي اي وقت ، ولمواجهة ذلك يحدث تشغيل التكنولوجيا التي تحقق الحاجات المعبر عنها بطريقة ظاهرة او مستترة ، مثال ذلك ، خدمة (ميني تل Mintel) الفرنسية التي انشأت اساسا كدليل تلفونات وكخدمة معلومات الالكترونية مستخدمة .

17

كما توجد مداخل عديدة لتطوير المنتجات والخدمات التي لا تتوقع حاجات المستخدمين او المستهلكين مثل انعكاس تاثيره على خدمات القائمة بالفعل ، وعدم قدرتها على تحديد الحاجات المخفية او المستترة ، فلم يعد كفايا الاستماع الى العميل لتتعرف على حاجاته بغية الاستجابة لها ، بل صار واضحا ان كثيرا من العملاء الحاليين والمتوقعين قد لا يستطيعون التعبير عن ما يريدونه بطريقة واضحة .

لذلك يجب ان تعمل مؤسسات الاعمال على التنبؤ المسبق بحاجات العملاء الجدد قبل أن يعبروا عنها فعليا عن طريق إعداد استراتيجيات تسهم في اكتشاف الحاجات الجديدة ، الخافية على المستخدمين ، ولا تقتصر على ما يبدوه فقط في دراسة السوق التقليدية .

وفي الوقت الحاضر ، صار يتوافر لمؤسسات الاعمال فرص جوهرية لكي تبني مواقع تكنولوجية مرنة لها ، و بدأت في الظهور بالتعاون مع المستخدمين الاساسيين لمنتجاتهم وخدماتهم عن طريق تحليل ومتابعة اداء ومزاوات هؤلاء العملاء ، صار في مقدرة هذه المؤسسات اكتشاف مدى واسع من فرص التسويق امامهم ، حيث تعد طرق الملاحظة الظاهرة للعملاء فحسب الى فهم حاجاتهم الخافية غير المعبر عنها مما يتيح لها اكتساب معرفة ضمنية ترتبط باستراتيجياتها وسياساتها لتطوير حلول اكثر فعالية وواقية .

وفي هذا الاطار ، تقوم شبكة الانترنت عن طريقة جديدة تعمل على وصل العملاء مع المؤسسات ومع بعضهم البعض في الوقت نفسه، مما يمكنها من خلق مجتمعات افتراضية Virtual Communities للمنتجات والخدمات التي يستطيع المطورون والمنتجون من فهم مضامينها لتلبية رغبات المستخدمين ، التي قد تكون غير واضحة او مستترة غير معبر عنها .

(محمد الهادي - 2001م - ص29-30)

الدعم التكنولوجي :

تعتبر التكنولوجيا المتقدمة وعلني وجه الخصوص تكنولوجيا المعلومات أداة مدعمة ومساعدة لثورة الشبكات الي حد كبير ، واصبحت هذه التكنولوجيا المتقدمة متوفرة بالفعل لمساعدة كل او معظم التطبيقات والخدمات الرئيسية المرتبطة باقتصاد الشبكات .

18

ويمثل (فانون مور Moors law) المبدأ التكنولوجي كأساس جوهري تقوم عليه ثورة شبكات المعلومات ، وفي هذا القانون لاحظ ((جور دون مور Moore)) Gordon احد المنشئين لشركة ((انتيل Intel) في عام 1964م ، ان كمية قوة المعالجة التي يمكن ان يشتريها الفرد العادي بكمية محدودة من النقود قد تضاعفت كل ثمانية عشر شهرا ، فان تكلفة اي منتج او خدمة مبنية علي التكنولوجيا الرقمية قد انخفض بصورة كبيرة ؛ فتبني المصانع حاليا رقائق المعالجة الدقيقة Microprocessors Chips في اختيارات واسعة من المنتجات التي تتراوح من السيارات الي التليفونات ؛ وفي الحالي ، يوجد ما يقارب من 15 بليون رقاقة دقيقة في الاستخدام ، التي سوف تستخدم في كل منتج علي وجه التقريب .

وهناك اربعة تطورات فنية مهمة وذات طبيعة حرجه اثرت في تدعيم ثورة الشبكات المعاصرة :

- 1- تحول مضمون كل او معظم انواع المعلومات التناظرية الي الشكل الرقمي مما جعلها اسهل في النسخ والتداول والتخزين والنقل .
- 2- تزداد بسرعه كبيره كمية سعة النطاق band width التي تتمثل في فورية الشبكة المتوافرة .
- 3- اصبح في مقدرة شبكات حزم البيانات مثل شبكة الانتر نت العالمية من تحويل معظم حركة مرور الاتصال عن بعد بسرعه كبيرة جدا تتعدي حجم المرور العادي المحمول بواسطة شبكات اتصالات التحويل العامة .
- 4- اضحى مطورو الاجهزة والبرمجيات ينتجون منتجاتهم وخدماتهم بحيث تتوافق مع المعايير الموحدة المفتوحة مما يؤكد التشغيل المتداخل Inter operability بين التطبيقات والنظم

ويوفر فرصا اكبر امام المنافسة والسوق المفتوحة مما يسهم في رخص المنتجات والخدمات وزيادة جودتها (محمد الهادي ،2001م ، ص28)

دراسة قدرات الدولة والتجاوب الجماهيري:

تمكن دراسة الدولة من ان تتناول بطريقة مباشرة وفعالة مشكلة التجاوب الجماهيري من ثانيا

19

حقائق : من (النخبة) ومن الجماعات الاجتماعية، في البيئة المحلية ثم من النظم السياسية في البيئة الدولية ، وعادة ما تتفاعل المصادر الثلاث مع بعضها البعض ، فعلى سبيل المثال ، الضغوط التي تأتي من النخبة السياسية وتؤثر على التغييرات في قدرات الدولة يمكنها ان تحدث تغييرات في المجتمع او في العلاقات الدولية والتي بدورها يمكنها ان تغير نظام العرض والطلب وحيث ينظر الى الدولة على مستوى تفاعلها مع البيئة فان انتباهنا سيتجه الى التغييرات في حجم وكمية التدفق في المدخلات والمخرجات ، وهذه التغييرات في الحجم والكمية قد تكون حافزا للتجاوب الجماهيري واذا نظرنا الى تدفق العملية المجتمعية فانه يمكن ان نصدر احكاما على مدى طاقة الدولة واذا ما كانت فوق قدرات هياكل واداء ومؤسساتها حيث يمكنها ان تقدر احتمالات التجاوب في الهيكل ونمط العمل المطلوب ، بالمثل اذا فحصنا مخرجات العملية المجتمعية يجب ان نلاحظ تغير البيئة الاجتماعية المحلية او الدولية يمكننا من الحكم علي كيفية تأثير هذه التغييرات علي تدفق المدخلات في العملية المجتمعية ، وما اذا كانت عرضته لان تقلل من هذا التدفق او تغير في مضمونه

وحيث تعتمد علي مستوي تحليل القدرات ليس فقط بهدف القدرة علي التنبؤ والتفسير العلمي ولكن ايضا القدرة علي الحديث عن الحياة السياسية لأنها قد تؤثر على التجاوب الجماهيري في الاتجاهات المطلوبة..فاذا افترضنا انه طلب منا ان ننصح رجل الدولة فيما يتعلق بقضية كيف تزيد معدلات الاستثمار في التنمية الاقتصادية وفي التحديث ، وهنا نستطيع ان نحول اهداف السياسة العامة عن طريق تحليل القدرات الي مستويات اداء معين ويمكننا ان نستخدم القدرات التطورية الاستخراجية والتنظيمية والتوزيعية التي يحتاج اليها النظام لزيادة معدل النمو الاقتصادي ، ومن ثم يمكن القول ان زيادة معدل النمو الاقتصادي يتطلب زيادة معدل اداء الدولة والسؤال هو كيف يمكن ان تؤثر علي اداء الدولة المطلوب

(نصر مهنا ، 2007م ، ص8)

الاستخدامات والا شبا عات في القرن الواحد والعشرين :

يري بعض الباحثين ان أي محاوله لدراسة الاتجاهات البحثية والنظرية في التأثيرات الاجتماعية لوسائل الاتصال الجماهيري في المستقبل يصعب عليها ان تتجاهل نظرية الاستخدامات والا شبا

20

عات ، فقد ادي ظهور وانتشار وسائل الاتصال الجماهيري الجديدة ك الانترنت الي بعث الحياة من جديد في هذه النظرية ، وتتسم النظرية بطبيعة نفسيه اجتماعية ، وتتخذ من الجمهور محور لها ، كما تبحث في التأثيرات الاجتماعية غير المباشرة ، وتفترض ان الجمهور نشيط و ايجابي في تعامله مع وسائل الاتصال بهدف اشباع الاحتياجات النفسية والاجتماعية له

(Rubin ,and haridakis,2000)

وقد بينت معظم الدراسات الحديثة للاستخدامات والا شبا عات على نفس التصور الذي قامت عليه البحوث منذ ثلاثين عاما تقريبا ، الا انها اتسعت لتشمل وسائل الاتصال الجديدة مثل القنوات الفضائية والكمبيوتر والانترنت

(Lillie 1998)

وتمثل النظرية مدخلا علميا مناسباً لدراسة التأثيرات الاجتماعية في كل مرحلة من مراحل تطور وسائل الاتصال الجماهيري تكنولوجيا ، كصحافة والاذاعة والتلفزيون والانترنت ، وعلى الرغم من الباحثين لا يزالون يعتمدون على نفس الادوات والمفاهيم ، الا ان الحاجة اصبحت ماسة لتطوير نوع المفاهيم النظرية والادوات المنهجية التي تتفق مع طبيعة وسائل الاتصال الجماهيري في القرن الواحد والعشرين ، والمضامين الاتصالية عبر الانترنت ، و اللاتزامنية ، وعلى الباحثين ايضا ان يكونوا قادرين على بحث الجوانب الكيفية والشخصية للاتصال عبر الانترنت وفقا لمنهج عام وشامل وكلي

(ابراهيم حمادة،2008م،ص120)

الوصول الى جمهور المستخدمين والخدمات:

ينمو اقتصاد شبكات المعلومات عندما تحمل الشبكات كما ضخما من منتجات وخدمات المعلومات المفيدة النابعة من المستخدمين ، ويصبح في الامكان الوصول اليها عبر شبكة معينة ويلاحظ ان كثيرا من المستخدمين لشبكات المعلومات يطلبون المنتجات التي تلبي متطلباتهم قبل الاستثمار في الخدمات المطلوبة حتى يتوفر الطلب على الاستثمار ويرجع الاختلاف في توقيت

21

التغلغل في هذه الاسواق الى عدة عوامل من اهمها :

1- تكلفة الوصول الى الشبكة

2- تجزئ السوق المتأثر بواسطة اختلافات اللغة

وحتى يمكن الوصول الى اكبر عدد من جمهور المستخدمين للشبكات والتوسع في اسواق تكنولوجيا الاتصالات وشبكات المعلومات ، يجب اعتبار البيئة التنافسية ضرورة ملحة لذلك حتى يمكن تلبية الحاجات الى التكلفة المنخفضة وسعة النطاق العالية ؛ فالتكلفة المنخفضة تعتبر عاملا مساعدا في زيادة جمهور المتعاملين مع انشطة الاتصال والشركات ، كما يتضح من خدمة الوصول المباشر المناسبة

لذلك يجب تعديل سياسة التسعير من الرسوم المدفوعة الاجر الى سعر ثابت Flat rate

لخدمة امريكا على الخط (AOL) في الولايات المتحدة الامريكية الى بقا المشتركين على الخط ، عندما يرغبون في ذلك دون تحملهم تكاليف اضافية

وينتج عن من هذه السياسة التسعيرية زيادة متعاطمة في النشاط التجاري والتفاعل بين المشتركين في الخدمة ؛ مما ساهم في زيادة العرض والطلب على الخدمات المتاحة ونمو اعداد المستخدمين لخدمة امريكا على الخط (AOL) والمتعاملين معها

(محمد الهادي ، 2001م، ص33)

وقد كان ايضا ، للغة دور مهم فب تطوير اسواق شبكات المعلومات فقد بداءت شبكة الانترنت لاستخدام الناطقين باللغة الانجليزية اولا ، وحققت في ذلك التوجه نجاحا ظاهرا تمثل في زيادة عدد الجمهور المستخدم للغة الانجليزية المشترك مع الانترنت او المتعامل معها ، كما كان نجاح استخدام شبكة الانترنت المبكر في الدول الاسكندنافية يرجع الى اتقان اللغة الانجليزية من قبل الجمهور الاسكندنافي وبالتالي الى قبول المعلومات المسجلة باللغة الانجليزية بطريقة نسبة كما كان المستخدمون في هذه الدول اسرع من غيرهم في تطوير الخدمات المسجلة باللغات (السويدية ،الفنلندية ، النير و يجية ، و الايسلاندية) يتضح من ذلك انه كلما تعامل المستخدمون اكثر على

22

الخط المباشر ، تطور خدمات اكثر تحملها الشبكات و تتعامل معها ، وبذلك تصل اسواق الشبكات الى جمهور اكثر مما هو متاح

(محمد الهادي - 2001م - ص33-34)

الرصد:

1. الأرصاد الجوية
 2. الاستشعار عن بعد
- وكان اول قمر صناعي غربي يستخدم لهذا الغرض هو القمر الصناعي الأمريكي المستكشف؛ (Explorer) ، في عام 1959م وكان يحمل اول تجربة لقياس التغيرات في الجو ، وتبع ذلك سلسلة اقمار تاير وس (Tiros) للرصد بالأشعة الحرارية تحت الحمراء .
- ومن ناحية اخرى اطلق الإتحاد السوفيتي قمرين للإرصاد الجوية هما كوزموس 144 و كوزموس 156، اللذان يشكلان معاً اساس نظام الأرصاد الجوية المسمى (مثيرور) لإحتوائهما على اجهزة تصوير تحت الحمراء .
- ومنذ عام 1979م وضعت اقمار خاصة بالارصاد الجوية في المدار الثالث الجغرافي وتتابع اطلاق هذه الاقمار من دول مختلفة وهي الولايات المتحدة وروسيا و او ربا واليابان والهند ، وترتبط كلها بشبكة ارصاد جوية عالمية متكاملة.

الاتصال :

1-الاتصالات

2-الملاحة

3-الأغاثة

وكان اول قمر استغل لهذا الغرض هو القمر الصناعي الامريكي (سكور) الذي اطلق عام 1958م ، وحقق نقل رسالة مسجلة بصوت الرئيس الراحل أيزنهاور بمناسبة عيد الميلاد ، ثم اعقبه اطلاق

23

اقمار اتصالات سلبية تتكون من بالونات ضخمة مكسوة بطلاء معدني لتنعكس عليها الموجات اللا سلكية .

البث :

1-البث الاذاعي

2-البث التلفزيوني

(هاشم الهاشمي ، 2011م ، ص 76)

تكنولوجيا الاتصال والعلاقات الاجتماعية :

ان تكنولوجيا المعلومات تضع امامنا خيارات عديدة ، فهذه التكنولوجيا لا تمنحنا فقط اساليب مختلفة للعمل والتفكير والترقية ، بل انها تقدم لنا ايضا بعض الخيارات الاخلاقية المختلفة ، وهذه الخيارات الاخلاقية هي التي تعكس بعض المعايير ، التي تساعد في توجيه السلوك والتصرفات .

ومع امتزاج اجهزة الكمبيوتر والاتصالات .. فإننا نواجه الآن بما يمكن يطلق عليه الأخلاقيات في العصر الالكتروني Cyberethios ، وهي التي تقوم بتحديد الافعال الصحيحة في هذا العالم الرقمي Digital universe .

*وفيما يلي نتحدث عن خمسة مجالات مهمة لهذه النوعية من الاخلاقيات :

اولا: المساواة الاجتماعية Sociale quality :

لا تحقق المساواة في الوصول الي تكنولوجيا المعلومات لكل الجماعات الاجتماعية ؛فعدد من اعضاء جماعات الاقليات من الجماعات المحدودة الدخل ليس لديهم تليفونات وحتى في اكثر الدول ثراء وليبرالية ، مثل الولايات المتحدة الامريكية .. نجد ان حوالي 90 / من المنازل يوجد بها تليفونات ، في حين ان هذا الرقم يصل الي حوالي 85 / من المنازل الامريكية التي يقطنها امريكيون من اصل افريقي African American .

24

وقبل عام 1940م .. كانت شركات الاتصال احيانا تتجنب المناطق الفقيرة اعتقادا منها بأن تلك المناطق لن تحقق ربحية عالية .. واليوم ..فان خطط المساعدة الهاتفية متاحة لدعم التليفونات لمحدودي الدخل في الولايات المتحدة .

وعلي الرغم من ذلك ، فانه لا يزال عديد من الاسر لا تستطيع ان تدفع رسوم الخدمة التلفونية المدعومة ؛ مما يجعل هذه الاسر معزولة عن عالم الاعمال ووكالات المساعدة الاجتماعية والاسرة و الاصدقاء .

وبناء علي دراسة اجرية علي مستوي الولايات المتحدة الامريكية علي الاطفال في سن المدرسة ، وقد اجرت هذه الدراسة ((خدمة الاختبارات التعليمية)) Educational testing service ، وتبين منها ان الدارسين البيض يتمتعون بمستويات اعلي في تعلم الكمبيوتر ، بالمقارنة بالأمريكيين الا فارقة او الدارسين من اصل اسباني ، او الذين ينتمون اساسا لجزور لاتينية .

مجال التعبئة العامة والاحصاء :

يرجع للحاسب الفضل في حصر بيانات مختلفة الامكانيات والموارد المتاحة للدولة، التي يستند اليها التخطيط الناجح للبرامج التنموية.

مجال الاقتصاد:

تستند اعمال البنوك والمصارف وشركات التأمين اساساً على القدرات المتميزة للحاسب، في ضبط حسابات العملاء وحركة الارصدة.

مجال البحث العلمي :

تقدم الحواسيب باداء العمليات الرياضية الطويلة والصعبة التي تتضمنها البحوث، بمنتهى الدقة وفي اسرع وقت، كما يسند اليها اداء العمليات الحسابية والمنطقية التي يشتمل عليها برنامج آلي بحث، وهي تقدم بتحديد تأثير مختلف العوامل على مجديات البحوث كما تولي تحليل البيانات التي تتضمن عنها. (عبد الرازق السالمي، 2007م، ص 107- 108)

25

السلوكيات الجديدة :

ان البعض يعتقد انهم لا يجب ان يلتزموا بقواعد السلوك ، لمجرد انهم يمتلكون تكنولوجيا جديدة، ولكن آداب السلوك او (الاتيكييت) يجب ان تلحق بالتكنولوجيا.

لقد شعر مستخدموا التليفون المحمول بامتحان الناس لهم؛ لأنهم ارغموهم على الاستماع اليهم، وهم يتحدثون في تلك الاجهزة المحمولة في المطاعم والحفلات الغنائية، وحتى في المحافل الاكاديمية كالمؤتمرات العلمية ومناقشات رسائل الماجستير والدكتوراه ،..! كما حس اولئك الذين يستخدمون التكنولوجيا الجديدة بنظرات الناس، التي تتوجه صوبهم من جراء انطلاق جرس التليفون المحمول او جرس جهاز التتبع .

وعلى اي حال .. في مثل هذه الحالات يمكن ان تستخدم التكنولوجيا ايضاً لحل المشكلات التي تخلقها، فالعديد من الافراد يحملون اجهزة تلفونية واجهزة تتبع تصدر إهتزازات بدلاً من تلك الاجهزة التي تطلق اجراساً، كما ان البعض يتلقى المكالمات الورادة مباشرة على خدمة البريد الصوتي او اي رقم آخر.

كما ان عديداً من المتعاملين حديثاً مع اجهزة الكمبيوتر والاتصالات ، تكون لديهم في العادة مجموعة من الاسئلة ، التي غالباً ما تطرأ على اذهانهم، ومن المتوقع ان يطرأ القادمون الجدد هذه الاسئلة، قبل الانضمام لأي ندوة من ندوات الدردشة عبر الانترنت .

ولاشك ان قراءة الاجابة على هذه الاسئلة سلفاً تمنع القادمين الجدد من تضييع وقت المجموعة بإستعراض جهلهم.

(درويش اللبان، 1999م، ص 177- 178)

التوظيف :

ان اصحاب العمل الخاص، هم اقل الفئات التي تخضع الرقابة ، من خلال التشريعات المتعلقة بالخصوصية في الولايات المتحدة، فان تقدم فرد لوظيفة على سبيل المثال: فإن ثمة (خدمة لفحص الخلفية) .

26

قد تتحقق من خلفيتك التعليمية وتاريخك الوظيفي وقد تقوم هذه الخدمة ايضاً بالاطلاع على سجلاتك، والمخالفات المتعلقة بقيادة سيارتك، ودعاوى العمل ضدك للحصول على تعويضات وسجلك الاجرامي ان وجد !!

واليوم تستخدم التلفونات المحمولة ونظم تحديد المواقع عبر العالم وبطاقات تحديد الهوية النشطة وبذلك فإن البطاقات النشطة تستطيع ان تخبر صاحب العمل عن مكانك بالضبط.

كما ان بعض البرامج يمكن ان تقوم بإحصاء عدد الضربات على مفاتيح على لوحة الكمبيوتر، وتقوم برامج أخر بتبع ارقام المبيعات ؛ حتى يمكن ما رقبة الانتاجية في العمل.

كما ان البريد الالكتروني قد لا تتم قرا ته فقط من قبل المستلم، ولكن ربما يقوم رئيسه في العمل بالاطلاع عليه اذا كانت سياسة الشركة تسمح بالآتي.

(درويش اللبان، 1999م، ص189)

بناء العلاقات الشخصية :

سك مارشال ما كلو هان عالم الاتصالات الكندي مصطلح (القرية العالمية عام 1964م) لوصف التغيرات في تكنولوجيا الاتصالات والتي بدت له ان تقوم برسم العالم بأكمله معاً ؛ ليصبح نوعاً ما من المدينة الصغيرة التي يتم ربطها بالا كتر ونية.

وبهذا اصبح من السهل في عصر الاتصال الالكتروني (مجتمعات سا يكو لوجية) تقوم بتوسيع علاقاتنا عبر الوقت والمسافة ، حتى يتم في النهاية خلق مجتمعات افتراضية تتكون من الناس الذين نعرفهم فقط من خلال شبكات الاتصال، ولعل هذا الاتجاه هو ما يقودنا الى مجتمع ما بعد الحداثة. وفي مجتمع ما بعد الحداثة .. تذوب الدول لتصبح كيانات هلامية؟، حيث يصبح الناس اقل اهتماماً ومشاركة في الاحداث التي تدور في العالم الحيط به، كما قد يحدث العكس ايضاً لان تكنولوجيا المعلومات قد تكثف علاقات الناس في مجتمعاتهم المحلية، من فتح قنوات الاتصال، والدفع بأسباب جديدة بتنسيق الانشطة المختلفة وتدعيم العلاقات.

27

الاشياء المفقودة التلميحات غير اللفظية كتعبيرات الوجه وحركات الجسد، والايماءات ، التي تساعدنا في فهم المعاني الاكثر عمقاً للكلمات وهذا هو مفهوم الحضور الاجتماعي الذي يختلف عن الحضور النسبي، الذي يعني غياب التلميحات المحسوسة التي تساعد في نقل المعاني المستترة، ومن هنا فان المؤتمرات التي تعقد بواسطة الكمبيوتر تتمتع بمستوى منخفض للحضور الاجتماعي وليس المكالمات التلفونية بأفضل في هذا السبيل ورغم ذلك فإنها مفيدة لدعم العلاقات بين الافراد لأنها انشئت لنقل المعلومات.

(درويش اللبان، 1999م، ص193- 194)

الاسرة المفتتة عن طريق الاتصال :

ان وسائل الاعلام المجزئة لابد وان تعكس نمط الاسرة التي تقطعت الروابط بين افرادها. ان الاسرة المتكاملة التي كان افرادها يعيشون تحت سقف واحد . وليس من قبيل الصدفة ان المجتمعات الشمولية قامت بتعظيم مفهوم الاسرة التقليدية، لأن هذا يساعدها على احكام قبضتها على المجتمع المدني.

وعلى النقيض من ذلك.. فإن الاسر المفتتة، والشقق التي يقطنها فرد واحد تعد نتاجاً لمجتمع يزخر
بعديد من الخيارات. ففي المنزل الحديث الذي تقطنه اسرة ذات نواه واحدة (ابوان واطفال) نجد
ان كل فرد من الاسرة اصبحت له وسائله المفضلة للوصول الى مصادره الاتصالية الخاصة.

وبحلول عام 1993م.. كان 37% من الاطفال الامريكيين الذين تتراوح اعمارهم بين 9 – 11
عاماً لديهم اجهزة تلفونية خاصة بهم، ووصلت هذه النسبة الى 49% بالنسبة للأطفال الذين تترو
اح اعمارهم بين 12 – 13 عام، في حين بلغت هذه النسبة 45% بالنسبة للأطفال الذين تتراوح
اعمرهم بين 14 – 15 عاماً.

28

ان اجهزة الراديو صنعت بحيث يكون صوتها عالياً، ولذلك بدأ سماعات الأذن تقفز الى رؤوس
الشباب لضمان عدم سماع افراد العائلة الآخرين بما يسمعه هؤلاء الشباب كما اصبح افراد العائلة
يدسون انوفهم بعمق في مجالاتهم وكتبهم ، وصارت وسائل الاعلام الوسائل المقبولة اجتماعياً
للهرب من افراد الاسرة الاخرين بدرجة اكبر من سماعات الأذن.

لقد اصبحت الاسرة الامريكية لا تتناول وجبة المساء من خلال الحديث عن افكار معينة، ولكن
تناول الوجبة امام التلفزيون يعد الآن افضل بالنسبة لثلاثي العائلات الامريكية، لدرجة ان محلات
السوبر ماركت تتعاون في هذا السبيل بتخصيص قسم لتناول الوجبات أطلقت عليه TV dinners .

(درويش اللبان، 1999م، ص 194- 195)

وهكذا .. فانه من خلال وسائل الاعلام تحولت بعض المجتمعات في الدول المتقدمة من الروابط
القائمة على اساس الدم والزواج والجيرة الى شبكات من الجماعات ذات المصالح التي يمكن ان لا
يكون لأفرادها وجه او صوت معروف.

وفي بعض الاحيان تكون هذه الجماعات مجرد افراد نتحدث معهم في التلفون او نرسل لهم بريداً
الالكترونياً او نبعث لهم بعض الملاحظات بالفاكس، او نحاول ايجاد اي وسيلة اخر ملائمة لتبادل
الرسائل معهم دون ان نلقى ولو بنظرة واحدة على وجوههم.

ان المستقبل يحمل معه مزيداً من الخيارات والبدائل ولا بد ان ندرك اننا نعيش في خضم تحول اساسي وجوهري في كيفية حصول الافراد على المعلومات وفيما يختارون الحصول عليه، ويجب ان لا يعتقد البعض في السودان اننا بعيدين عن ذلك لأننا في السودان كما في الصين والسعودية وايران والمكسيك ونقطن حارات او أزقة في القرية العالمية التي تربطها جيداً وسائل الاتصال.

(درويش اللبان، 1999م، ص95-96)

الفصل الثالث : العلاقات العامة

- المبحث الاول : مفهوم العلاقات العامة**
- المبحث الثاني : نشأه وتطور العلاقات العامة**
- المبحث الثالث : أهداف ووظائف العلاقات العامة**

المبحث الأول

مفهوم العلاقات العامة

المفهوم:-

يختلف تعريف العلاقات العامة حسب المهمة الوظيفية للعلاقات العامة وحسب رأي القائم بالتعريف ونظراته لمهمة العلاقات العامة الوظيفية 'فتركز بعض تعارف العلاقات العامة علي الجانب الا تصالي ' بينما يركز بعضها علي الجانب الإداري ' وبعضها يركز علي الجانبين الإداري والا تصالي .

وتتفق معظم تعاريف العلاقات العامة علي ان العلاقات العامة هي : وظيفة إدارية واتصالية في آن واحد .

كما إن وضع تعريف للعلاقات العامة امر يكتنفه العديد من الصعاب وذلك للأسباب الآتية :-

- 1: أن العلاقات العامة علم وفن حديث التكوين .
- 2: عدم القدرة علي تحديد مضمون الالفاظ حيث يشير مصطلح العلاقات العامة الي ثلاث معاني مختلفة ' كما قد يستخدم كبديل لها وهذه المعاني هي : الإعلام ' الاتصالات' الأمور العامة .

3: إن مصطلح العلاقات العامة يتضمن ركنين أساسيين هما :-

أ: المفهوم النظري :

وهو كون العلاقات العامة فلسفه الإدارة .

ب: المفهوم التطبيقي :

اي الوسائل المتبعة لتحقيق تلك الفلسفة

4: ان المفهوم التطبيقي للعلاقات العامة يتضمن اكثر من معني :

30

أ-فهو قد يعني السياسات والإجراءات التي تحافظ عن طرقها المنظمة علي رضا وتأييد جماهيرها .

ب- وهو يعني ايضا النشاط الإعلامي الموجة الي كسب تأييد جماهير المنظمة لها عن طريق شرح وتوضيح أعمالها .

ولما كان من الضروري وجود تعريف محدد ومقبول للعلاقات العامة وذلك للأسباب التالية :-

1-المساهمة في الحد من تداخل الاختصاصات وتضاربها بين إدارة العلاقات العامة والإدارات الوظيفية الأخرى .

2-إمكانية تحديد الاهداف ومسئوليات الإدارة بوضوح وبالتالي وضع تنظيم إداري عملي جيد لها .

3- إمكانية وضع الخطط والبرامج التي تسير وفقا لها النشاط الإداري .

لذا فقد تناولت كثير من الكتاب تعريف هذا المصطلح وتباينت تلك التعاريف حسب اهتمامات الكتاب فمنهم من أهتم بالناحية القانونية ومنهم من أهتم بالناحية الاجتماعية ومنهم من أهتم بالنواحي الاقتصادية او الإدارية وهكذا تولد لدينا العديد من التعاريف توضح مفهوم العلاقات العامة حيث أن النظر الي اللفظين المكونين للمفهوم فان لفظ علاقات يعني :

محصله الصلات والاتصالات التي تقوم بين مؤسسه معينه وجماهيرها .

● فالعلاقة هنا قائمه بين الطرفين، لذلك فان هذه الصلات والاتصالات تسير في الاتجاهين من المؤسسة لجماهيرها والعكس كذلك .

والصلات والاتصالات في هذه الحالة تأخذ شكل العلاقة الدائرية التفاعلية ' التي تقوم علي اساس علاقه التأثير والتأثير اما كلمه عامه فيقصد بها الجمهور ' وللنظر بشكل متعمق في معني كلمه عامه لابد من التمييز بين اربعة مفاهيم متقاربه هي الجماعة ، والحشد ، والعامه ، والجماهير .

● الجماعة : يعني مجموعة صغيرة من الافراد يعرفون بعضهم ، وهم علي وعي كامل بأهداف العضوية التي تجمعهم ، ويشتركون في محصله قيم مشتركة ، وبناء من العلاقات مستقرة عبر الزمن ، ويعملون علي تحقيق اهداف مشتركة .

31

● الحشد : قطاع اعرض من الجماعة ' لكنه محدد في مساحه جغرافية يمكن ملاحظتها ' وتشكيله نادر ومؤقت ، ومن العناصر نفسها .

له بناء او تنظيم اجتماعي او معنوي مؤقت ' ويندمج اعضاء الحشد بشكل مؤقت نتيجة حدث معين . والحشد قادر علي الفعل لكنه فعل يستند علي العاطفة .

● العامة قطاع اعرض من الحشد ، مشتت وغير متجانس ويتكون حول قضيه او حدث معين ' هدفه تقديم راي او الدفاع عن مصلحه ' ويسعي الي تغيير ما هو قائم ' وغالبا ما يتكون من القطاع المتعلم من السكان ' وترتبط اصوله بالفكر الليبرالي .

● الجماهير : قطاع اعرض العامة بدرجه كبيره جدا ' اعضاؤه لا يعرفون بعضهم البعض ' ليس له درجه وعي بنفسه ' وهو غير قادر علي العمل المنظم ' غير متجانس من حيث انتماءاته الاجتماعية والسكانية ' غير قادر علي الفعل لكن يمكن الفعل من خلاله .

● وفي مجال العلاقات العامة يمكن القول ان مفهوم العامة يعني الجمهور المتباين الذي يتصل عمله ' او ترتبط مصالحه بمؤسسه معينه .

● هذا الجمهور يتكون عبر ثلاث مراحل هي :-

1: الجمهور الكامل :-

ويتسم هذا الجمهور بدونيه معرفته للحقائق ' وما يدور حوله ' غير متابع للاخبار ' وان تعرض لها بالصدفة فلا يبدي اهتماما بمعالجه الامور او فهم الموضوعات المطروحة .

2: الجمهور الواعي :-

يتسم بأنه يمتلك معرفه حول ما يدور حوله ' وتتفاوت هذه المعرفة بين افراده من المستوي البسيط المسطح الي المعرفة الدقيقة المتعمقة .

ويسعي الي الحصول علي المعلومات لكنه يبقيها في اطارها المعرفي دون ان يحولها الي افعال .

3: الجمهور النشيط :-

نسبته غالبا ما تكون قليلة لكن اعداده تكون كبيره نسبيا . بمحاولة التعامل مع المشكلات وتغيير الواقع .

32

● بعض المفاهيم التي اعطيت للعلاقات العامة :-

- يقول بول جاريت احد الرواد الأوائل للعلاقات العامة إن العلاقات العامة هي : "نقل وتفسير المعلومات و الأراء من المنظمة الي جماهيرها ومن هذه الجماهير الي المنظمة مع بذل جهود صادقة لجعل الجماهير تهتم بالمنظمة وتنسجم معها"

- الجمعية الدولية للعلاقات العامة فقد نظرت الي العلاقات العامة علي انها : "وظيفه اداريه ذات طابع مخطط ومستمر تهدف من خلال المنظمات والهيئات العامة والخاصة الي كسب والمحافظة علي تفهم وتعاطف وتأييد اولئك الذين تهتم بهم وذلك عن طريق تقييم الرأي العام المتعلق بها من اجل ربط سياستها واجراءاتها قدر الامكان ولتحقيق تعاون مثمر اكبر ومقابله المصالح العامة بدرجة كفاً عن طريق المعلومات المخططة ونشرها " .

- اما المعهد البريطاني للعلاقات العامة فقد نظر اليها علي انها : " تلك الجهود المخططة والمرسومة والتي يقصد من ورائها اقامه التفاهم المستمر بين المنظمة وجماهيرها " .

- جمعيه العلاقات العامة الفرنسية نظرت للعلاقات العامة علي أنها : "هي الوظيفة الادارية التي تعمل علي تقييم الرأي للجمهور وتطابق سياسات واجراءات المنظمة مع الصالح العام وتنفيذ برنامج للعمل والاعلام يهدف الي كسب تفاهم الجمهور للمنظمة وتأييد " .

- يعرف القاموس العالمي الجديد ويستتر العلاقات العامة علي النحو التالي :-

1: ترويج الاتصال والثقة بين شخص او مشروع او اهميه او اشخاص اخرين ، او جمهور خاص ، او المجتمع با كمله وذلك من خلال توزيع المعلومات التي تشرح وتفسر وتوضح ، وانشاء نوع من العلاقات المتبادل وتقييم رد الفعل .

2: أ- درجة الفهم التي تحقق بين الافراد او منظمه او هيئه او جمهور .

ب: تطبيق الاساليب والوسائل التي تؤدي الي تحقيق هذه العلاقة .

3: أ- الفن او العلم المتعلق بخلق الفهم المتبادل والثقة .

ب - الافراد الاستشاريين المحترفين الذين توكل اليهم هذه المهمة .

" . 19 , p 1998 , b.r confidd

33

- وفي رأي فان العلاقات العامة هي الجهد المخطط التأثير في الأراء والاتجاهات من خلال الاداء الجيد ومسئول اجتماعيا ، وايضا اتصال جيد ذي طريقتين ، من المنظمة الي جماهيرها ومن الجماهير للمنظمة .

" socott m.cultip ad allen H . center, effective public relations "

- ويرى s.w.dunn ان العلاقات العامة هي وظيفه الإدارة المخططة التي تهدف الي انشاء والمحافظة علي خطوط مفتوحة ومتبادلة للفهم والقبول والتعاون بين المنظمة وجماهيرها ، مستخدمه في ذلك الاتصالات ذات اتجاهين لتحقيق التناغم والاتساق والترابط بين الحاجات ومصالح المنظمة وحاجات ومصالح الجماهير التي ترتبط بالمنظمة ومصالح واهتمامات معينه . والعلاقات العامة في ذلك تحدي ماذا يحتاج الجمهور ، ثم توفر له المعلومات والافكار والمفاهيم التي تحقق له هذه المعرفة ، وكذلك توفر تغذية مرتجعه تمثل معلومات مرتده من جماهير المنظمه عن مسائل اهميه في الحاضر والمستقبل .

- ويرى frank jefkins ان العلاقات العامة تتكون من كافه النماذج واشكال الاتصال المخطط خارجيا وداخليا - بين المنظمة وجماهيرها بغرض تحقيق اهداف محدد مرتبطة بالفهم المتبادل بين الطرفين .

" frank jeflkins , public relations "

- يوضح الاتحاد الوطني للعلاقات العامة بالمدارس في الولايات المتحدة الامريكية مفهوم العلاقات بانها وظيفه اداريه مخططة منهجيه تصمم للمساعدة في تحسين وتطوير البرامج والخدمات التي تقدمها المنظمة التعليمية ، معتمده علي عمليه الاتصال ذات طريقتين من المنظمة الي الجماهير الداخلية وبالعكس ، وذلك بهدف تنميه وتنشيط فهم افضل لدور واهداف سياسات وانجازات وحاجات المنظمة . وتساعد برامج العلاقات العامة التعليمية في تغيير اتجاهات الجماهير كمدخل اساسي لصياغه سياسات وخطط وبرامج المنظمة بما يتفق مع مصالح واهتمامات الجماهير ، وكذا القيام بالانشطة الاعلامية الازمه لكسب فهم وثقه وتأييد ومسانده الجماهير .

34

اين كان تعريف العلاقات ، فان امامنا دائما ثلاثة جوانب اساسيه تستحق الاهتمام وهي الجوانب التالية :-

أ: منظمه موجوده تحتاج الي دعم والمسانده لكي تستمر في حياتنا واداء رسالتها .

ب: عدد من الجماهير لها علاقه محدده مع المنظمة، وتسعي المنظمة الي كسب تأييدها ومساندها .

ج: جهود واعيه ضرورية لربط المنظمة بجماهيرها .

ويكون الربط الفعال بين هذه الجوانب الثلاثة هو اساس اقامه برنامج فعال للعلاقات العامة .

- وخلصه القول فان العلاقات العامة تتكون من عدة ادوات يمكن تصنيفها تحت الكلمة المركبة

PENCILS وهي :-

1 : المطبوعات publication وتعني مجالات الشركة والتقارير السنوية والبرشورات التي

تساعد العملاء.....الخ.

2: الاحداث Event ، وتعني رعاية منافسات العاب القوي او الاحداث الفنية او المعارض التجارية

.

3: الاخبار NEWS وتعني القصص المساندة للشركة وجمهورها ومنتجاتها .

- 4: نشاط اشتراك مجموعات المجتمع community activities involvement وتعني المشاركة بالوقت والمال في احتياجات المجتمع المحلي .
- 5: دعايات الهوية dentity medi وتعني القرطسيه التي تحمل عنوان واسم الشركة وكروت العمل والملبس الخاص بالعاملين بالشركة .
- 6: نشاط اللوبي lobbying activity ويعني المحاولات للتأثير علي التشريعات المساندة او الغاء التشريعات والاحكام غير المساندة لا عمال الشركة ونشاطها .
- 7:نشاطات المسؤولية الاجتماعية responsibility social activities وتعني بناء سمعه جيده للشركة من حيث المسؤولية الاجتماعية .
- (عبدو حافظ ، 2009 م ، ص 13 - 24) .

35

- اذا عرفنا العلاقات العامة هي الوظيفة التي تقوم بها الادارة لتقويم الاتجاهات ، وتحديد سياسات نحو الفرد او المنظمة بما يتفق مع مصلحة الجمهور والسعي لكسب رضاهم ، ويتضح لنا ان ثمة اتصال بين منظمه وجمهور وهذا يعني اختلاف المنظمة بالنظر الي مجال نشاطها ، ويختلف الجمهور بالنظر الي عاداته واعرافه وسلوكه . اذا لا غدو اذا وجدنا اختلافات في مفهوم العلاقات العامة من مجتمع الي اخر ، ولعل هذا ينصب علي الوسائل المتبعة والاساليب الادارية وليس علي تحقيق الاهداف .
- ومن هنا يتضح انه لا بد من النظر الي الاتي عند الحديث عن مفهوم العلاقات العامة :
 - 1: الاتصال :-

هو وسيله نشر المعلومات والافكار والحقائق ونقل اراء الجماهير الي المنظمة ، وهذا الاتصال نظام سلوكي يجب عليه مراعاة اخلاق الجمهور واذواقهم .
 - 2: الاساليب :-

تختلف من مجتمع الي اخر ، لا بد من فهم السلوك البشري لأنه يمثل الركيزة الاساسية لنجاح اي برنامج للعلاقات العامة .

والاساليب تنقسم الي اساليب نظريه واخري عمليه .وتتمثل هذه الاساليب في الاستثمار - المقابلة - الملاحظة - تحليل المضمون - الاستطلاعات الخ .
 - 3: البعد الاداري :-

هي نشاط اداري يحتاج الي كل العمليات الادارية كالتخطيط والتنظيم والتنسيق والتوجيه والرقابة، وترتبط المفاهيم الادارية لكل اداره وهي تحتاج الي مهاره (فن) وعلم .

4: البعد الانساني :-

يعني ان تتمتع الادارة بالا نسانيه في تعاملها مع الجمهور ليفهم هذا الجمهور دور العلاقات العامة وما تقدمه له وفلسفه الادارة في ممارسه نشاط العلاقات العامة .

5: البعد الاجتماعي :-

هذا يظهر بوضوح في البلدات النامية حيث تسعي العلاقات العامة لإحداث التكيف الاجتماعي المناسب لمتطلبات المرحلة مهما كان نوعه لا نجاح خطط التنمية القومية ، ويعتبر اصحاب هذا

36

المفهوم ان العلاقات العامة هي الجهاز المتخصص الوحيد الذي يتيح تبادل المعلومات وتنظيمها ويوفر بذلك مشاركة الجماهير الا يجاييه .

6: المفهوم الوظيفي :-

هل هي وظيفه قاصره علي الادارة ام يمارسها كل الموظفين ؟

فقد قيل ان العلاقات العامة هي 90% من العمل الجيد و 10% من التحدث عن هذا العمل ، وهذا يعني ان تفصل العلاقات العامة عن الاقسام الاخرى كالاتقبال والاعلام. (محمد سعيد ، ص 22-

23).

• نشير في البداية الي ان مصطلح public relation له اشكاليه في اللغة العربية عند ترجمته الدقيقة التي تعني "العلاقات مع الجماهير" فكلمه public لا تعني عامه general ولكن جمهور مما يجعل من المصطلح باللغة العربية مجالا للظن السي بهذه المهنة ويجعلها موطناً للطعن والتفسير علي نحو يجعلها "علاقات خاصه" و "غير مشروع" .

وتشير الدراسات الي ان هناك قدرا من المفاهيم الخاطئة ومن الاختلاف حول العلاقات العامة وطبيعتها ومسئولياتها ونطاق اختصاصها بالرغم من وجود حد ادني من الاتفاق علي بعض مكونات العلاقات العامة ووجه نشاطها .

يمكن دراسة مفهوم العلاقات العامة او تعريفها من خلال استعراض عدد من التعريفات العلمية لها للوصول الي محددات لهذا التعريف :-

1: تعريف جمعيه العلاقات العامة الدولية :-

العلاقات العامة هي وظيفه الادارة المستمرة والمخططة والتي تسعى لها المنشآت والمنظمات الخاصة والعامة لكسب تفاهم وتعاطف وتأييد الجماهير التي تهمها والحفاظ علي استمرار هذا التفاهم والتعاطف والتأييد وذلك من خلال قياس اتجاه الرأي العام لضمان توافقه قدر الامكان مع سياستها وانشطتها وتحقيق المزيد من التعاون والاخلاق والاداء الفعال للمصالح المشتركة باستخدام الاعلام الشامل المخطط .

37

مبادئ التشغيل وممارسه العمل داخل تنظيم الشركة او الجماعة .

3: تعريف دو بينسون :-

العلاقات العامة كعلم اجتماعي وسلوكي تطبيقي هي تلك الوظيفة التي تتضمن :

- قياس وتقويم وتفسير اتجاهات الجماهير المختلفة التي لها صلة بالمنظمة .
- مساعده الادارة في تحديد الاهداف الرامية الي زياده التفاهم والوفاق بين المنظمة والجماهير وقبول هذه الجماهير لمنتجات المنظمة وخططها وسياساتها والافراد والعاملين بها .
- تحقيق التوازن بين اهداف المنظمة واهداف ومصالح واحتياجات الجماهير المختلفة التي لها صلة بها .
- تخطيط وتنفيذ وتقويم البرامج الرامية لكسب رضا الجماهير وتفاهمها .

4: تعريف سو در بير ج :-

العلاقات العامة هي الفعل او اداء اشياء او تحقيق انجازات جيده وتتمثل في تطوير نوعيه الانتاج والخدمات ثم بعد ذلك تركز لجذب انتباه الجمهور الي هذه الانجازات وذلك من اجل تحقيق نوع من السمعة الطيبة والمشاعر الودية والفهم الجيد للمنظمة ومن ثم تتبلور وظيفه العلاقات العامة في فعل كل ما يمكن لتكوين صور ذهنيه ايجابية لدي الجمهور عن المنظمة .

(فرج ، 2008م ، ص 5-7) .

يقدم "سيول" مفهوم العلاقات العامة بتعريفه بانها : العلاقات العامة عملية مستمرة تقوم بها ادارة المنشأ لتفوز بثقة مستخدميها ومستهلكي منتجاتها وجماهيرها بوجه عام ، سعيا للتفاهم معهم جميعا وتنتم هذه العملية عن طريقين :

- الاول : هو النشاط الداخلي القائم علي النقد الذاتي .
- الثاني : هو النشاط الخارجي الذي يستغل جميع وسائل التعبير والنشر الممكنة وبذلك يركز مفهوم العلاقات العامة بتتبع اعمال القائمين با مور المنشأة والمسؤولين عنها ويستعرض نقاط القوة فيها ويلقي عليها الضوء ويمس نقاط الضعف لتستطيع المنشأة ان تقول فيها حكما ، وبذلك يمكن القول بان العلاقات العامة من حيث المفهوم هي صمام الامان يضمن تلاقي مصالح المنشأة ومصالح علي اسس اخلاقية عالية .

38

- ونجد ان حاجة العلاقات العامة كقوة حضارية كبيره ، اكبر من حاجة اليها في الدول المتقدمة . حيث اصبح لها رساله انسانيه مهمه في كل مجتمع وديمقراطي يؤمن بضرورة الاعلام الصادق ، وبدور المواطن في المساهمة في احداث تغير ، وفي التوعية بالمسئولية الاجتماعية ، وبضرورة تجاوبه مع احتياجات الدولة في كافة المجالات وفي توجيهه واعداده لخلق دوله حديثه وقويه ، لضمان سير عمليه التوجيه والتنقيف المستمر لخدمه التنمية الاقتصادية والاجتماعية وكان لابد من الاهتمام بالعلاقات العامة لتحقيق نتائج ايجابية في اقصر وقت ممكن من تعبئه الرأي العام واستقطاب الدعم عن طريق حملات التوعية ومحاربه الامية بالا رشاد الزراعي وصحة البيئة والتنمية الريفية وخلافها .

- فيجب ان تعتبر العلاقات العامة جزءا حيويا من عمل كل وحده حكومية .
- فالمسئولية الاولي للعلاقات العامة هي خلق وعي بالا نشطة الحكومية علي مستوي مناسب للجمهور الامر الذي لا يمكن تحقيقه الا عن طريق التحري او الاستعلام المستمر من جانب الحكومة لتحديد مشاعر الجمهور ولتزويد الجمهور بالمادة الحقيقية الصافية والمعلومات التفسيرية .

ان تحليل الاتجاهات الايدلوجية المحددة لشخصيه المؤسسة بكل ما يتصل بها وما يصدر عنها ' الي جانب صوره المؤسسة واهميتها للاتجاه الاجتماعي للعلاقات العامة كمهنه متخصصه ذات طابع

خاص ' يمكن ان يؤدي بنا الي عدد من الاستنتاجات التي تحدد المواصفات المميزة لهذا الاتجاه الاجتماعي ' والتي يمكن اجمالها في الاتي :-

- 1: صفة الشمول .
- 2: صفة التكامل .
- 3: صفة الانسانيه .
- 4: صفة القصور الذاتي .
- 5: صفة الضرورة القصوى .

(عثمان محمد زين ، 2008م ، ص 13 - 14) .

39

المبحث الثاني

نشأة وتطور العلاقات العامة

تميز الانسان منذ ان وجد على وجه الارض بكونه اجتماعي بطبيعته حيث يرتبط بأفراد مجتمعة سواء كان هذا المجتمع كبيراً او صغيراً وهذه الصلات تقوى وتضعف حسب درجة المصالح المشتركة بينهم ويمكن لهذه العلاقات أن تتحسن وتساء تبعاً للظروف التي تخضع لها والتيارات التي تنفذها مما يشير ذلك بأن العلاقات العامة كانت موجودة منذ الأجل إلا أن أهميتها كقوة مؤثرة في المجتمع لم تبرز إلا في القرن العشرين وتطورت بتطور الزمن وهي ظاهرة اجتماعية ولدت بمولد الانسان ونشأته كضرورة في المجتمع البشري ولها وظيفتها لحماية الانسان كأى ظاهرة اجتماعية أخرى تسهم في تطور المجتمع .

التطور التاريخي للعلاقات العامة في ظل الحضارات القديمة :-

ترتبط نشأة العلاقات العامة بنشأة السلطة العامة بمختلف أنواعها عسكرية كانت ام مدنية او قبلية او روحية حيثما توجد السلطة العامة تتواجد معها العلاقات لينة تلك السلطة والشعب .

ان تطور البشرية بنية على قيم حضارات عرف منها العديد من المنشورات التي تعود الي سنة 1715 ق م ، كانت قد أصدرتها السلطة العامة آنذاك للزراع الفلاحين لإرشادهم علي كيفية بز البذور وتوجههم حول زراعة الأنواع الجيدة من المزروعات والمحاصيل مع توضيح أوقات سقيها وتسميدها وحصدتها وتعد هذه النشرات على قرار النشرات والتعليمات التي تصدرها وزارات الزراعة ودوائرها .

(الدليمي ، 2005 ، ص17) .

في القبائل البدائية شهدت بعض ممارسة العلاقات العامة فقد كان رئيس القبيلة ينتهز مناسبات معينة لإعلام الأفراد بأخبار الصيد والقتل والدفاع والقتال ونشر التوجيهات والمبادئ وتفسير الاتجاهات بطرق متعددة وأساليب مؤثرة وقد يستعين رئيس القبيلة بالطبيب او الساحر للقيام بأمر الإعلام والشرح والتفسير .

كما عرف قدماء المصريين بعض ممارسات العلاقات العامة واذا كانت العلاقات العامة هي فن

40

التأثير في نفوس الجماهير بوسائل الإعلام بقيت تعبئة الشعور وكسب التأييد لصالح شخصيته او قضية او مؤسسة ، فإن ملوك مصر الفرعونية وكهنتها كانوا لا يألون جهدا في وصف المواقع الحربية وعرض الانتصارات الكبرى وشرح الاصلاحات المختلفة وبيان المواقف الدينية والحلقية التي تثير إعجاب الناس وتضمن كسب تأييدهم .

وقد وجه ملوك الفراعنة من خلال ورق البردي نصائح توجيهات وإرشادات للناس لتجنب بعد الرذائل الاجتماعية وعرف ملوك الفراعنة الإعلام طريق النقش على الحجارة لأخبار الناس بالانتصارات والقرارات التي تهم الشعب للاطلاع عليها .

(محمد يوسف ، 2008 ، ص14) .

كذلك استخدام البابليون والاشبو ريون النقوش والرقم الطينية والتمائيل لإبلاغ أتباعهم بما يريدون وقد وجد في العراق العديد من الألواح المسماوية ويعتبر العراق القديم هو الأقدم في ممارسة العلاقات العامة .

العلاقات العامة في الحضارتين الإغريقية والرومانية :-

اكثر اتصالا بالجماهير منها في الحضارات الشرقية القديمة ولوحظ اهتمام الرومان بالقاعدة الشعبية زيادة ذلك الاهتمام بمرور الزمن وقد كانت الحضارة الرومانية تعتمد على كسب ثقة الناس وتأييدهم اعتماداً كبيراً لدرجة أن مجلس الشيوخ الروماني نقش على واجهة المبنى عبارة (مجلس الشيوخ

والشعب الروماني) وكما عرف الرومان شعار صوت الشعب صوت الله مؤكداً بذلك الاهتمام بالرأي العام ودور الشعب في السلطة كما أهتم يوليوس قيصر بأن تكون مناقشة البرلمان محط اهتمام ومتابعة جمهور روما من خلال صحيفة كانت تنشر تلك المناقشات وإسهام تلك الحضارات في العلاقات العامة وقد كانت الاضواء تسلط على بعض القادة وأعضاء مجالس الشيوخ والشعراء والفنانين وغيرهم مما نسميهم بقيادة الرأي العام .
وأدرك الرومان قيمة الرأي العام وأهميته وضرورة التأثير فيه من خلال كتابات الشعراء والأدباء ومن ممارسة اليونان والرومان يمكن أن ندرك الاتجاه تميز بعض القيم وإذراء بعض السلوكيات من خلال مضامين تشبه برامج رفع الروح المعنوية حالياً .
(محمد يوسف ، 2008 ، ص 15) .

وهذا من جهة أخرى كانت للعلاقات العامة أهمية كبيرة في العالم المسيحي في القرون الوسطى من خلال دورها في التبشير والدعوة للمسيحية كما اهتم الحراد له تحت رعاية البابا بشمائل الإعلام

41

والنشر وإعادة الثقة في الكنيسة الكاثوليكية أما في المجتمع العربي قبل الإسلام فقد لعب الشعر دوراً رئيساً في نقل وجهة نظر القبيلة للقبائل الأخرى عندما كانت القبائل تجتمع في سوق عكاظ تتحدث شعراءها نيابة عنها ويشيدون بقوتها وقيمتها وفضائلها ويفخرون بأنسابهم قاصدين بذلك نقل وجهة قبائلهم وأراهم للقبائل الأخرى لاستمالتهم إليها وتحديدهم لها .

وعند نشر الدعوة الإسلامية اهتم الرسول صلى الله عليه وسلم وصحابته بممارسة العلاقات العامة بشكل فعال ومؤثر لإقناع الناس والتوضيح لهم بفضائل الدين الإسلامي الجديد من خلال الاتصال بالناس والتحدث اليهم بعدة أساليب كأسلوب الخطابة والاجتماعات التي كانت فيها القرآن الكريم استمر هذا الحال طوال الفترات الأولى للدولة الإسلامية فقد كان الخلفاء المسلمين يتلقون بالناس في المساجد ويتحدثون اليهم ويسمعون منهم مشاكلهم وآرائهم كما اتخذوا مواسم الحج مناسبة للحوار الفعال وبعد اتساع رقعة الدولة الإسلامية بالعلاقة مع الناس واستمروا على هذا المنوال حتى زوال سلطة الدولة العربية الإسلامية .

(الدليمي ، 2005 ، ص 18) .

اسهامات الحضارة الإسلامية :-

ساهمت الحضارة الإسلامية بدور بارز في تطوير العلاقات العامة بفضل حرصها على الشورى والكرم والانسانية في معاملة الناس ويحوي الفكر الإسلامي منهاجاً خاصاً بإعلام مميز يستمد أصوله

من القرآن الكريم وسنة المصطفى صلى الله عليه وسلم في مجال العلاقات العامة أولى الاسلام عناية فائقة للاهتمام بظاهرة الرأي وكشف عن المقومات الموضوعية للرأي العام وحدد الوظائف المنطوية به .

وكان التخطيط الإعلامي السليم مما خدمه الفكر الإسلامي للبشرية ضمن هداياه التي لا تعد ولا تحصى وكان لعملية الاتصال الإنساني عناصرها .
فهناك الاهداف الواضحة التي يراد تحقيقها ، وهناك الجماهير الذين يتم الاتصال بهم على ضوء دراسة خصائصهم وسماتهم وهناك الرسالة الاعلامية التي تصاغ على أسس ومواصفات خاصة كما توجد الوسائل التي تحمل الرسائل وتتميز تلك الوسائل بتعددتها ومحاولة الاستفادة منها لصالح تحقيق الهدف .

42

وبان دور القائم بالاتصال الذي يصوغ الرسالة في اطار الاهداف وخصائص وسمات معينة من وجهة النظر الاسلامية .
كما عرفت الحضارية الاسلامية بممارسة الاتصال في اطار الالتزام بأخلاقيات وضوابط معينة قوامها احترام الجمهور وإمدادهم بالمعلومات والتزام الدقة في استفتاء الأنباء ونشرها وتجنب الخداع والتضليل والغش .
واستخدمت الحضارة الاسلامية الاتصال غير اللفظي لتوصيل المعاني من خلال الحواس والإشارات والتصرفات والایماء فتكاملت الإشارة مع العبارة .
(محمد يوسف ، 2008 ، ص 15 – 16) .

العلاقات العامة في العصر الحديث :-

- ابتدأ لابد الإشارة إلى الدواعي والأساليب التي ساعدت ودفعت باتجاه وقت نشوء العلاقات العامة وممارسة في بداية القرن العشرين ومنها :-
- 1-توسع وتعقد أعمال المؤسسات المختلفة التي تضم أعداد كبيرة في المنتجين والمتعاملين معها .
 - 2- تقدم العلوم والمشاريع في مختلف الميادين .
 - 3- تنوع وتشابك العلاقات بين الافراد والجماعات .
 - 4- سهولة وسرعة الانتقال بالنسبة للأشخاص والأفكار نتيجة لتوافر وسائل النقل .

5- انتشار التعلم أن بزيادة أعداد المتعلمين تزداد الحاجة إلى نشر المعلومات والحقائق وممارسة نشاط العلاقات العامة .

6- زيادة قوة العدد وأهميته في المجتمع الحديث إذا كانت جميع الشركات والحكومات تسعى دائما الى كسب الفرد والحصول على تأييده .

7- نمو العلوم الإنسانية إلى تناول دراسة الفرد والدوافع وراء سلوكه وتصرفاته .

ويعود تاريخ العلاقات العامة الحديثة الى سنة 1802م إذ ذكر أن رئيس الامريكي توماس جيفرسون ، أول من استخدم العلاقات العامة في تصريح له بمجلس الشيوخ .

ويذكر آخرون أن توماس جيفرسون استخدم هذا المصطلح عام 1807ق م ، كما استخدم المحامي (دورمان ايتون) وهو محامي في نيويورك هذا المصطلح حيث اختار عبارة العلاقات العامة والمهن الشرعية عنوانا لمحاضرة ألقها في جامعة بال سنة 1882م .

43

ويمكن القول ان العلاقات العامة الحديثة ظهرت في سنة 1900م ، إذ بدأت تنتج منها سياستها وتم عرضها عرضا مقبولا على الجماهير لتسهم في تهيئة الأذهان وتهيئة الشعور في السياسات الخطيرة والأزمات والحروب .

وفي عام 1903م ،أفتح (ايف ي لي) أول مكتب للعلاقات العامة لشؤون الاتصال بالصحافة ، ومع ذلك يذهب خبراء العلاقات العامة الى ان تاريخها يبدأ في عام 1906م عندما أسس الصحفي الامريكي (ايف ي لي) الفرقة العالمية للعلاقات العامة في نيويورك في الحقبة التي كانت يناصب فيها المجتمع الامريكي العداء للمؤسسات الاقتصادية الضخمة تتمثل اهدافا احتكارية .

وقد نجح (ايف ي لي)عندما عمل مستشارا في تغيير فكرة الرأي العام عن رو كف لد من صورة الرأسمالية العجوز المجتمع الى صور الرجل الخبير الذي ينفق ملايين الدولارات وتشير بعض

المصادر الي الصحفي (أموس كند ال) الذي عمل مستشارا لشؤون الرأي العام للرئيس الامريكي (جاكسون) يعد في أبرز الرواد الأوائل الذين ارسوا قواعد العلاقات العامة واثبتوا عظيم رسالتها .

كان كند ال بمثابة الحاكم الحقيقي للولايات المتحدة وكان يجتمع معه الرئيس (جاكسون) في غرفة نومة كما كان يعد له جميع خطبه السياسية وأوراقه الرسمية ويرسم له الخطط السياسية للدولة على

ضوء أبحاثه ودراساته للرأي العام من خلال الصحف واتصالاته للصحفيين وقادة الجماهير وأفراد الشعب وقد تقدمت العلاقات العامة في أوروبا إلى الامام كثيرا خلال الحرب العالمية الأولى وذلك

بفضل الجهود التي بذلت لتهيئة الرأي العام تعقيده من أجل النصر في المعركة وأستطاع الخبراء الألمان أن يغنوا أسفهم بان فكرة الحرب هي أسمى الافكار وقد تطورت العلاقات العامة بفضل ما يسمى بالعمل الاستشاري أي أصبح لرجل العلاقات العامة دورة أفادت المؤسسة في صياغة سياستها وتنمية برامجها التي تؤثر في الجمهور كما أسهمت الازمة الاقتصادية عام 1925م وما تبعها في انهيار الاسواق العالمية للحاجة الماسة للعلاقات العامة حيث كثر العاطلين وازدادت اعمال العنف وقد استخدمها الرئيس الأمريكي حينها لإقناع الشعب الأمريكي لضرورة دخول الحرب وكانت تلك العملية واحدة من أبرز عمليات العلاقات العامة في تلك المرحلة ووصف عام وقد كان اتساع تعاطم الاقتصاد بعد الحرب العالمية الثانية سببا في نمو وظيفة العلاقات العامة وزيادة الاهتمام بعدها شهدت المؤسسات بان العلاقات السليمة الطيبة هي :-

اساس استقرار المؤسسة ونجاحها وشملت العلاقات في مختلف اوجه النشاط الانساني للمجالات الصناعية والزراعية والحكومية والدولية وغيرها من مجالات النشاط وانشاء ادارات للأقسام العامة

44

بها تطورت بفضل تطور وسائل الاتصال وتقنيات البحث العلمي ان نذكر الاثر الخطير الذي أحدثه (الدوراد - ل بيرنير) وهو اهم الخبراء في مجال تطوير وتأسيس العلاقات العامة الحديثة سواء تدريس هذه المادة او بإصدار أبحاث الكتب التي وضعت بها الى الامام واضفى المسؤولية الاجتماعية على مهنة العلاقات العامة منذ عام 1923م ورغم بقاء العلاقات العامة سمة بارزة في نشاط المجتمع الأمريكي حتي عام 1974م تم انشاء جمعية العلاقات العامة الامريكية عام 1048م الا ان العلاقات العامة وجدت مرتعا لها .

الى دول اوروبا والعالم بعد ذلك انشأت في بريطانيا معهد العلاقات العامة البريطاني عام 1948م من بعد ذلك انشأت جمعية العلاقات العامة الدولية عام 1955م وفي فرنسا كونت اول جمعية للعلاقات العامة عام 1949م وفي استراليا بدأ نشاط العلاقات العامة عام 1950م وفي بلجيكا انشأت اول حركة للعلاقات العامة عام 1952م وفي ايطاليا انشأت اول منظمة للعلاقات العامة عام 1954م وفي المانيا الاتحادية (سابقا) تأسست منظمة العلاقات العامة عام 1958م وفي انجلترا عام 1948م ووجدت العلاقات العامة طريقا للاتحاد السوفيتي السابق في عام 1959م . وفي الوطن العربي قد تأسست جمعية العلاقات العامة في 1956|5|1م كما انشأت العديد من الاتحادات كما هو الحال في الاتحاد الدولي للعلاقات العامة عام 1949م .

كما انشأت المركز للعلاقات العامة عام 1956م وفي هذا الصدد يقول (ليكود شابو) ان العلاقات العامة ولدت في الولايات المتحدة الامريكية ووصفها طريقة للدفاع الخاصة عن المؤسسات الخاصة والرأسمالية الخاصة لمواجهة الهجوم التي يشن ضدها وهكذا فإن العلاقات العامة في الولايات المتحدة الامريكية وعدد كبير جدا من سلطات مؤسسات عديدة ومنها مؤسسة صحفية ومؤسسة استطلاع الرأي وتقرير اتجاه الناخبين والمؤسسات الخاصة بجمع التبرعاتالخ .

فقد قامت صحف ومجلات عدة ونشر مقالات تهاجم أصحاب العمل من المحكرين وتبين أساليبهم في استغلال المستهلكين محملة اسهم شركاتهم وطالبته بالابتعاد عن السرية وكشف كلما يتعلق باعمالهم ماعدا الاسرار الصناعية وتوجد في هذا التيار ساهم في وجود العلاقات العامة وسنشير الي نشأت العلاقات العامة ببعض الدول منها :-

45

العلاقات العامة في إنجلترا :-

أن العلاقات العامة في إنجلترا قديمة نسبيا ولعلا الكاتب الصحفي الإنجليزي (راهيل ريفو) كاتب قصه (رو سبون كروز) كان خير مثال للعلاقات العامة وقد كان تستعين به الحكومة والاحزاب والحروب.

ولقد أدى ريفو دورا حطيرا في التمهيد لاتحاد اسكتلندا في بداية القرن الثامن عشر ولقد كان لعبقرية هذا الصحفي في صحيفه (ريفو) اذا دفعته حصافته الإعلانية وموهبته الفذة في العلاقات العامة إلي تغيير أسم الصحيفة ووضع في رأسها حكمة إنجليزيه ليفت الأنظار إلي أهمية الاتحاد الجديد.

(محمد الدليمي، 2005م، 21-23).

أن مهنة العلاقات العامة تطورت باستجابة توقع للاتجاهات السائدة العالمية فيها القومية والمحلية مما يفرض علي الخبراء والعاملين في العلاقات العامة خاصة في العالم العربي والدول النامية ومسايرة التقنية وملحقاتها في مجال الاتصال وتقنية المعلومات فهي من العوامل الحاسمة لبنا العلاقات العامة في العصر الراهن ومن الواضح ظهور وتطور العلاقات العامة هو نتيجة متطابقة لتطور الرأي العام

والاتصال الجماهيري في المجتمع الحديث وذلك ان الإدارة لا تكن فاعلة إلا إذا قامت علي الأساس المعرفة الدقيقة للرأي العام وهكذا نجد أن علي العلاقات العامة في المجتمع الحديث أن توجه عناية فائقة إلي الدراسات العلمية بالعلاقات الانسانية بين الفرد والجماعة وبين فئات الجماهير المختلفة وبين المؤسسات الحكومية والشعبية وبين الدول بعضها البعض وعلي اساس التقدم المستمر بكافة المجالات الاقتصادية والصناعية والعسكرية في التربية والتعليم والاعلام والإدارة وغيرها ومن النواحي العلمية للعلاقات العامة في عصرنا الحاضر تلعب دورا متعاظما في نجاح التطبيقات العلمية لهذه المهنة في كافة المنشآت الاقتصادية والاجتماعية والسياسية اذا ما تم الاستخدام الامثل لأسس ومركزات وخصائص ومبادي هذا العلم إضافة الي الفهم الصحيح لمفهوم العلاقات العامة .
(بسيوني حمادة ، 2001م ، ص 29 – 30) .

46

المبحث الثالث

أهداف العلاقات العامة

تستطيع اجهزة العلاقات العامة أن تحدد لنفسها جملة من الأهداف تساعد فيها المجتمع على مواجهة التحديات والاقتصادية و السياسية والإدارية والاجتماعية ومن المعروف ان العلاقات العامة تسعى الى إقامة طيبة مبنية على الثقة المتبادلة ما بين المؤسسات والعاملين فيها من جهة وبينها وبين المتعاملين معها من جهة ثانية والعمل باستمرار على توازن هذه العلاقة بحيث تخدم كل الطرفين ورغم ان الأهداف يمكن ان تكون متباينة حسب طبيعة المؤسسة والوسائل واساليب التطبيق . والتنظيم الفعال لإدارة العلاقات العامة يتطلب ضرورة وجود اهداف محددة متفق عليها تسعى الي تحقيقها بكفاءة وينبغي عليها تحديد الأنشطة والوظائف والمهام التي يجب ان تقوم بها ادارة العلاقات العامة لتحقيق هذه الاهداف المخططة كما يؤدي التحقيق الدقيق للأهداف الي تحديد الاتجاه

العام لنشاط العلاقات العامة خلال فترة زمنية معينة مما يساهم في التركيز علي طبيعة المهمة المراد تحقيقها .

كما تمثل الأهداف مقياسا لكفاءة تحويل العناصر والموارد المتاحة الي خدمات ملموسة وواضحة وذات تأثير فعال في الاتجاه المطلوب كما تستخدم كاداه إدارية في تقييم الاداء والرقابة والتنسيق واتخاذ القرارات .

ويظهر تحديد الاهداف مدى قدرة الادارة على تمثيل نوع المهمات المنطوية بها اضافة الي الدور الاساسي الذي يكمن ان تقوم به في اطار واجباتها الوظيفية التخصصية وهو ما يترجم بعد ذلك الي مجموعة من الوظائف والانشطة الاساسية التي تقوم بها .

(محمد زين ، 2011 ، ص 35)

فأهداف العلاقات العامة تختلف من منظمة الي اخرى باختلاف جماهيرها وما تقدمه لها فالأهداف هي التي توجه الجمهور وتجعل المشتغلين بالعلاقات العامة مدركين غايتهم التي يسعون الي بلوغها

47

غير انه ينبغي ان يكون هنالك الي جانب الاهداف الرئيسية اهداف فرعية بالنسبة لكل جمهور لكي نعرف ماذا نريد ان نقدم ؟ ولماذا نتصل ؟ وكيف يتم هذا الاتصال ؟

(محمد زين ، 2008 ، ص 27)

ان وضوح الأهداف يعتبر من الاهمية بمكانة بالنسبة لأي مؤسسة تسعى الي احراز النجاحات في اعمالها لان ذلك يمكنها من تحديد الوسيلة المناسبة في بلوغ تلك الاهداف والتي يجب ان تكون واضحة وسهلة الفهم ومكتوبة وواقعية وقابلة للتعديل وللقياس وللتغيير .
واهداف العلاقات العامة كأهداف اي نشاط تطلب الواقعية والوضوح كما انها ترتبط ارتباطا قويا بأهداف المؤسسة والدول.

يمكن تحديد الاهداف الاتية لنشاط العلاقات

العامة :-

- 1- سعي العلاقات الي زيادة اهتمام الجمهور بشؤون وطنهم عن طريق شرح الاهداف والاتجاهات العامة للدولة في المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية وتنمية الشعور القومي لدي الجماهير .
- 2- تدعيم التعاون المستمر بين المؤسسة والمؤسسات الاخرى المرتبطة معها بصلات العمل .
- 3- توثيق العلاقة مع اجهزة الاعلام المركزية ووكالات الاعلان والمجلات والصحف والقيام بإعداد واصدار النشرات والكراسات الاعلامية والملصقات الجدارية واصدار مجلة دورية .
- 4- متابعة ما ينشر من شكاوي وانتقادات واقتراحات حول المنظمات والشركات والعمل على دراستها وتحليلها وازالة اسبابها وتجاوزها بالتعاون والتنسيق مع الجهات الاخرى وتنشر الاجابة عنها اعلاميا بأمانه وصدق .
- 5- إعداد وتنظيم استقبال الوفود وبرامج زيارتهم وإظهار المؤسسة بالمستوى اللائق امام الزوار وإعداد متطلبات زيارتهم .
- 6- ترجمة النشرات والابحاث والمواضيع المهنية ذات العلاقة بنشاط المؤسسة .
- 7-تنظيم كتبه المؤسسة والاشراف عليها والاهتمام ب الار شيف الاعلامي .

48

- 8- الاشراف على قيام المعارض والمتاحف والاعداد لمشاركة المؤسسة بالمعارض المحلية والدولية لعرض خدمات وانشطة المؤسسة .
 - 9- رعاية العاملين بالمؤسسة وتوفير الخدمات الداخلية لهم من برامج اجتماعية وترفيهية ورياضية والتضامن الاسري والعلاج الطبي .
 - 10- تدعيم العلاقة الداخلية بين ادارة المؤسسة والعاملين فيها ورفع الروح المعنوية وكسب ثقتهم وتعاونهم وتنمية اسباب هذا التفاهم وتوعيتهم لزيادة كفاءة الاداء .
 - 11- اجراء الاحتفالات بالمناسبات الدينية والقومية والوطنية والاعياد بالتنسيق مع الجهات الاخرى .
- (احمد جرادات - الشامي، 2009، ص34 ص 40-42)

أهداف العلاقات العامة في الاجهزة الحكومية :-

- 1-الحصول على تأييد الرأي العام وهو جسور الثقة والتواصل بينة وبين الحكومة من خلال امداده بالمعلومات الصحيحة والاعتماد على الصدق والامانة في ايصال المعلومات الية .
- 2- القيام بشرح اهداف النظام السياسي والاقتصادي والاجتماعي السائد في الدولة .

- 3- تنمية الاساس بالمسئولية لدى الموظفين من خلال وسائل الاتصال المعروفة .
 - 4- تحسين العلاقة سواء مع الجمهور الداخلي أو الخارجي .
 - 5- ضرورة تبليغ المواطنين بالخدمات والوظائف التي تزولها الحكومة حتي يمكن انيسهم فيها ويفيد منها بالكامل .
 - 6- تدعيم العلاقات مع وسائل الاتصال المعروفة من صحف ومجلات وتلفزيون وغيرها .
 - 7- الدفاع عن موقف الدائرة الحكومية اذا تعرضت الي أي انتقادات من قبل الاخرين .
- (محمد زين ، 2011 ، ص 39 – 40)

أهداف العلاقات العامة المرتبطة بالجمهور الخارجي :-

- 1-تحسين سمعة المنظمة وتكوين صورة ذهنية ايجابية لدى الجماهير وذلك من خلال شرح سياسات واهداف المنظمة .
 - 2-استقطاب الكفاءات البشرية المميزة والمناسبة للعمل بالمنظمة
- 49
- 3- توفير المعلومات للإدارة عن الجماهير او اطراف التعامل مع المنظمة عن طريق البحوث
 - 4- شرح دور المنظمة في خدمة البيئة والمواطنين بصفة عامة .
 - 5- تقوية العلاقات بين المنظمة والمنظمات الشعبية ذات الصلة بمجال المنظمة سواء بداخل الدولة او خارجها .
 - 6- تقوية الصلة بين المنظمة ووسائل الاتصال الجماهيري .
- (محمد زين ، 2008 ، ص 35)

هنالك مجموعة من الأهداف التي تشكل خطوطا رئيسية لإخصائي العلاقات العامة تتمثل في :-

- 1-دعم سياسات المؤسسة وتقبل الجمهور .
- 2- تنمية التفاهم المشترك والمتبادل بين المؤسسة والجمهور .
- 3- تعزيز ثقة الجمهور بالمؤسسة .
- 4- تقييم اتجاهات الجمهور والتنبؤ بها والاستجابة لها .

- 5- العمل كنظام تحذير مبكر يساعد الإدارة في اتخاذ القرارات .
- 6- توسيع مجال خدماتها واسواقها وتقبلها لدى جمهور واسع .
- 7- العمل علي معالجة الازمات بالتعاون مع الادارة العليا .

هنالك أهداف أخرى للعلاقات العامة :-

1- ترسيخ وتعزيز سمعة المنظمة عن طريق انماء فهم الجمهور وتنويره بما تقوم به من خدمات ونشاطات .

- 2- بناء سمعة طيبة للنشاطات التي تقوم بها المنظمة بين الجمهور الذي يتعامل معها .
- 3- خلق فهم واسع نحو المشاكل والصعوبات التي تواجه المنظمة .
- 4- الحصول علي ثقة الجمهور وبالتالي ولاءه للمنظمة .
- 5- التمتع بعلاقات حسنة مع المجتمع المحلي .
- 6- كسب ثقة المساهمين .
- 7- توطيد العلاقة مع الجمهور الداخلي والخارجي .

50

- 8- حل مشاكل الجمهور الداخلي والخارجي .
- 9- بناء وتوطيد علاقات طيبة مع المنظمات المنافسة .
- 10- بناء وتوطيد علاقات طيبة مع مؤسسات الدولة .
- 11- معرفة ميول ورغبات واتجاهات فئات الجمهور نحو المنظمة .

(العلق ، 2009 ، ص 17)

وظائف العلاقات العامة

إن تحديد وظائف العلاقات العامة في أي مؤسسة امر في غاية الأهمية خاصة وإن الخلط وصل الي إن العلاقات العامة هي وظيفة كل فرد في المؤسسة المعنية ويرى الباحث ان أي فرد في أي منظمة طالما هو يتعامل مع جمهور هذه المؤسسة لأبد أن يمارس العلاقات العامة وذلك لا يأتي من خلال ممارسته لوظائف العلاقات العامة وانما الأمر بوظائف العلاقات العامة فلا بد من تحديدها وتحديد القائمين بها .

فهناك اتفاق علي طبيعة العلاقات العامة فيما يتعلق بوظائفها وواجه نشاطها وذلك بالرغم من تطور وجهات نظر الاكاد يمين والممارسين لهذه الوظائف والانشطة وتطور الممارسة العلمية بها . لذا يعتمد نجاح العلاقات العامة في أي مؤسسة على مدى اقتناع الإدارة العليا بأهمية هذه الوظيفة واقتناعها ايضا بضرورة تهيئه الظروف للممارسة الفعلية لها من خلال جميع العاملين بها من ناحية وإدارة متخصصة لقيادة هذا العمل من الناحية الاخرى .

(عبد المنعم ، 2009 ، ص 65)

ويري بير نايس ان للعلاقات العامة وظائف اساسية وهي :-

اعلام الناس واقناعهم وإدماجهم ببعضهم البعض ووظيفة الإدماج من اهم وظائف العلاقات العامة التي تسعى الي التكيف الإنساني وكذلك إن فهم الناس عملية أساسية في المجتمع التنافسي والمعرفة الحيوية لكل فرد للتعامل مع الجماهير واستمرار ذلك التعاون ومن العلاقات العامة يمكن للفرد أو الجماعة أو المجتمع أن يضمن القرارات العامة التي تستند على المعرفة والفهم .

(مصطفى عبد المنعم ، 2009 ، ص66) .

هناك اربعة وظائف رئيسية للعلاقات العامة :-

1-وظيفة البحوث

2-وظيفة التخطيط

52

3- وظيفة الاتصال

4- وظيفة التقييم

اولاً : وظيفة البحوث :-

البحوث : هي تلك الدراسات التي يقوم بها الخبراء والباحثون من إدارة العلاقات العامة وذلك لهدف المعرفة وقياس اتجاهات الجمهور وبيان الرأي العام للتعرف على مطالبة وتذليل الصعاب للوصول الى هذه المطالب من خلال إتباع سياسات تمارسها الإدارة العليا .
وهذه الوظيفة يمارسها أفراد في وحدات إدارية تابعة للعلاقات العامة تتولى عمليات جمع المعلومات ومعرفة المتغيرات في البيئة الخارجية حتي يتم أخذها بعين الاعتبار في حالة بناء السياسات والخطط المستقبلية للتنظيم إضافة إلى ذلك فإن هذه الوظيفة تتطلب ضرورة الإلمام بقواعد البحث العلمي من حيث جمع المعلومات وتحديد المشاكل والقيام بالدراسات التحليلية في إظهار أنماط العلاقة والوصول إلى نتائج ومن ثم التوصيات التي تعطي لمتخذ القرار في الإدارات العليا .

كما تتطلب هذه الوظيفة ضرورة إجراء البحوث الداخلية للتعرف على ما يواجه التنظيم من المشاكل ومعوقات والعمل على تقديم الحلول فعملية إجراء البحوث العملية الموضوعية لمعرفة آراء الجماهير واتجاهاتها وقيمتها وميولها ورغباتها تعتبر أساس بناء خطط برامج قسم العلاقات العامة وتعتبر عملية إجراء البحوث لتقييم ومعرفة مدى فاعلية الخطط والسياسات موضع التنفيذ والعمل على إجراء التعديلات إذا ظهرت حاجة لذلك .
(اللوزي ، 2010 ، ص106).

ثانياً : وظيفة التخطيط:-

وتشير هذه الوظيفة إلى التخطيط ورسم سياسة العلاقات العامة بالنسبة للمنظمة من خلال تحديد الهدف والجماهير وإعداد البرامج الإعلامية وتوزيع الاختصاصات وتحديد الموازنة وتوزيعها على الأنشطة التي ستقوم بتنفيذها إدارة العلاقات العامة فالتخطيط هو مسؤولية مدير العلاقات العامة الذي يحدد المسار الوظيفي للعاملين في العلاقات العامة خلال عملية وضع الخطط.
فعملية التخطيط علي درجة من الصعوبة لأن التخطيط في العلاقات العامة مجاله الرئيسي هو

53

الدراسات السلوكية للجمهور من حيث الاتجاهات والقيم والاراء وهذه مفاهيم من الصعب السيطرة عليها وضبطها نتيجة لصعوبة تكوينها فهي سريعة التغيير وتميل إلي عدم الاستقرار وبالتالي من الصعب دراستها والتنبؤ بها .
فالتخطيط وظيفة فعالة يتوقف عليه نجاح المنظمات الإدارية الخاصة والحكومية ولا يكاد يوجد تنظيم يقوم على عدم التخطيط فالتخطيط يهدف إلى الوصول إلى أقصى ما يمكن فهو وسيلة تهدف إلي التعبئة السليمة لكل الموارد البشرية والمادية للوصول للأهداف العامة ولتحقيق التقدم في جميع مجالات الحياة والتخطيط في العلاقات العامة ينسق ويوجه الموارد والطاقات والقوى البشرية والمعنوية والمادية والإدارية المتوفرة في الوقت الحالي وفي المستقبل لتحقيق جميع الاهداف .
فالتخطيط في العلاقات العامة هو عملية مستمرة ودائمة الاطلاع على اتجاهات الجماهير يتطلب الحرص المستمر على دراستها لكونها سريعة التغيير وليست ثابتة .
(اللوزي ، 2010 ، ص120).

ثالثاً: وظيفة الاتصال :-

يقصد بوظيفة الاتصال عمليات الاتصال مع الجمهور المستهدف وتحديد الوسائل الإعلامية المناسبة لكل جمهور وعقد المؤتمرات وإنتاج الأفلام السينمائية والصور وإعداد المهرجانات والمعارض والمباريات المختلفة .

تعتبر وظيفة الاتصال من أهم وظائف العلاقات العامة لاعتماد إدارة العلاقات العامة عليها في الوصول إلي الجماهير وقدرتها على الاتصال بجمهورها الداخلي لتقريب وجهات النظر وتسهيل وصول المعلومات إلي الإدارة العليا لمساعدتها على اتخاذ القرارات الجيدة كما تظهر أهمية هذه الوظيفة بزيادة حجم التنظيمات الإدارية وتشابك وظائفها وتعقيدها الامر الذي يتطلب ضرورة توفر نظام اتصال فعال يعتمد على أكثر

الأساليب الحديثة حتي تستطيع المنظمة ومنها إدارة العلاقات العامة القيام بأنشطتها وتحقيق اهدافها . وتعمل إدارة العلاقات العامة على تنمية العلاقات مع المؤسسات والجماعات الأخرى الموجودة في المجتمع وذلك عن طريق النشاطات ذات الفائدة المشتركة .

54

كما تقوم العلاقات العامة بتعريف الجمهور بالمنشأة وتشرح السلعة أو الخدمة التي تنتجها بلغة سهلة بغية اهتمام الجمهور بها .

(اللوزي، 2010، ص 122)

رابعاً: وظيفة التقييم :-

ويعني قياس النتائج الفعلية المتحققة من تنفيذ برامج العلاقات العامة والقيام بالإجراءات التصحيحية في حالة الكشف عن وجود انحرافات في النتائج عما هو مخطط وذلك لضمان كفاءه وفعالية البرامج في تحقيق الخطة لأهدافها .

وعملية التقييم هي أي نشاط يستند على أساس علمي يهدف إلي تقييم العمليات المرتبطة بالبرامج العامة وأثارها والبرامج الفعلية المصاحبة للتنفيذ.

(اللوزي، 2010، ص122).

وظائف العلاقات العامة على المستوى القومي :-

تتمثل هذه الوظيفة في العمل على تسهيل أعمال ومهام الأجهزة الحكومية داخل الدولة والعمل على خلق درجة عالية من الثقة اضافة إلى توضيح الأهداف والسياسات العامة وآلية العمل والفوائد المترتبة على تحقيقها للجمهور .
(اللوزي ، 2010 ، ص100).

وظائف العلاقات العامة على المستوى التنظيمي :-

وتتمثل هذه في :-

1-الوظائف الاساسية الجوهرية التي تمارسها إدارة العلاقات العامة بشكل مستقل ومسؤول أمام الإدارة العليا .

2-دراسة وتحليل الرأي العام وتقديم التقارير والتوصيات .

55

3- نقل وجهات النظر من المنظمة وال جماهير لاطلاعهم علي نشاطها وأهدافها .

4- الاشتراك مع وإدارة الافراد في إعداد النشرات والمطبوعات لشرح أعمال وإهداف ونشاطات المنظمة كذلك اشتراكها مع إدارة التسويق والإدارة المالية .
(اللوزي ، 2010 ، ص100) .

*يرى الدكتور محمد الجوهر ان وظائف العلاقات العامة يمكن تقسيمها الي

ثلاث وظائف هي :-

1-وظائف اعلامية :-

تخطيط وتنفيذ برامج العلاقات العامة وحملاتها .

اعداد وتحرير البيانات الاخبارية وايصالها لوسائل الاعلام المختلفة .

اعداد وتحرير الرسائل الاخبارية والاشراف علي انتاجها وتوزيعها .

اعداد التقارير السنوية بالتعاون مع الادارة المالية المختصة .

- اعداد وتحرير الكتيبات والادلة والتقارير والمطبوعات الاخرى .
- تخطيط وتنفيذ الملصقات الاعلانية .
- القيام بتصوير احداث المؤسسة .
- اعداد الخطب والاحاديث .
- تنظيم اللقاءات والمؤتمرات والندوات والحفلات .
- تنظيم الزيارات والرحلات واليوم المفتوح والمعارض والاستقبالات .
- الاشراف علي لوحة الاعلانات داخل المؤسسة .

2- وظائف الاستعلام :-

- تطوير اساليب التعرف على اتجاهات الجماهير ومواقفها من منظمة الاعمال .
- اجراء البحوث والدراسات لتحديد موقف واراء الجماهير بشكل دقيق .
- تحليل اراء الجمهور اتجاه المنظمة ومتابعة هذه الراء وتطويرها .
- متابعة شكاوى الجماهير والتعرف على اسبابها وتقديم الحلول لها .

56

3- وظائف التنسيق :-

- العمل على ان تتكامل خطة العلاقات العامة مع الخطة الشاملة لمنظمة الاعمال وذلك باقناع الإدارة العليا بها .
 - برمجة أنشطة العلاقات العامة مع الأنشطة الاخرى في المؤسسة .
 - تقديم المشورة للإدارة العليا حول سياسة المنظمة والمشاركة في القرارات المتخذة والتي تؤثر في جماهير المؤسسة تأثيرا واضحا .
 - التنسيق والتعاون مع الإدارة الوسطى ومع العاملين .
- (المشرف - 2015 - ص 115 - 116)

* يقسم فيرن بيرنت وظائف العلاقات العامة إلي :-

- 1- تفسير سياسات الهيئة واعمالها إلي الجماهير .

2- تفسير ردود الفعل الحالية والمستقبلية لهذه الجماهير إلي الهيئة ذاتها .
ويؤخذ على هذا التقسيم أنه تجاهل عنصراً مهماً من العناصر الواجبة لنجاح وظائف العلاقات العامة
في تحقيق أهدافها لهذا التحديد يجعل من العلاقات العامة عملاً ناقلاً فهي تنقل سياسات الهيئة
واعمالها إلي الجماهير وتنقل ردود فعل الجماهير .
(صالح - خالق ، ص46) .

***اما فيليب ليز لي فيحدد هذه الوظائف في أربع وظائف رئيسية هي :-**

- 1-النصح والمشورة .
 - 2- الإعلام .
 - 3- الأبحاث والتحليل .
 - 4- بناء الثقة الشاملة ودعمها .
- (صالح - خالق ، ص46) .

57

***هناك وظائف اخرى للعلاقات العامة هي :-**

تعريف الجمهور بالمنظمة وشرح نشاطاتها وخدماتها ورسالتها وأهدافها بأسلوب واضح وواقعي
وبسيط وشرح سياسة المنظمة إلي الجمهور او أي تعديل بالسياسة وذلك بهدف كسب تعاون
الجماهير معها ومساعدة الجمهور علي تكوين راية وذلك من خلال تزويده بكافة المعلومات ليكون
راية مبنيا على أساس من الواقع والحقيقة والتأكد من أن جميع المعلومات والاخبار التي تنشر على
الجمهور صحيحة وسليمة من حيث الشكل والمضمون وتزويد إدارات المنظمة كافة بالتطورات التي
تحدث في الرأي العام وحماية المنظمة ضد أي هجوم قد يقع عليها نتيجة لنشر معلومات كاذبة او
مظلة و تهيئه جو سليم بين المنظمة والافراد وبين الافراد بعضهم ببعض داخل المنظمة وإبلاغ
الإدارة العليا للمنظمة برد فعل سياساتها بين فئات الجمهور المختلفة وبحث وتحليل جميع المسائل
التي تهم الإدارة العليا ورفعها اليها ومساعدة وتشجيع الاتصال بين المستويات الإدارية العليا
والمستويات الدنيا بالعكس والتأكد من أن أهداف المنظمة ونشاطاتها تلقي الاهتمام من الجمهور

والعمل على تدعيم العلاقة بين المنظمة وأجهزة الإعلام المختلفة وإعداد وتنظيم استقبال الوفود وبرامج زيارتهم وإظهار

المنظمة بالمستوى اللائق أمام الوفود والزوار والباحثين الذين يزورون المنظمة لأعمال تخدم المصلحة العامة والحركة الأكاديمية والعملية وإعداد متطلبات عقد الاتفاقيات وحفظها ومتابعة حفظها ومتابعة تنفيذها ضمن جدول زمني محدد وتنظيم الاحتفالات بالمناسبات الدينية والقومية والوطنية والأعياد بالتنسيق مع الجهات الأخرى والإشراف على إقامة المعارض والتحف والمؤتمرات والاعداد لمشاركة المنظمة بالمعارض والندوات والمؤتمرات والنشاطات المحلية والدولية.

(العلاق ، 2009 ، ص18- 19) .

تقديم النصح والمشورة فيما يتعلق بعمل المطبوعات ذات المضمون المميز الذي يعكس مكانة المؤسسة في المجتمع الذي يزاول فيه اعماله كذلك يدخل ضمن نطاق هذه الوظيفة قيام إدارة العلاقات العامة بالاتصال بوسائل الإعلام وترتيب كافة الإجراءات اللازمة والكفيلة بإيصال صوت المؤسسة إلي الجمهور .

58

العمل جنباً إلى جنب مع إدارة الأفراد وإدارة التدريب وأن ترتبط بعلاقات ثنائية ذات اتجاهين مع الإدارتين من خلال الجهود المشتركة المتعلقة بإصدار المجالات المتخصصة واقتراح هياكل التحفيز المناسبة وإصدار جرائد الحائط والنشرات وغيرها .
المشاركة الفعالة في مشاريع التنمية الاجتماعية والانشطة كافة التي تستهدف تحقيق رفاهية المواطن والإشراف على تخطيط وتصميم وتنفيذ أي حملات للإعلان والتنسيق معها لإخراج الحملة الاعلانية بالصورة المناسبة .

(ابو اصبع ، 2004 ، ص 99 – 101) .

الفصل الرابع : الجانب التطبيقي

اولاً: نشأه وتطور شركة سودا تل للاتصالات "سوداني "
ثانياً: تحليل الدراسة الميدانية للبحث
ثالثاً: النتائج والتوصيات

اولاً: نشاه وتطور الشركة السودانية للاتصالات :-

تم تأسيس الشركة السودانية للاتصالات المحدودة (سودا تل) في الثالث عشر من شهر مارس في عام 1993م .
وبدا العمل بالشركة كناقل للحركة في الاول من شهر فبراير عام 1994م .
بلغ رأس المال المصرح به سبعمائة وخمسون مليون دولار اما رأس المال المدفوع فقد بلغ ثلاثمائة مليون دولار حتى نهاية ديسمبر من عام 2002م اما بالنسبة للمساهمة من الحكومات (الحكومات السودانية) كانت في العام 1993م 66.7% بينما القطاع الخاص والشركات والافراد بنسبة 33.3% .
(موقع الشركة السودانية للاتصالات)

الرؤية:-

- 1- ان تكون سودا تل حاضرة في كل بيت سوداني .
- 2- ان يغدو هاتف سوداني في يد كل سوداني .

3- ان يسطع نجم سودا تل في سماء أفريقيا السمراء .

4- ان ينعم زبائننا بحياة افضل عبر منتجاتها وخدماتها المتطورة التي تناسب احتياجاتهم وامكانياتهم.

5- ان تعمل الشركة على تطوير مجتمعها الذي تعمل فيه وتساعد في رفعتة وتنميته في مختلف النواحي .

الرسالة:-

1- إثراء الحياة الاقتصادية والثقافية والاجتماعية للقارة الأفريقية بروح الاتصال .

2- إبدال نار الحرب في أفريقيا بدفء الاتصال .

3- محو ظلام الجهل بضوء المعرفة وتوفير خدمات الإنترنت والمعلوماتية في متناول الجميع .

الأهداف:-

1-تعميم خدمات الاتصال والمعلومات البيانية المتطورة وفق أحدث التقنيات وفق متطلبات برامج التنمية .

60

2- استخدام التقنيات المتطورة لزيادة الانتشار ورفع الكفاءة التشغيلية للشبكات وبناء موارد بشرية ذات كفاءة عالية .

3- التحول كناقل للحركة الإقليمية بين أفريقيا والعالم العربي .

4- الارتقاء بالشركة لاستمرار نجاحها وتحقيق الربحية والمنافسة عالمياً .

5- توسيع قاعدة الخدمات إلى المناطق النائية باستخدام التقنية الفضائية .

القيم :-

تقوم قيم سودا تل علي ركائز اساسية وهى :-

1-روح الفريق .

2- ارضاء الزبون .

3- الامانة .

4- الابداع والابتكار .

5- التجويد في الاداء .

وتتجسد شخصية سودا تل وكيفية عملها في هذه القم فهي جزء لا يتجزأ من حياتها اليومية .

(موقع الشركة السودانية للاتصالات)

اليات ووسائل العمل في سود اتل :-

يعتمد قسم الاتصال المؤسسي في سودا تل في تسويق الصورة العمومية لمجموعة سودا تل علي سلسلة تواصل وهي تواصل الصفحة التي تصدر بشكل شهري وتنشر في الصحف اليومية بجانب بعض الصفحات التسجيلية الاخرى ثم تواصل التلفزيونية وهي تصدر بشكل شهري وتبث في القناة القومية وقناة النيل الازرق وكذلك تواصل المجلة التي تصدر كل ثلاثة شهور وهذه السلسلة تعطي أنشطة المجموعة وشركاتها الداخلية والخارجية وكذلك يصدر المكتب الصحفي نشرات صحفية ومواد تسجيلية تنشر بالدوريات والمجلات وموقع الشركة الالكتروني بجانب الكتيبات والمطبقات وأفلام الوثائقية وكذلك يصاحب هذا تخطيات تلفزيونية واذاعية واستضافات في برامج ولقاءات صحفية ترتبط بأنشطة الاعلام المحلية والدولية ويتضح من خلال اليات الخطة تغلغل الاتصال المؤسسي عبر كل الوسائل الاعلامية مما لا يعطي مساحة واسعة لنشر المعلومات الخاصة بالمجموعة مما يرسم صورة ايجابية عنها ويعزز سمعتها السمحة .

1- خدمة الرسائل الاجتماعية :-

وهي خدمة تقدمها شركة سوداني لكل المؤسسات (صحف – مجلات – وكالات انباء) وتقدم مجاناً للعاملين بالشركة تشمل مناسبات رسمية وغير رسمية عروض الافتتاحات الجديدة التي تقوم بها المؤسسة والرعي الذي يراعى هذا الافتتاح وتمتاز بانها اسهل من ال ايميل لسهولة قراتها . والقائم على امرها قسم الاتصال الداخلي بالمؤسسة وتوجه الشركة هذه الرسائل لكل الشركات والمؤسسات برسوم محددة تقتصر علي مشتركى الشبكة

61

2- صفحة الانترنت :-

هي موقع تابع للشركة تحتوي علي كافة الفعاليات الاجتماعية كالتنهاني ورسائل التواصل ودعوات والتعيينات الجديدة والوظائف الشاغرة ودليل ارقام وهواتف كل العاملين بالشركة ويوجد بها مكتبة فيديو وصور .

3- مجلة تواصل الشهرية :-

وهي مجلة شهرية موجهة للعاملين بالشركة والمساهمين لتعريف الجمهور بأخر الاحداث والايخبار .

4- الافلام الوثائقية :-

تعتبر من الوسائل الفعالة التي استخدمتها سودا تل في تسويق مشروعات وبرامج المسؤولية المجتمعية.

5- وسائل الاعلام الجماهيري :-

بدأت سودا تل تهتم ايضا بعكس مشروعات وبرامج المسؤولية المجتمعية بشكل كبير في العام 2005م من خلال وسائل الاعلام الجماهيري من صحف واذاعة وتلفاز وكان هنالك عمل اعلامي قبل هذه السنوات ولكن لم يكن بالكثافة المطلوبة لمشروعات ب ملايين الدولارات.

6- الاعلانات الالكترونية :-

تعد المواقع الالكترونية بحد ذاتها إعلانا مباشراً للشركة وخدماتها إذ تعد هذه المواقع بمثابة واجهة متجر إذ يمكن للمستخدم ان يجد الكثير من المعلومات ن الشركة وخدماتها وتستخدم الشركة الموقع للترويج عن خدماتها هي ايضا في نفس الوقت تكون وسيلة للتسوية ونشر المعلومات التي تهم الزائر وقد يتم البيع عن طريق المواقع .

ايجابيات وسلبيات الاعلان الالكتروني التي تقدمها شركة سوداني للجمهور :-

اولاً : الايجابيات :-

- 1- إمكانية عرض الاعلانات بطرق أكثر وضوحا وترويجا من خلال استخدام التطورات التكنولوجية.
 - 2- تتمكن الشركة من إجراء الدراسات الدقيقة كمعرفة عدد الزيارات للمواقع وعدد الطلبات التي تتفاعل مع الموقع وهو مؤشر على مدى نجاح الاعلان الالكتروني .
 - 3- يمكن جذب واستقطاب أكبر عدد من الجمهور الزائر للموقع إلى مواقع اخرى بوسائل متنوعة مثل نشر الانشطة الاعلانية في الموقع .
- 62
- 4- إمكانية وصول الاعلان الى الملايين من الجمهور لان الانترنت يتميز بامتداد رقعة انتشاره .
 - 5- إمكانية استخدام عنصر الصورة والنص المكتوب وهذا يجعل الاعلان يأخذ طابعا مثيرا وجذابا للجمهور .
 - 6- إمكانية تفاعل المتلقي مع الاعلانات علي شبكة الانترنت .
 - 7- الاعلان عبر الانترنت يعمل بشكل يومي بدون توقف .

ثانياً: السلبيات :-

- 1- لا شك أن التعامل مع الكمبيوتر يحتاج الى التدريب والتعلم لفهم كيفية عملة اولا وكيفية التعامل مع صفحات الويب ثانيا .
- 2- عدم وجود الوقت الكافي لبعض الافراد للاطلاع علي كل ما يحتويه موقع الشركة .
- 3- قد تصاب الشبكة احيانا بحالة من البطء الشديد أو الانقطاع .

وسائل الاعلام الجديد :-

اهتمت سودا تل بوسائل الاعلام الجديد فسودا تل وصلت للتقنيات التي ساهمت في تطوير البلاد حيث افردت حيزا مناسباً لمشروعات وبرامج المسؤولية المجتمعية من خلال روابط الاخبار والتقارير والاعلانات والموقع يجذب عدد كبير من الزوار داخل البلاد وخارجها كما توجد صحيفة سوداني علي الفيس بوك وتويتر وقوقل بلس التي تنشر الاخبار وتعد المسابقات الخاصة بالمسؤولية المجتمعية كما هنالك بث لحلقات تواصل واخبار وافلام المسؤولية المجتمعية على اليوتيوب .

(موقع الشركة السودانية للاتصالات)

المسؤولية المجتمعية :-

نطلق سودا تل في فهمها للمسؤولية المجتمعية من رؤية إسلامية أصلية ، قوامها نظام متكامل للحقوق الاجتماعية التي حددها الإسلام لعامة الناس في الثروات والأموال ولا يقف التكافل في الإسلام الذي يمثل ركيزة أساسية في هذا الإطار علي الجوانب المادية بل يمتد ليشمل الجانب الروحي ، وقد اسهمت سودا تل فيها بالتجارب الانسانية الخيرة وثمرات المعايير الدولية التي تصدرها المؤسسات الانسانية الدولية المتخصصة بما يتفق مع قيمها ومعاييرها الأخلاقية ، وتؤكد سودا تل التزامها المستمر بالثوابت الأخلاقية وممارسات العمل المسؤولية في كافة عملياتها وتعاملاتها ، والمساهمة في تحقيق التنمية المستدامة والعمل علي تحسين نوعية الظروف المعيشية لعاملينا وعائلاتهم والمجتمع المحلي والمجتمع ككل والحفاظ علي البيئة ، وتؤكد التزامها بخدمة المجتمع كخيار استراتيجي لا تحيد عنه .

63

وقد امت سودا تل بجهد كبير في اطار مسؤوليتها المجتمعية تجاه اصحاب المصلحة من مجتمع وحكومة ومساهمين ومشاركين وعاملين ووكلاء وموردين ومؤسسات مجتمع مدني والتزمت بمبدأ الشفافية و الحوكمه كلازمة من ل اوازم المسؤولية .

محور المجتمع :-

خدمات الاتصال هي مشروع للمسؤولية الاجتماعية ، لأنها تساهم في تطوير القطاعات الاخرى وتحقيق التنمية الشاملة وقد بنت سودا تل شبكات اتصال ضخمة تجاوز طول شبكة الالياف الضوئية وحدها 10 الف كيلو متر ، ربطتها مع دول الجوار مصر والسعودية واثيوبيا ويجري العمل علي ربط دول اخرى ، وشاركت في مشروعات اتصال كبرى بالقارة مثل الكيبل البحري القاري لشرق افريقيا وكيبل بغرب افريقيا ، وكيبل الذي يربط السعودية بالسودان عبر البحر الاحمر ، وهي مشروعات تصب في صالح التنمية المستدامة وتجسير الفجوة الرقمية لتلحق افريقيا بمجتمع المعرفة .

وفوق ذلك ظلت سودا تل تخصص مبلغ منذ عام 1999م لدعم الشرائح الضعيفة في المجتمع وبناء شراكات خيرة مع مؤسساته ، من خلال تنفيذ مشروعات ذات قيمة في مجال الصحة والمياه والتعليم وكفالة الايتام والتنمية بشكل عام باسطة ايديها البيضاء لمساعدة الفقر والضعيف والارملة والمسكين والمريض عبر الدم المباشر ، امتدت خدماتها بطول البلاد وعرضها علي مدي السنين الماضية ولا زالت تمضي في ذات الاتجاه تفيض على اهل السودان خير وبركة .

المحور التنموي :-

وفي المحور التنموي تم تسيير تجريدة الخلاوي الثانية لأكثر من 105 خلوه بالعاصمة والولايات ، وتم تنفيذ مشروع كيس الصائم لأكثر من 3500 أسرة وفرش أكثر من 60 مسجد ، كما تمت إنارة 17 خلوه عن طريق الخلايا الشمسية ، ودعم المراكز الدعوية والمنظمات الطوعية وتأهيل بعض دور المعوقين كما تم دعم أكثر من 100 مواطن عبر محور الدعم المباشر لحالات علاج جرحه وعمليات جراحية عجز المرضى عن الإيفاء بتكاليفها .

محور كفالة الايتام :-

لا خير في امة لا ترعى ايتامها واراملها ، فرعاية اليتيم والإحسان الية هو السبيل الي مجالسة المصطفى صلي الله عليه وسلم ، لذا جاء اهتمام سودا تل به لترسيخ قيم التكافل والتراحم والمودة بين افراد مجتمعنا ، وقد خصصت نفرة العام 2011م لمشروع رعاية الايتام بفرض الوصول التي عدد 1500 يتيم تحت مظلة سودا تل بصورة دائمة لتعميق التعاون الخير مع المجتمع لنمضي قدما في هذا الاتجاه نسبة لتزايد عدد الايتام بالبلاد ، وقد تم اعتماد عد 23 منظمة لنقوم برعاية الايتام نيابة عن سودا تل ويتركز معظم الايتام داخل ولاية الخرطوم وذلك يعود لطبيعة عمل المنظمات .

64

محور التعليم :-

- الإنسان هو الرأسمالي للتنمية والاستثمار فيه يفتح أفقا واسعة للنمو والتطور لذا جاء اهتمام سودا تل بالتعليم الذي نفذت من خلاله مشروعات توعية تلمست الحوجة الحقيقية للمجتمع في هذا الجانب ، شملت المؤسسات التعليمية المختلفة ، وقد جاءت المشروعات التي تم إنجازها كالاتي :-
- 1-تم تجليس 13,000 طالب بكل من ولايات دارفور الكبرى وكسلا والقضارف والخرطوم وشمال كردفان ، وقد بلغ عدد الطلاب الذين تم إجلسهم منذ بداية المشروع 76,000 طالب .
 - 2- تم تركيب 13 معملا بالمدارس الثانوية بالولايات المختلفة ، لتصبح جملة المعامل التي تم تركيبها منذ بداية المشروع 37 معملا بمختلف ولايات السودان .
 - 3- تم تأثيث معامل حاسوب بجامعة الخرطوم (تربية ، آداب ، علوم فيزياء) وجاري تنفيذ الاستديو الاذاعي والتلفزيوني بجامعة ام درمان الاسلامية .
 - 4- تم تنفيذ برنامج سقيا مجمعات الطلاب حيث تم دعمها ب42 ثلاجة كبيرة .
 - 5- تم تنفيذ نفرة التعليم الثانية بولاية الخرطوم برعاية السيد الوالي والرئيس التنفيذي لترقية البيئة التعليمية .
 - 6- تم تنفيذ برنامج الزبي المدرسي للايتام لعدد 4,000 طالب .

- 7- تمت كفالة 515 طالبة جامعية بولاية الخرطوم .
- 8- تم تشييد مسجدين في إطار مشروع مسجد لكل مدرسة .
- 9- تم توزيع 13 دراجة نارية للطلاب المعوقين بالتعليم العالي .
- 10- تم تنفيذ العديد من مشروعات تهيئة البيئة التعليمية خاصة في مجال بناء المرافق .

وسائل عكس برامج المسؤولية المجتمعية :-

لاحظ الباحثون من خلال عملهم اهتمام سودا تل بتوثيق كل المناشط الخاصة بمشروعات وبرامج المسؤولية المجتمعية حيث يتم تصويرها عن طريق الفيديو والصور الفوتوغرافية وهي محفوظة بشكل جيد مما جعلها ركيزة اساسية في العمل الاعلامي للتغطيات والافلام الوثائقية والمجلات والكتيبات والدوريات والمطويات .

(موقع الشركة السودانية للاتصالات)

نشاه وتطور العلاقات العامة في سودا تل :-

يقع عب ادارة برامج الصورة الذهنية بشكل مباشر على العلاقات العامة في سودا تل وقد مرت العلاقات العامة في سودا تل بتقلبات عديدة ومسميات مختلفة على حسب طبيعة المرحلة التي تمر بها.

وقد استست وحدة العلاقات العامة في العام 1996م باسم وحدة الاتصال الداخلي والخارجي وفي عام 1998م تم طرح برنامج ثقافي للشركة وهو الوعاء الحضاري الذي يقوم علي طرق واساليب العمل نحو اداء افضل ثم ترسيخ مفاهيم كفاءه الاداء وتجويده وحسن التعامل مع المشتركين والعمل على

65

تحقيق اهداف الشركة وخلال فترة تأسيس الشركة تطورت وحدة العلاقات العامة من وحدة الاتصال الداخلي والخارجي الى وحدة العلاقات العامة والاعلام ومن ثم وحدة العلاقات العامة وثقافة الشركة. وفي فترة فتح سوق الاتصالات للمنافسة دخلت شركات اخرى مثل (زين - ام تي ان - كنار) تمت هيكلتها لتواكب المتغيرات في عام 2009م بتقسيمها الي شركات متخصصة وكذلك اتجهت نحو العالمية بتشغيل الاتصالات في خمس دول افريقية وتبع ذلك اعادة هيكلة العلاقات العامة التي كانت تحمل اسم العلاقات العامة والاعلام وقد اصبحت تتبع لإدارة شؤون رئاسة مجموعة سودا تل واصبحت تضم اربعة اقسام وهي :

- 1- العلاقات العامة والمراسم .
 - 2- المكتب الصحفي .
 - 3- قسم الدعم الاجتماعي .
 - 4- قسم مركز البيانات .
- بالرغم من الخلل الذي يبدو في تسميتها وتحجيم دورها بإطلاقها على قسم يقوم ببعض انشطتها الا ان وجود الانشطة ذات الصلة في ادارة واحدة مكنها من اداء دورها من خلال التنسيق المحكم ثو تمت هيكلتها مرة اخري في عام 2011م لإدارة شؤون الرئاسة بإضافة قسم الاتصال المؤسسي الذي يتبع

له الاعلام والتوثيق والعلاقات العامة والمراسم وايضا تم تغيير اسم قسم الدعم الاجتماعي الي قسم المسؤولية المجتمعية .
بجانب هذه تم تأسيس ادارة المكتب التنفيذي والحق بها قسم جديد .
في العام 2015م سمي قسم العلاقات العامة والمراسم ينصب نشاطها في العمل الخارجي وعمل المراسم .
(مقابلة مع رئيس قسم العلاقات العامة بشركة سوداني ، عصام بابكر كوكو البشير ، الساعة 11صباحا)

اولاً: ليحقق الاهداف التالية داخل الشركة :-

- 1- ايجاد التفاهم المتبادل بين الشركة والمجتمع وافراده تحقيقا للمصالح العامة .
- 2- تعريف الجمهور بالشركة وبالخدمات التي تقدمها .
- 3- شرح سياسة الشركة بهدف قبولها والاقتران بها .
- 4- تهيئه جو صالح بين الشركة والمتعاملين معها من الجمهور والعاملين .
- 5- تشجيع الاتصال بين المستويات الادارية العليا والمستويات الادارية التنفيذية وبالعكس .
- 6- التنسيق بين الادارات المختلفة لتحقيق الانسجام في الاداء فيما بينها .
- 7- تشجيع المبادرات الفردية والجماعية التي تسهم في تطوير العمل .
- 8- ربط العاملين ببرامج فعالة بالبيئة الداخلية والمجتمع الخارجي .
- 9- احياء وتفعيل أنشطة دار العاملين لاستيعاب البرامج الاسرية الترفيهية .

66

ثانياً: ليحقق الاهداف التالية خارج الشركة :-

- 1- تطوير العلاقات بين الشركة والمجتمع الخارجي .
- 2- الزيارات المتبادلة والتواصل مع كبار المشتركين والمؤسسات والجهات السيادية .
- 3- المشاركة في المناسبات القومية والاجتماعية المختلفة .
- 4- تكريم رموز المجتمع ومد جسور التواصل مع منظمات المجتمع .
- 5- الاهتمام بالمبادرات القائمة وايجاد فرص لاستثمار مبادرات جديدة .
- 6- اصدار الكتيب التعريفي للشركة .
- 7- توطيد العلاقات مع جميع السفارات الاجنبية بالبلاد .
- 8- الاهتمام بأراء ومقترحات المشتركين .

استراتيجيات العلاقات العامة في شركة سوداني :-

أ-بعيدة المدى :-

- 1-الاسهام في تحقيق اهداف المجموعة الاستراتيجية .
- 2- تحسين الصورة الذهنية للمجموعة .
- 3- التعريف بالمجموعة وخدماتها ومشاريعها ودورها .

ب- قصيرة المدى :-

- 1-خلق علاقات طيبة مع المؤسسات والجهات الخارجية ذات الصلة .
- 2- تطوير وتفعيل وتنمية العلاقات البيئية بين الادارات .
- 3- بتنمية روح الولاء والانتماء وغرس قيم العمل الفاضلة .
- 4- اجراء الدراسات والبحوث واستقراء الرأي .
- 5- تنفيذ الاعمال المر اسمية بالجودة العالمية وفي الزمن المحدد .

(مقابلة مع رئيس قسم العلاقات العامة بشركة سوداني ، عصام بابكر كوكو البشير ، الساعة 11صباحا)

شركة سوداني :-

أنشئت شركة سوداني في فبراير 2006م حيث تم الانتهاء من تركيب الشبكة اللاسلكية "سوداني" و النظام الذي تعمل به وهو أحدث تقنيات الهاتف والجوال وتمتاز بتوفير الجيل الثالث من الاتصالات لتتمكن " سودا تل " من تقوية موقفها التنافسي وذلك من خلال ما توفره هذه الشبكة من خدمة اتصالات عالية الجودة إضافة لتقديم الخدمات التالية :

- 1-خدمة الدفع المقدم
- 2- خدمة الانترنت بالساعات العريضة
- 3- خدمة الرسائل القصيرة
- 4- خدمة البريد الصوتي
- 5- خدمة المجموعات الافتراضية للمؤسسات والشركات
- 6- خدمة العائلة والاصدقاء والافراد
- 7- خدمة اجهزه اللاسلكي

*انتشار سوداني داخل ولاية الخرطوم الكبرى :-

تمت تغطية اثنين وثلاثين موقعي بمدينة الخرطوم بحري ، وسبعة وخمسين موقعا بام درمان ، وستة وستين موقع بمدينة الخرطوم .

*انتشار سوداني على مستوى السودان :-

تمت تغطية المدن والمواقع التالية :-

عدد 155 موقعا بالخرطوم الكبرى ، و37 موقعا بولاية الجزيرة ، و4 مدن بكر دفان الكبرى ، و16 مدينة بالنيلين الابيض والازرق ، و3 مدن بدارفور الكبرى ، و5 مدن بولاية نهر النيل ، و3 مدن بالولاية الشمالية ، و3 مدن بالولايات الجنوبية ، و18 موقع بالولاية الشرقية .

(هاشم الجار ، الاعلام السوداني ، الخرطوم ، منشورات الخرطوم عاصمة الثقافة ، 2000م ، ص 5)

ثانياً: تحليل الدراسة الميدانية

الاستبيان :-

يحتوي الاستبيان علي عدد من الاسئلة المغلقة وسؤال مفتوح واحد تم تحكيمها بواسطة :

1-أ| مصطفى

2 - أ| الرشيد الطاهر

3- أ| صلاح

والتي بعد تحليلها أثبتت حقيقة أن لتكنولوجيا الاتصال دور في تعزيز العلاقة مع الجمهور

مجتمع الدراسة :-

يتمثل مجتمع الدراسة في فئة الشباب وهي من اكثر الفئات استخداما للتكنولوجيا .

عينة البحث :-

تم 10% من عدد طلاب الثانوي لعينة الدراسة .
وتم أخذ 20% من طلاب الجامعات لعينة الدراسة .

المنهج الوصفي :-

استخدمت المجموعة المنهج الوصفي التحليلي نسبة لمرونته ولا نه يتضمن عددا من المناهج والاساليب الفرعية ونسبة لمميزاته في وصف وتحليل الظاهرة يقوم هذا المنهج بوصف المضمون للمادة المراد تحليلها كما يتميز بالموضوعية (الصدق -الثبات).
استخدمت المجموعة الباحثة هذا المنهج لا نه يساعد في وصف دور العلاقات العامة داخل المؤسسة واستخدامها لتكنولوجيا الاتصال في بناء العلاقة مع الجمهور .

الاساليب الاحصائية المستخدمة في البحث :-

لتحليل البيانات الخاصة بالاستبيان استخدم الباحثون الوسط الحسابي والنسب المئوية .
وقد قام الباحثون باستعراض كل عبارة أو مجموعة عبارات في جدول يوضح عدد الاستجابات والنسب المئوية لكل إجابة لتحليل إجابات الاستبيان بعد ذلك قام الباحثون بالتعليق علي نتيجة العبارة وقد استخدم الباحثون الجداول التكرارية لتحليل المعلومات وذلك بإعطاء الجداول أرقاما متسلسلة ثم إعطائها عنوانا لمعرفة ما تحتويه من بيانات عينة الدراسة لمعرفة النسب المئوية وغيرها .
ولتحليل المعلومات والبيانات التي حصلت عليها الدراسة من خلال الاستبيان تم تطبيق عليها مجموعة من المعالجات الاحصائية وهي :-

1- الجداول التكرارية .

2- النسب المئوية .

3- الاشكال البيانية .

تحليل الاستبيان

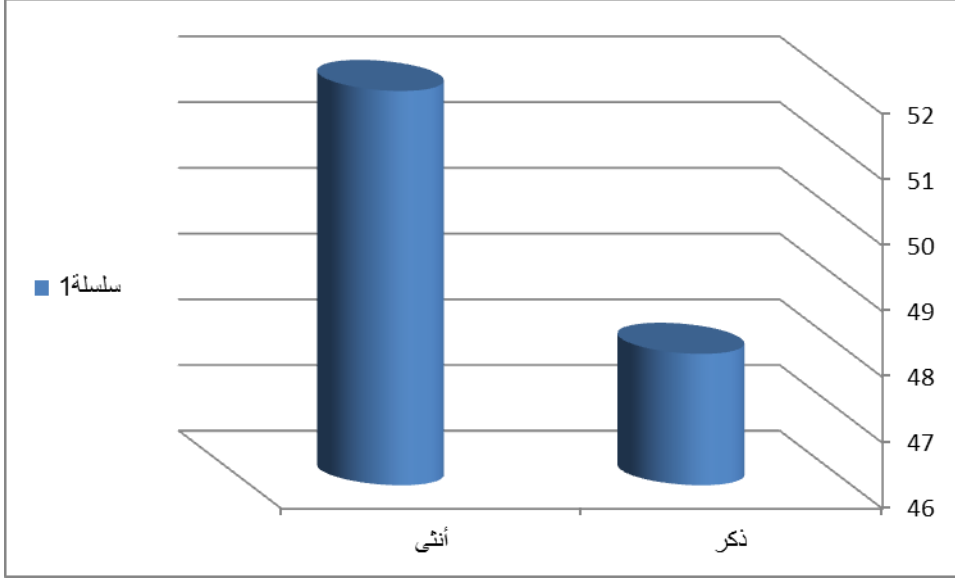
البيانات الشخصية :-

السؤال الاول : النوع :

النوع	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	24	%48
انثي	26	%52
المجموع	50	100

جدول رقم (1)

يتبين من الجدول اعلاه ان نسبة الذكور 48% بينما نسبة الاناث 52 % من جملة افراد العينة وقد لا حظت المجموعة الباحثة أن أكبر عدد من الأفراد هم من الإناث .



المصدر: دراسة الباحثين 2016

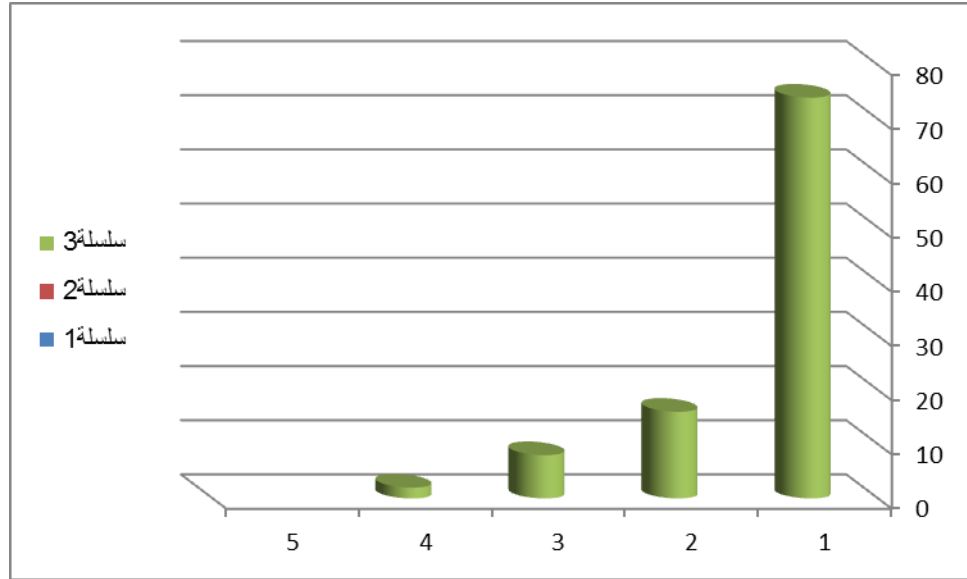
71

السؤال الثاني : العمر :

العمر	التكرار	النسبة المئوية
20 و اقل من 29	37	74 %
30 و اقل من 39	8	16 %
40 و اقل من 49	4	8 %
50 فاكثر	1	2 %
المجموع	50	100

جدول رقم (2)

يتبين من الجدول اعلاه ان نسبة العمر من 29-20 سنة بلغت نسبة 74% ومن 30-39 سنة بلغت 16% ومن 40-49 سنة بلغت 8% ومن 50 فاكتر سنة بلغت 2% من جملة افراد العينة وقد لاحظت المجموعة الباحثة أن أكبر عدد من الأفراد يقع عمرهم من بين 20 وأقل من 29 سنة .



المصدر: دراسة الباحثين 2016

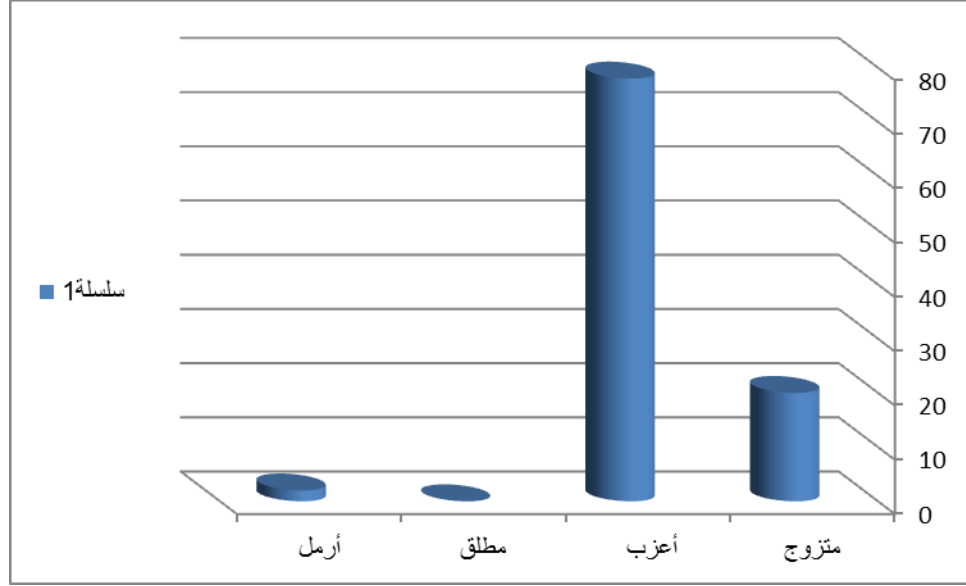
72

السؤال الثالث : الحالة الاجتماعية :

النسبة المئوية	التكرار	الحالة الاجتماعية
20%	10	متزوج
78%	39	اعزب
0%	0	مطلق
2%	1	ارمل
100	50	المجموع

جدول رقم (3)

يتبين من الجدول اعلاه ان عدد الافراد المتزوجين بلغت نسبت 20% وعدد الافراد العازبين بلغ نسبة 78% وعدد الافراد المطلقين 0% وعدد الافراد الارامل 2% من جملة افراد العينة وقد لاحظت المجموعة الباحثة أن أكبر عدد من الأفراد حالتهم الاجتماعية هي أعزب .



المصدر: دراسة الباحثين 2016

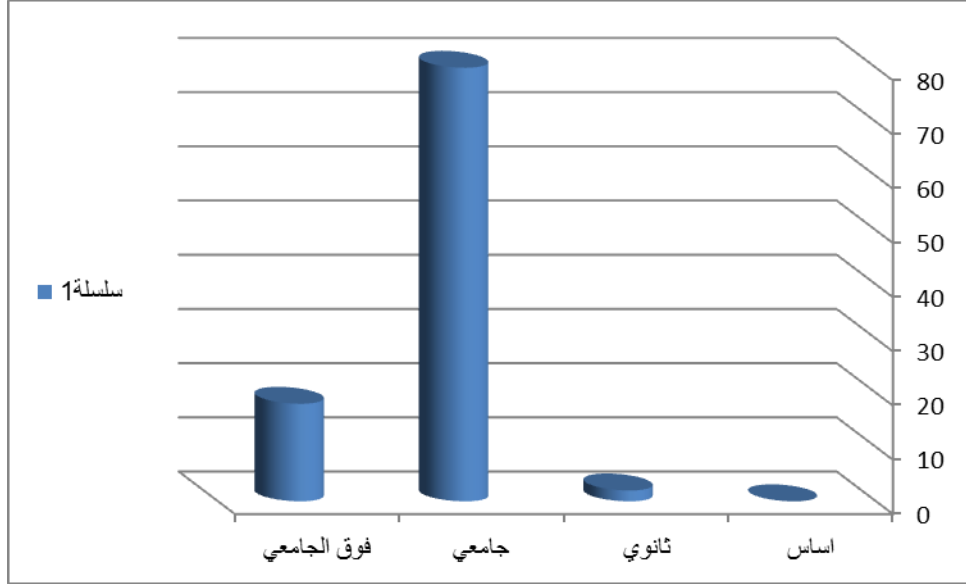
73

السؤال الرابع : المستوى التعليمي

النسبة المئوية	التكرار	المستوى التعليمي
0%	0	اساس
0%	0	ثانوي
82%	41	جامعي
18%	9	فوق الجامعي
100	50	المجموع

جدول رقم (4)

يتبين من الجدول اعلاه ان عدد افراد مرحلة الاساس 0% وعدد افراد مرحلة الثانوي 2% وعدد افراد مرحلة الجامعة 80% وعدد افراد مرحلة فوق الجامعي 18% من جملة افراد العينة وقد لاحظت المجموعة الباحثة أن أكبر عدد من الأفراد أن مستواهم التعليمي هو المستوي الجامعي .



المصدر: دراسة الباحثين 2016

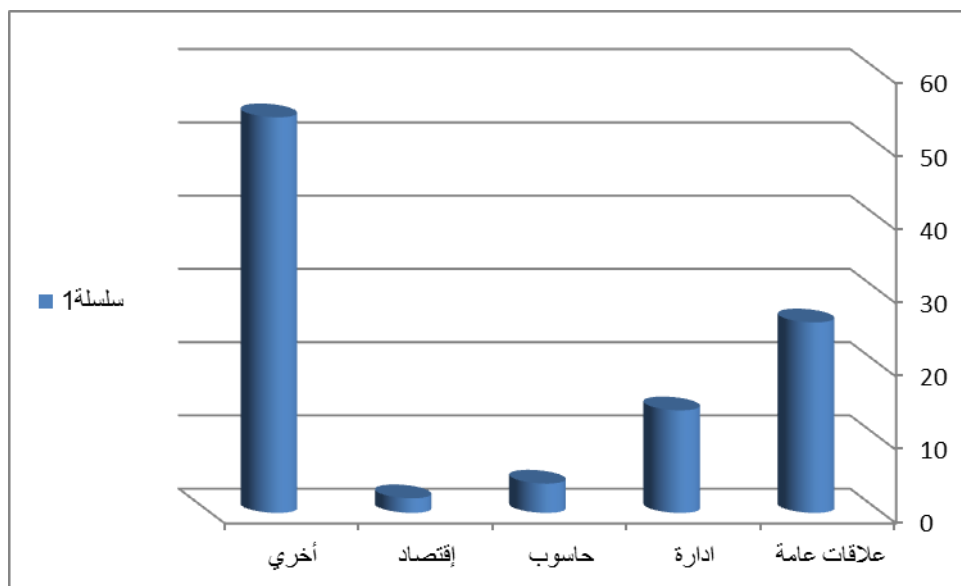
74

السؤال الخامس : التخصص

التخصص	التكرار	النسبة المئوية
علاقات عامة	13	26%
ادارة	7	14%
حاسوب	2	4%
اقتصاد	1	2%
اخرى	27	54%
المجموع	50	100

جدول رقم (5)

يتبين من الجدول اعلاه ان تخصص العلاقات العامة بلغ نسبة 26% وتخصص الادارة بلغ نسبة 14% وتخصص الحاسوب بلغ نسبة 4% وتخصص اقتصاد بلغ نسبة 2% وتخصصات اخري بلغت نسبة 54% من جملة افراد العينة وقد لاحظت المجموعة الباحثة أن أكثر التخصصات هي تخصصات أخرى .



المصدر: دراسة الباحثين 2016

75

المحور:-

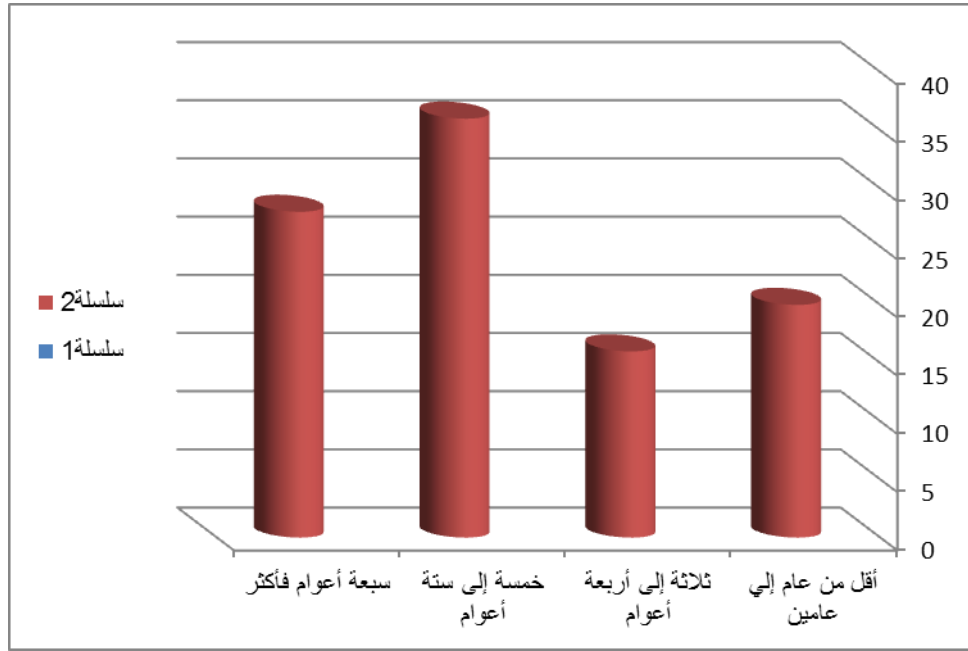
السؤال الاول : منذ متي تستخدم الانترنت ؟

النسبة المئوية	التكرار	سنوات الخبرة
20%	10	اقل من عام الي عامين
16%	8	ثلاثة الي اربعة اعوام
36%	18	خمسة الي ستة اعوام
28%	14	سبعة اعوام فأكثر
100	50	المجموع

جدول رقم (6)

يتبين من الجدول اعلاه ان عدد الافراد المستخدمين الانترنت من عام الي عامين بلغ نسبة 20% ومن ثلاثة الي اربعة اعوام بلغ نسبة 16% ومن خمسة الي ستة اعوام بلغ نسبة 36% ومن سبعة اعوام فأكثر بلغ نسبة 28% من جملة افراد العينة وقد لاحظت المجموعة الباحثة اكثر عدد الافراد يستخدمون الانترنت منذ زمن بعيد .

2-1



المصدر: دراسة الباحثين 2016

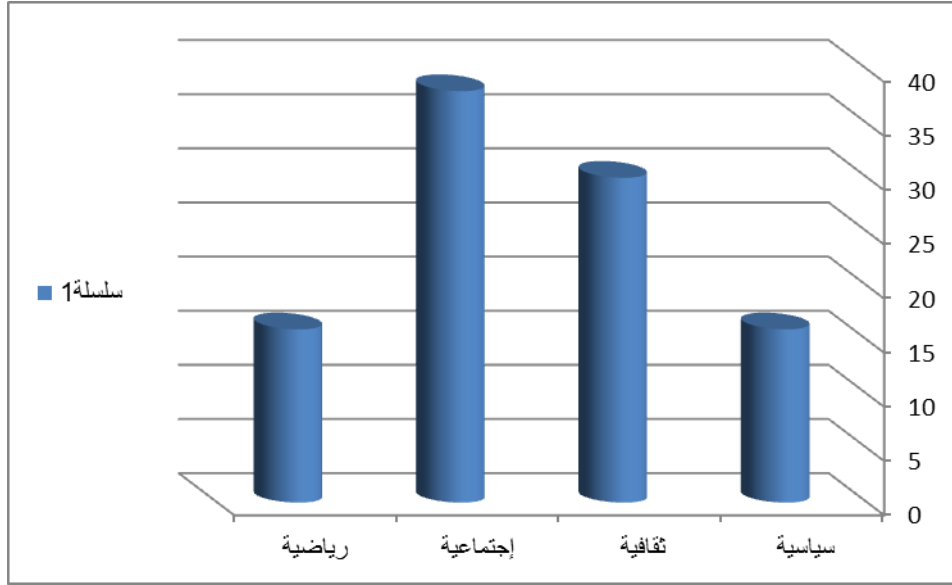
76

السؤال الثاني: اذكر اهم المجالات التي تفضل متابعتها في مواقع التواصل الاجتماعي ؟

المجالات	التكرار	النسبة المئوية
سياسية	8	16%
ثقافية	15	30%
اجتماعية	19	38%
رياضية	8	16%
المجموع	50	100

جدول رقم (7)

يتبين من الجدول اعلاه ان عدد الافراد المتابعين لمواقع التواصل الاجتماعي في المجالات السياسية بلغ نسبة 16% وفي المجالات الثقافية بلغ نسبة 30% وفي المجالات الاجتماعية بلغ نسبة 38% وفي المجالات الرياضية بلغ نسبة 16% من جملة افراد العينة وقد لاحظت المجموعة الباحثة ان أكثر المجالات التي يفضل متابعتها هي مجالات اجتماعية لكونها تقوي الصلات والعلاقات وتخبر الافراد بما يدور حولهم في المجتمع .



المصدر: دراسة الباحثين 2016

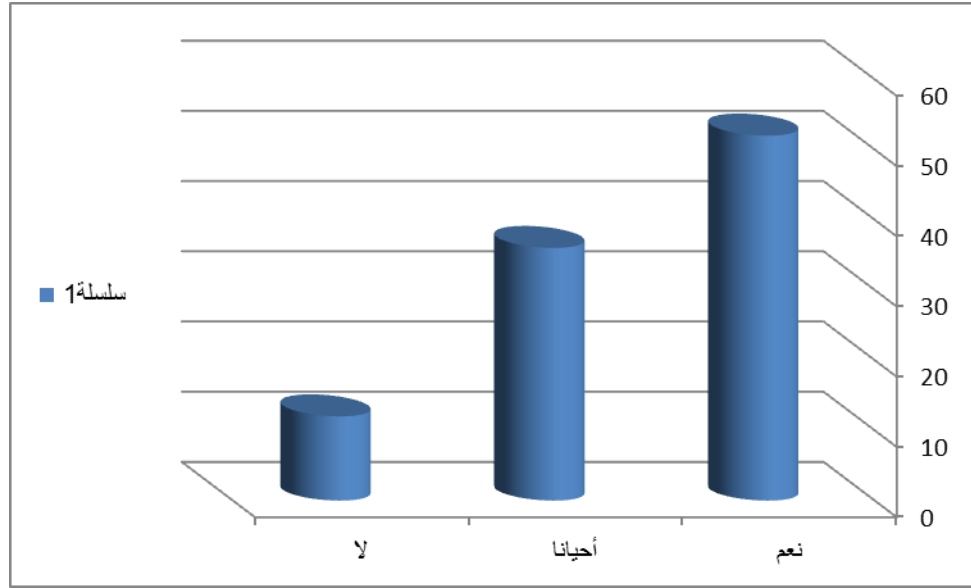
77

السؤال الثالث: هل تستخدم الانترنت في دراستك الجامعية؟

الفئة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	26	52%
لا	18	36%
أحيانا	6	12%
المجموع	50	100

جدول رقم (8)

يلاحظ من الجدول اعلاه ان عدد الافراد الذين يستخدمون الانترنت في دراستهم الجامعية بلغ نسبة 52% وعدد الافراد الذين يستخدمونه احيانا بلغ نسبة 36% وعدد الافراد الذين لا يستخدمونه بلغ نسبة 12% من جملة افراد العينة وقد لاحظت المجموعة الباحثة ان أكثر عدد الافراد يستخدمون الانترنت في دراستهم الجامعية لمساعدتهم علي استخراج البحوث وزيادة معرفتهم .



المصدر: دراسة الباحثين 2016

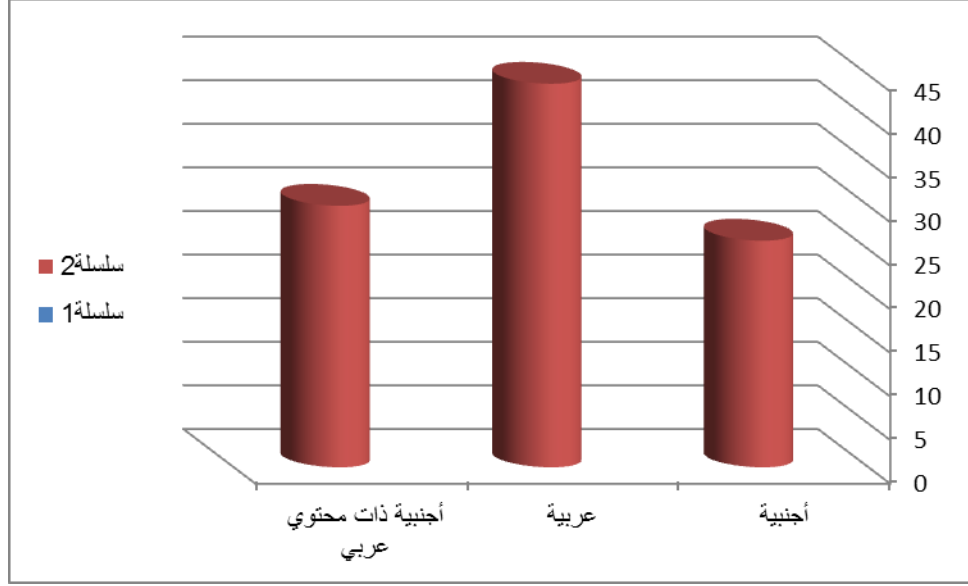
78

السؤال الرابع: ما هو المحتوى الذي تشاهده على الانترنت ؟

الفئة	التكرار	النسبة المئوية
اجنبية	13	26%
عربية	22	44%
أجنبية ذات محتوى عربي	15	30%
المجموع	50	100

جدول رقم (9)

يتبين من الجدول اعلاه ان عدد الافراد الذين يشاهدون المحتويات الاجنبية على الانترنت بلغ نسبة 26% وعدد الافراد الذين يشاهدون المحتويات العربية بلغ نسبة 44% وعدد الافراد الذين يشاهدون المحتويات الاجنبية ذات الطابع العربي بلغ نسبة 30% من جملة افراد العينة وقد لاحظت المجموعة الباحثة ان أكثر المحتويات التي يتابعها الافراد علي الانترنت هي المحتويات العربية لضعف اللغة الانجليزية عند كثير من أفراد العينة .



المصدر: دراسة الباحثين 2016

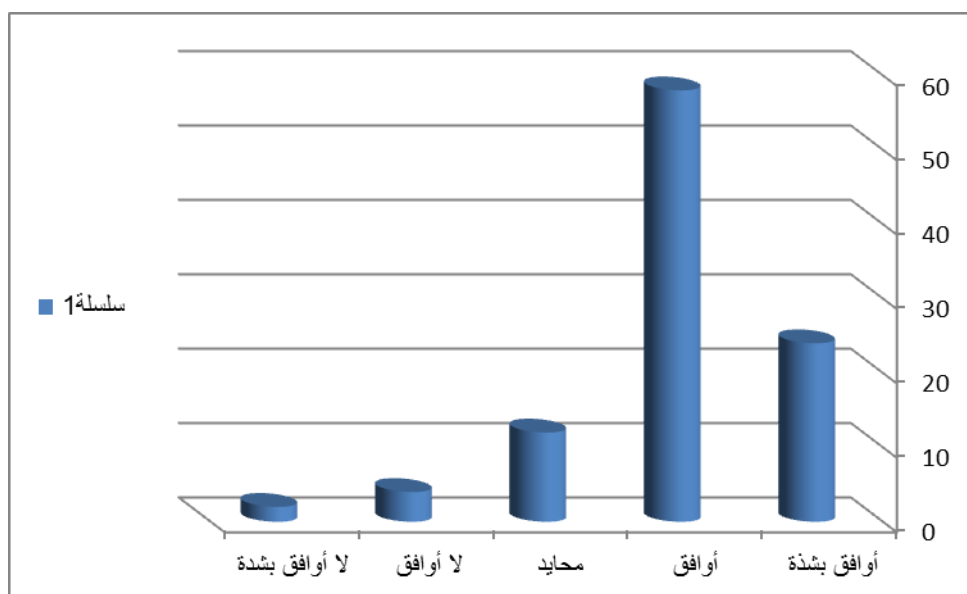
السؤال الخامس: هل تعتقد ان مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في زيادة الاعمال ؟

النسبة المئوية	التكرار	السلم الخماسي
24%	12	اوافق بشدة
58%	29	اوافق
12%	6	محايد
4%	2	لا اوافق

لا اوافق بشدة	1	2%
المجموع	50	100

جدول رقم (10)

يتبين من الجدول اعلاه ان عدد الافراد الذين يوافقون بشدة علي ان مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في زيادة الاعمال بلغ نسبة 24% وعدد الافراد الذين يوافقون فقط بلغ نسبة 58% وعدد الافراد المحايدون بلغ نسبة 12% وعدد الافراد الذين لا يوافقون فقط بلغ نسبة 4% وعدد الافراد الذين لا يوافقون بشدة 2% من جملة افراد العينة وقد لاحظت المجموعة الباحثة أكثر الافراد يوافقون فقط علي ان مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في زيادة الاعمال .



المصدر: دراسة الباحثين 2016

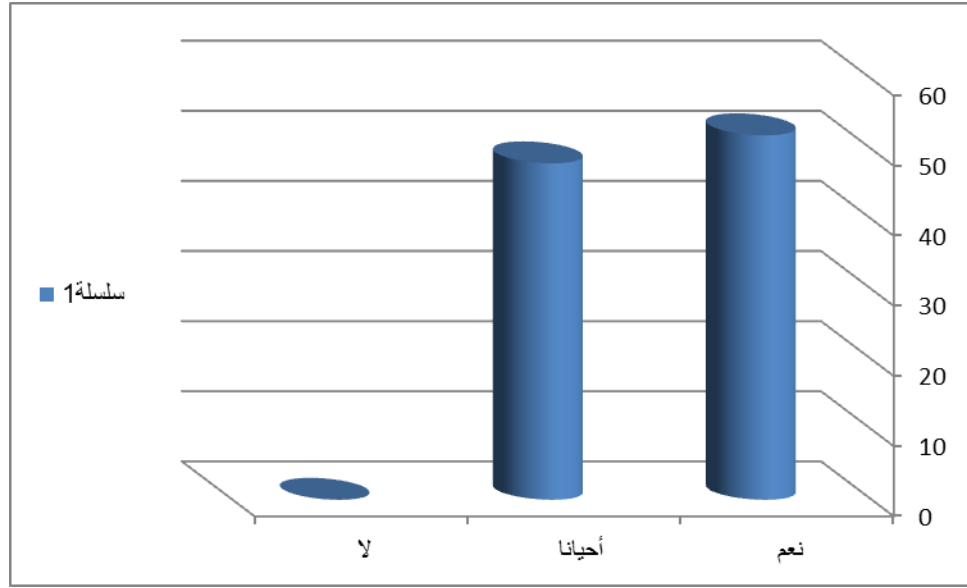
80

السؤال السادس: هل تعتقد ان التكنولوجيا حفزت المجتمع نحو العمل الخيري؟

الفئة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	26	52%
أحيانا	24	48%
لا	0	0%
المجموع	50	100

جدول رقم (11)

يتبين من الجدول اعلاه ان عدد الافراد الذين يعتقدون ان التكنولوجيا حفزت المجتمع نحو العمل الخيري بلغ نسبة 52% وعدد الافراد الذين يعتقدون انها احيانا حفزته بلغ نسبة 48% وعدد الافراد الذين يعتقدون انها لم تحفزه بلغ نسبة 0% من جملة افراد العينة وقد لاحظت المجموعة الباحثة ان اكبر عدد من الافراد يعتقدون ان التكنولوجيا حفزت المجتمع نحو العمل الخيري .



المصدر: دراسة الباحثين 2016

81

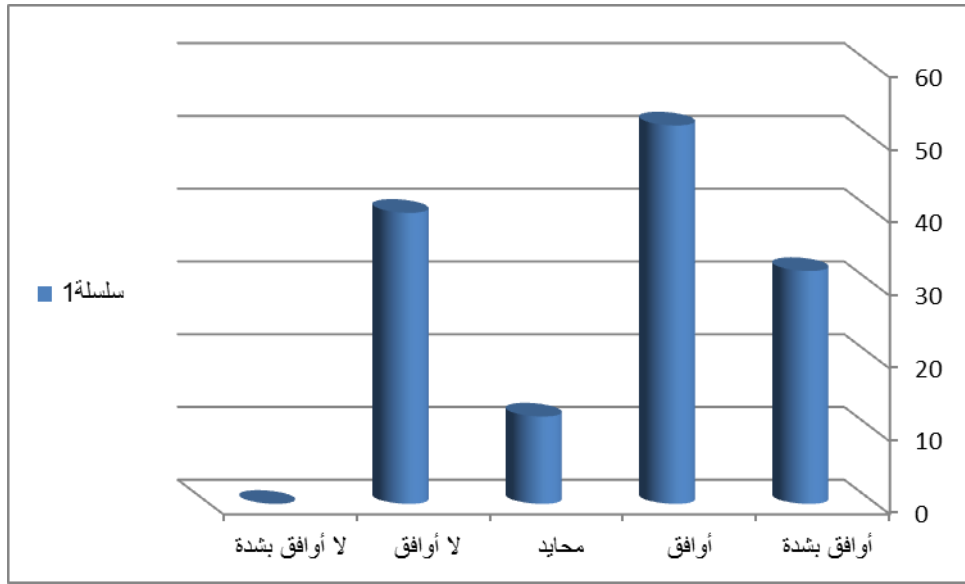
السؤال السابع: هل تعتقد بأن التكنولوجيا الحديثة ومواقع التواصل الاجتماعي قد ساهمت في ايجاد المبدعين وتنمية قدراتهم؟

النسبة المئوية	التكرار	السلم الخماسي
32%	16	اوافق بشدة
52%	26	اوافق
12%	6	محايد
4%	2	لا اوافق

0	%0	لا اوافق بشدة
50	100	المجموع

جدول رقم (12)

يتبين من الجدول اعلاه ان عدد الافراد الذين يوافقون بشدة علي ان التكنولوجيا الحديثة ومواقع التواصل الاجتماعي قد ساهمت في ايجاد المبدعين وتنمية قدراتهم بلغ نسبة 32% وعدد الافراد الذين يوافقون فقط علي ذلك بلغ نسبة 52% وعدد الافراد المحايدون لذلك بلغ نسبة 12% وعدد الافراد الذين لا يوافقون فقط بلغ نسبة 4% وعدد الافراد الذين لا يوافقون بشدة بلغ نسبة 0% من جملة افراد العينة وقد لاحظت المجموعة الباحثة ان اكبر عدد الأفراد يوافقون فقط علي ان التكنولوجيا ساهمت في ايجاد المبدعين وتنمية قدراتهم .



82

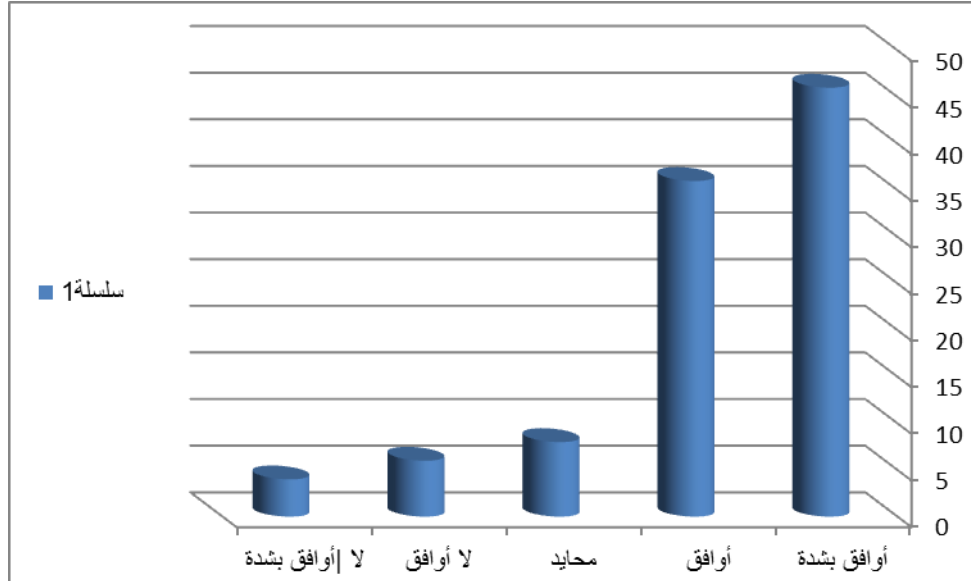
السؤال الثامن: هل تعتقد ان مواقع التواصل الاجتماعي قد بنت جسور للتواصل بين الشعوب والحكومات ؟

النسبة المئوية	التكرار	السلم الخماسي
46%	23	اوافق بشدة
36%	18	اوافق
8%	4	محايد

لا اوافق	3	6%
لا اوافق بشدة	2	4%
المجموع	50	100

جدول رقم (13)

يتبين من الجدول اعلاه ان عدد الافراد الذين يوافقون بشدة علي ان مواقع التواصل الاجتماعي قد بنت جسور التواصل بين الشعوب والحكومات بلغ نسبة 46% وعدد الافراد الذين يوافقون فقط بلغ نسبة 36% وعدد الافراد المحايدون بلغ نسبة 8% وعدد الافراد الذين لا يوافقون فقط بلغ نسبة 6% وعدد الافراد الذين لا يوافقون بشدة بلغ نسبة 4% من جملة افراد العينة وقد لاحظت المجموعة الباحثة ان اكبر عدد من الافراد يوافقون بشدة علي أن مواقع التواصل قد بنت جسور للتواصل بين الشعوب والحكومات .



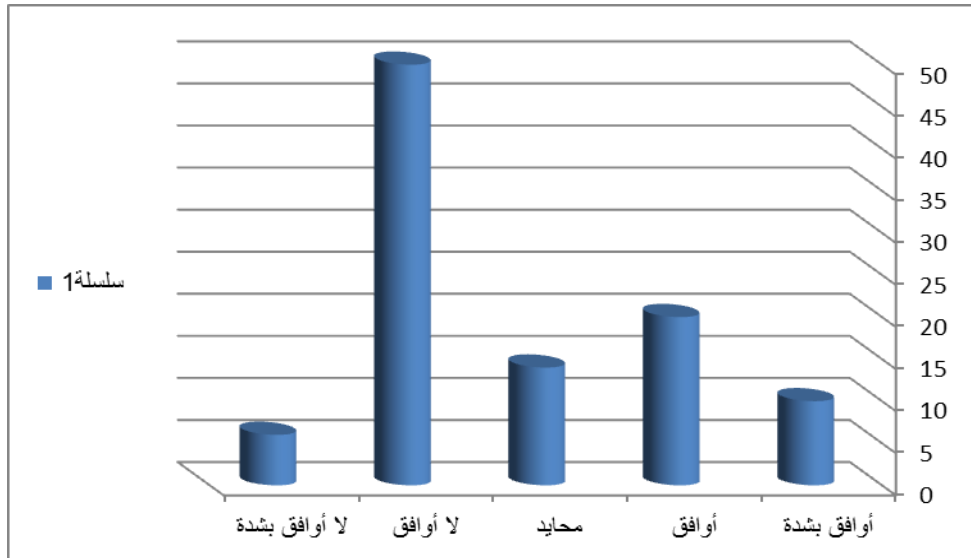
السؤال التاسع: هل تعتقد بان مواقع التواصل الاجتماعي والمواقع الالكترونية تنقل المعلومات بمصداقية وشفافية ؟

النسبة المئوية	التكرار	السلم الخماسي
10%	5	اوافق بشدة
20%	10	اوافق
14%	7	

محايد		
لا اوافق	25	%50
لا اوافق بشدة	3	%6
المجموع	50	100

جدول رقم (14)

يتبين من الجدول اعلاه ان عدد الافراد الذين يوافقون بشدة علي ان مواقع التواصل الاجتماعي والمواقع الالكترونية تنقل المعلومات بمصدقية وشفافية بلغ نسبة 10% وعدد الافراد الذين يوافقون فقط بلغ نسبة 20% وعدد الافراد المحايدين بلغ نسبة 14% وعدد الافراد الذين لا يوافقون فقط بلغ نسبة 50% وعدد الافراد الذين لا يوافقون بشدة بلغ نسبة 6% من جملة افراد العينة وقد لاحظت المجموعة الباحثة ان كبر عدد الافراد لا يوافقون علي ان مواقع التواصل تنقل المعلومات بمصدقية وشفافية لكونها تخفي بعض الحقائق المهمة في بعض الاحداث التي تهتم المجتمع .



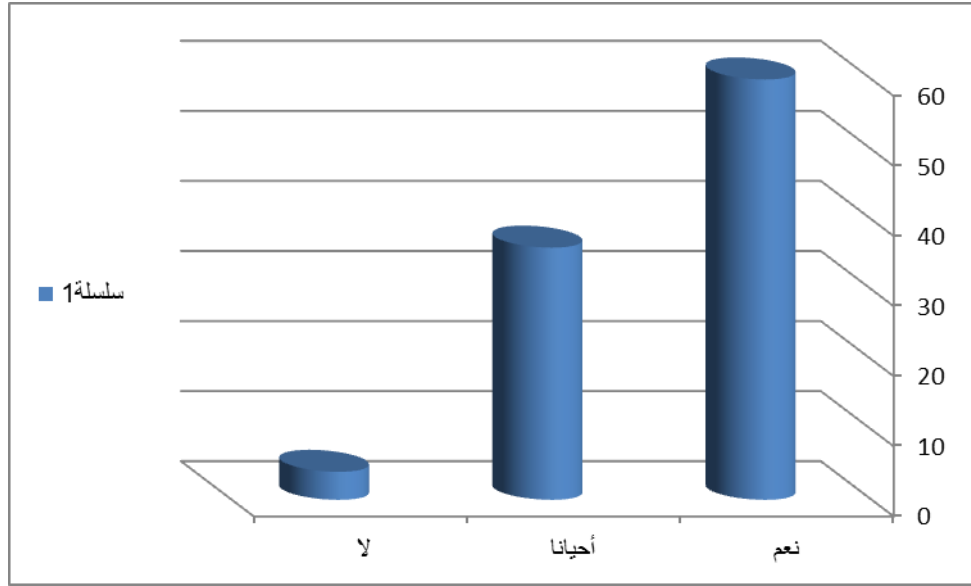
السؤال العاشر: هل تفكر في ادخال التقنيات على عمالك الخاص للمساهمة في تطويره ؟

الفئة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	30	60%
أحيانا	18	36%

لا	2	4%
المجموع	50	100

جدول رقم (15)

يتبين من الجدول اعلاه ان عدد الافراد الذين يفكرون في ادخال التقنيات في عملهم الخاص للمساهمة في تطويره بلغ نسبة 60% وعدد الافراد الذين يفكرون احيانا في ادخالها بلغ نسبة 36% وعدد الافراد الذين لا يفكرون في ادخالها بلغ نسبة 4% من جملة افراد العينة وقد لاحظت المجموعة الباحثة ان اكبر عدد للأفراد يفكرون في ادخال التقنيات علي اعمالهم الخاصة للمساهمة في تطويره.



المصدر: دراسة الباحثين 2016

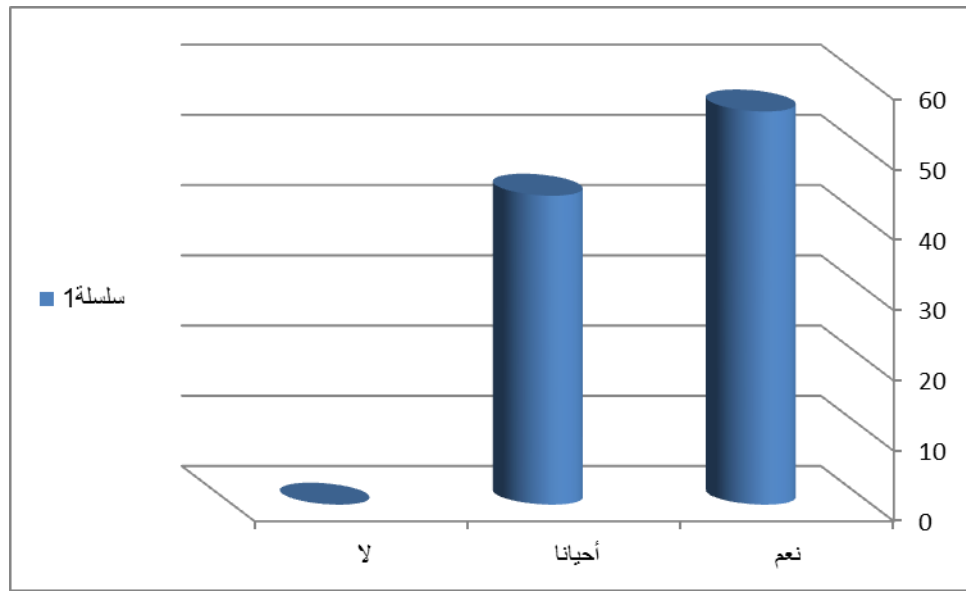
السؤال الحادي عشر: هل تعتقد ان الشبكات الاجتماعية لها دور في تطوير شخصية الفرد؟

الفئة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	28	56%
أحيانا	22	44%
لا	0	0%

المجموع	50	100
---------	----	-----

جدول رقم (16)

يتبين من الجدول اعلاه ان عدد الافراد الذين يعتقدون ان شبكات الاتصال لها دور في تطوير شخصية الفرد بلغ نسبة 56% وعدد الافراد الذين يعتقدون ان احيانا لها دور في تطوير شخصية الفرد بلغ نسبة 44% وعدد الافراد الذين يعتقدون ان ليس دور في تطوير شخصية الفرد بلغ نسبة 0% من جملة افراد العينة وقد لاحظت المجموعة الباحثة ان أكبر عدد من الافراد يعتقدون ان الشبكات الاجتماعية لها دور في تطوير شخصية الفرد .



المصدر: دراسة الباحثين 2016

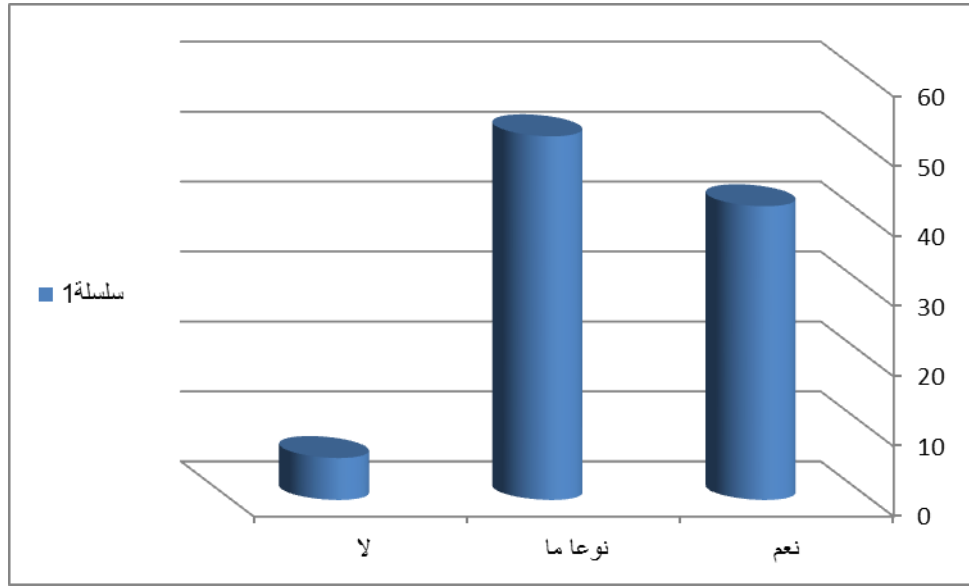
السؤال الثاني عشر: برأيك هل قلت مواقع التواصل الاجتماعي ترابط الاسر ؟

الفئة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	21	42%
نوعا ما	26	52%
لا	3	6%

المجموع	50	100
---------	----	-----

جدول رقم (17)

يتبين من الجدول اعلاه ان عدد الافراد الذين يعتقدون ان مواقع التواصل الاجتماعي قللت من ترابط الاسر بلغ نسبة 42% وعدد الافراد الذين يعتقدون انها نوعا ما قللت بلغ نسبة 52% وعدد الافراد الذين يعتقدون انها لم تقلل من ترابط الاسر بلغ نسبة 6% من جملة افراد العينة وقد لاحظت المجموعة الباحثة ان أكبر عدد من الافراد يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي نوعا ما قللت ترابط الأسر .



المصدر: دراسة الباحثين 2016

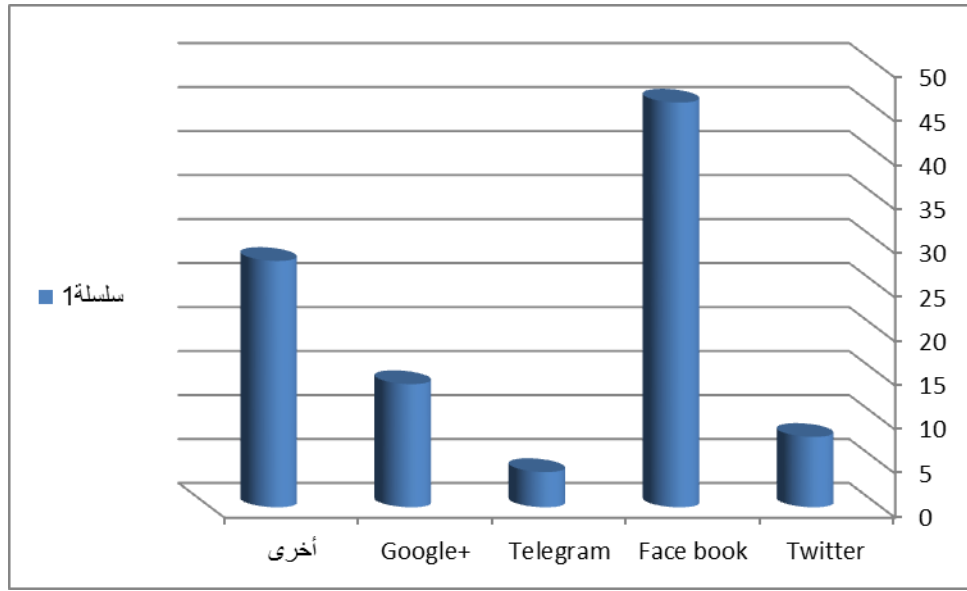
السؤال الثالث عشر : ما هو أفضل مواقع التواصل الاجتماعي برأيك ؟

المواقع	التكرار	النسبة المئوية
Twitter	4	8%
Face book	23	46%
Telegram	2	4%

7	14%	Google+
14	28%	اخرى
50	100	المجموع

جدول رقم (18)

يتبين من الجدول اعلاه ان عدد الافراد الذين يعتقدون ان Twitter افضل مواقع التواصل الاجتماعي بلغ نسبة 8% وعدد الافراد الذين يعتقدون ان face book هو افضلها بلغ نسبة 46% وعدد الافراد الذين يعتقدون ان telegram هو افضلها بلغ نسبة 4% وعدد الافراد الذين يعتقدون ان Google+ هو بلغ نسبة 14% وعدد الافراد الذين يفضلون مواقع اخرى بلغ نسبة 28% من جملة افراد العينة وقد لاحظت المجموعة الباحثة أن أكبر عدد من الأفراد يرون أن Face book افضل مواقع التواصل الاجتماعي .



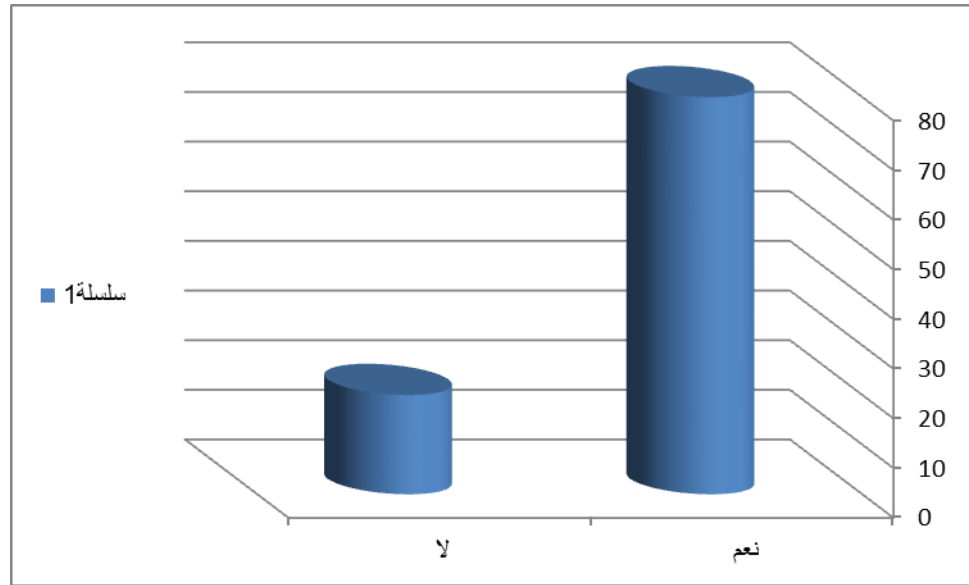
السؤال الرابع عشر: برأيك هل تعتقد انه يمكن الاستفادة من التقنيات في تقوية الاتجاهات الايجابية للمجتمع والقضاء علي الاثار السالبة ؟

الفئة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	40	80%
لا	10	20%

المجموع	50	100
---------	----	-----

جدول رقم (19)

يتبين من الجدول اعلاه ان عدد الافراد الذين يعتقدون انه يمكن الاستفادة من التكنولوجيا في تعزيز الاتجاهات الايجابية للمجتمع والقضاء على الاثار السلبية بلغ نسبة 80% وعدد الافراد الذين يعتقدون انه لا يمكن الاستفادة من التكنولوجيا في تعزيز الاتجاهات الايجابية للمجتمع والقضاء على الاثار السلبية بلغ نسبة 20% من جملة افراد العينة وقد لاحظت المجموعة الباحثة أن أكبر عدد من الأفراد يعتقدون بأنه يمكن الاستفادة من التكنولوجيا في تعزيز الاتجاهات الايجابية للمجتمع والقضاء علي الاثار السالبة فيه .



المصدر: دراسة الباحثين 2016

النتائج

توصلت المجموعة الباحثة للعديد من النتائج واتضح من خلال تحليل البيانات التي الحصول عليها من افراد مجتمع الدراسة وهي :

- 1- الغالبية العظمي من أفراد العينة يستخدم الانترنت منذ خمسة اعوام .
- 2- تشير اتجاهات الغالبية العظمي من أفراد العينة في استخدام الانترنت في الدراسة الجامعية .

- 3- أكثر المواقع التي يتابعها الجمهور هي المواقع الاجتماعية لكونها تقوي الصلات والعلاقات وتخبر الافراد بما يدور حولهم في المجتمع .
- 4- لمواقع التواصل الاجتماعي أثر كبير في زيادة الاعمال .
- 5- ساهمت التقنيات الحديثة بصورة عامة ومواقع التواصل الاجتماعي بصورة خاصة في خلق المبدعين وتنمية قدراتهم .
- 6- أن لمواقع التواصل الاجتماعي دور مهم جدا في بناء جسور التواصل بين الشعوب والحكومات اي كان نوع هذا التواصل .
- 7- اظهرت الدراسة ان اغلبية أفراد العينة يفضلون متابعة موقع فيس بوك لسهولة استخدامه وكثرة المواقع والصفحات الموجودة فيه .
- 8- أن التكنولوجيا الحديثة حفزت المجتمع نحو العمل الخيري .
- 9- أنه يمكن الاستفادة من التكنولوجيا الحديثة في تعزيز الاتجاهات الايجابية للمجتمع وقضاء علي الآثار السالبة فيه .
- 10- أكبر عدد من الافراد يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي نوعا ما قللت ترابط الاسر .

التوصيات :-

- 1-التوعية بضرورة استخدام تكنولوجيا الاتصال في المؤسسات لتعزيز العلاقة مع جمهورها بما لديها من الحداثة لمواكبة أحدث التطورات في عالم الانترنت .

- 7- استخدام طرق تتناول التكنولوجيا وتطويرها واستخدام اساليب الاقناع المستخدمة التي تتماشى مع حاجيات المتلقين وتراعى الفروق بينهم وتتيح لهم خيارات متعددة .
- 8- استخدام كل منطلقات التناول الاعلامي ومعرفة النتائج وعملياتها وقياس مدى نجاحها والاستفادة منها .
- 9- إقامة دورات علمية وسمنارات وورش عمل لمناقشة استخدامات التكنولوجيا الغير سوية - مما يترتب عليها من اثار قد تضر المجتمع .
- 10- رفع نسبة استخدام كافة الوسائط المتعددة إذاعة وتلفزيون وانترنت وذلك من خلال القوالب التي تتماشى معه وميول ومستويات المستهدفين وتلبي اهتماماتهم الشخصية لإحداث تنوع يتيح للمتلقي اختيار ما يناسبه حسب المنطقة المستهدفة مع اجراء دراسات عليها .
- 6- مواصلة اجراء الدراسات وتجميعها والاستفادة من جهود الباحثين في مجالات التكنولوجيا وجمع نسخ من البحوث واوراق العمل والمنشورات والملفات مما يتعلق بالانترنت وتطوره .
- 7- استخدام التقنيات الحديثة بما يتوافق مع الجوانب الشرعية والأخلاقية التي لاتدخل في المحظورات.

الخاتمة :-

وبحمد الباري ونعمة منة وفضل رحمته نضع قطراتنا الاخيرة بعد رحلة عبر أربعة فصول بين تفكير وتقمص في موضوع البحث (تكنولوجيا الاتصال ودورها في تعزيز العلاقة مع الجمهور)

وقد كانت رحلة جاهدة للارتقاء وبتدرجات العقل ومعراج الافكار فما هذا الا جهد صغير لاندعى فيه الكمال ولكن عذرنا أنا بذلنا فيه قصارى جهدنا فإن أصبنا فذاك مرادنا وإن أخطئنا فلنا شرف المحاولة والتعلم .

مما سبق يتبين أن هذا الموضوع في غاية الأهمية وينبغي أن تتوجه إليه الجهود ويحظى بالعناية والاهتمام وينبغي أخذ الدروس والعبر التي تفيد الفرد والمجتمع من هذه البحوث .

وبهذا كون قد انتهيت من كتابة هذا الموضوع وأسأل الله أن أكون قد وفقت فيه .

واخيرا وليس اخيرا أفضل الصلاة والسلام علي هادئ الامة
نبينا وحبينا محمد صلى الله عليه وسلم

المصادر والمراجع :-

اولاً: المصادر:-

1:-القران الكريم.

ثانيا: المراجع :-

1-المشرف عبد اللطيف المشرف ، العلاقات العامة في ادارة الحملات الانتخابية ، الطبعة الاولى ، 2015م .

2 - اسامة حسين حافظ ، تكنولوجيا الاتصال الاعلامي في عصر الفضاء الالكتروني المعلوماتي والرقمي ، الدار العربية للنشر والتوزيع ، الطبعة الاولى ، 2005 م .

3- بسيوني حمادة ، واقع ومستقبل العلاقات العامة في الوطن العربي ، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع ، الطبعة الاولى ، 2001 .

4- بشير العلق ، العلاقات العامة في الازمات ، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع ، الطبعة العربية ، 2009.

5 - حسن مكاي ،محمود سليمان علم الدين ، تكنولوجيا المعلومات والاتصال ، مكتبه الاسكندرية ، 2000م .

6-حسين عماد مكاي ، د محمود سليمان علم الدين ، تكنولوجيا المعلومات والاتصال ، 2000م

7- صالح خليل ابو اصبع ، العلاقات العامة والاتصال الانساني ، دار الشروق للنشر والتوزيع ، الطبعة الاولى ، 2004

93

8- عبد الرازق محمد الدليمي ، العلاقات العامة في تطبيق ، دار جدير للنشر والتوزيع عمان ، الطبعة الاولى ، 2005 .

9- عبد الحكيم خليل مصطفى عبد المنعم ، العلاقات العامة بين المفهوم النظري والتطبيق العملي ، الدار العالمية للنشر ، 2009 .

10-عبداللطيف محمد سعيد ، العلاقات العامة نشأتها وتطورها في السودان ، الطبعة الثانية ، - السودان الخرطوم ، محمد ابراهيم للطباعة .

- 11- عبد المحي محمود صالح – جلال الدين عبد الخالق ، العلاقات العامة في الخدمة الاجتماعية ، دار المعرفة الجامعية - الاسكندرية .
- 12- عبد الناصر احمد جرادات - لبنان هاتف الشامي ، اسس العلاقات العامة ، دار اليازوري للنشر ، الطبعة العربية ، 2009 .
- 13- عصام الدين فرج ، اسس العلاقات العامة ، دار النهضة للنشر ، القاهرة ، 2008.
- 14- علاء عبد الرازي السالمي ، تكنولوجيا المعلومات ، دار المنارة للنشر والتوزيع ، 2007 م .
- 15- فضيل ديلو ، التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال ، دار الثقافة ، 2010م.
- 16- كامل عبود ادريس واخرون :برامج الصورة الذهنية في المؤسسات السودانية ، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا ، كلية علوم الاتصال ، قسم العلاقات العامة ، 2011م .
- 17- مجدي هاشم الهاشمي ، تكنولوجيا ووسائل الاتصال الجماهيري ، دار اسامة للنشر والتوزيع ، الطبعة الاولى ، 2004 م.
- 18- مجدي هاشم الهاشمي ، الاعلام الكوني وتكنولوجيا المستقبل ، 2011م .
- 94
- 19- محمود حسن اسماعيل : مناهج البحث العلمي ، جامعة عين شمس ، دار الفكر العربي للنشر ، الطبعة الاولى 1432هـ - 2011م .
- 20- د. محمد عبود حافظ ، العلاقات العامة ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، 2009 .
- 21- محمد محمد الهادي : تكنولوجيا الاتصال وشبكات المعلومات ، المكتبة الاكاديمية للنشر ، الطبعة الاولى 2001م .

22- محمد منير حجاب - سحر محمد وهبي : العلاقات العامة -المدخل الاتصالي ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، القاهرة ، الطبعة الثالثة 2000م .

23- د محمد نص مهنا ، الاعلام والتكنولوجيا والاتصال في عالم متغير ، 2007 م.

24- محمد يوسف ، مقدمة في العلاقات العامة ، الدار العربية للنشر والتوزيع ، 2008 .

25- منصور عثمان محمد زين ، المفاهيم الحديثة للعلاقات العامة ، جامعه ام درمان الاسلامية كليه الاعلام ، 2008.

26- منصور عثمان محمد زين ، العلاقات العامة في السودان ، مطبعة جامعة افريقيا العالمية ، 2011.

27- منصور عثمان محمد زين ، المفاهيم الحديثة للعلاقات العامة ، مركز ابو سليم للدراسات ، 2008 .

28- موسى اللوزي ، اسس العلاقات العامة ، زمزم للنشر ، الطبعة الاولى ، 2010 .

ثانياً: مصادر من الانترنت :-

29 -السودان وتكنولوجيا الاتصال والمعلومات www.ddco.sd .

30- العلاوين ، كينج ، مراد ، مفهوم تكنولوجيا الاتصال ، شبكه الالوكه 2022 . www.alukah.net .

31- عبد الامين الفضيل ، التقنيات ووسائل الاعلام ، الموسوعة، دهشه

. www.dhashah.com .

32-ماهر عودة الشمائل ، محمود عزت اللحام ، الاعلام والعلاقات العامة

33- موقع غوغل للترجمة .

ثالثاً: مصادر اجنبية :-

- For ex., George Crabb, Universal Technological Dictionary, or -34 Familiar Explanation of the Terms Used in All Arts and Sciences, Containing Definitions Drawn From the Original Writers, (London: Baldwin, Cradock and Joy, 1823), s.v. "technology."
- ^ Julius Adams Stratton and Loretta H. Mannix, Mind and Hand: The -35 Birth of MIT (Cambridge: MIT Press, 2005), 190-92. ISBN 02621952
- 36 Merriam-Webster Dictionaries Technology
- ^ Ruth Oldenziel, Making Technology Masculine: Men, Women and -37 Modern Machines in America, 1870-1945 (Amsterdam: Amsterdam University Press, 1999), esp. chap. 1. ISBN 90-5356-381-4. .

رابعاً: المقابلات :-

1-مقابلة مع رئيس العلاقات العامة والمراسم في شركة سوداني للاتصالات ، السيد عصام بابكر البشير كركر ، يوم الثلاثاء ، الساعة 11 صباحاً

الملاحق

بسم الله الرحمن الرحيم

*ضع علامة صح امام الاجابة التي تتوافق مع رايك :-

اولاً : البيانات الشخصية :-

1- ذكر انثى

2- العمر :

أ- 20 و اقل من 29 سنة ب- 30 و اقل من 39 سنة
ج- 40 و اقل من 49 سنة د - 50 سنة فأكثر

3- الحالة الاجتماعية :-

أ-متزوج ب- اعزب
ج- مغلق د- ارمل

4- المستوى التعليمي :-

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

5- التخصص العلمي :-

أ-علاقات عامة ب- ادارة
ج- حاسوب د- اقتصاد
هـ- اخرى

ثانياً: المحور :-

1- منذ متى تستخدم الانترنت ؟

أ- اقل من عام الى عامين ب- ثلاثة الى اربعة اعوام

ج- خمسة الى ستة اعوام د- سبعة اعوام فاكثر

2- اذكر اهم المجالات التي تفضل متابعتها في مواقع التواصل الاجتماعي ؟

أ-مجالات سياسية ب- ثقافية

ج- اجتماعية د- رياضية

3- هل تستخدم الانترنت في دراستك الجامعية ؟

أ-نعم ب- احيانا ج- لا

4- ما هو المحتوى الذي تشاهده علي الانترنت ؟

أ-اجنبية ب- عربية

ج- اجنبية ذات محتوى عربي

5- هل تعتقد ان مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في زيادة الاعمال ؟

أ-اوافق بشدة ب- اوافق ج- محايد

د- لا اوافق ه- لا اوافق بشدة

6- هل تعتقد ان التكنولوجيا حفزت المجتمع نحو العمل الخيري ؟

أ-نعم ب- احيانا ج- لا

7- هل تعتقد بان التكنولوجيا الحديثة ومواقع التواصل الاجتماعي قد ساهمت في ايجاد المبدعين وتنمية قدراتهم ؟

أ-اوافق بشدة ب- اوافق ج- محايد

د- لا اوافق ه- لا اوافق بشدة

8- هل تعتقد ان مواقع التواصل الاجتماعي قد بنت جسور للتواصل بين الشعوب والحكومات ؟

أ-وافق بشدة ب- اوافق ج- محايد
د- لا اوافق هـ- لا اوافق بشدة

9- هل تعتقد بان مواقع التواصل الاجتماعي والمواقع الالكترونية تنقل المعلومات بمصداقية وشفافية ؟

أ-وافق بشدة ب- اوافق ج- محايد
د- لا اوافق هـ- لا اوافق بشدة

10- هل تفكر في ادخال التقنيات على عملك الخاص للمساهمة في تطويره ؟

أ-نعم ب-احيانا ج- لا

11- هل تعتقد ان الشبكات الاجتماعية لها دور في تطوير شخصية الفرد ؟

أ-نعم ب-احيانا ج- لا

12- برأيك هل قللت مواقع التواصل الاجتماعي ترابط الاسر ؟

أ-نعم ب-نوعا ما ج- لا

13- ما هو افضل مواقع التواصل الاجتماعي برأيك ؟

A-telegram B- face book C- twiter

D- google +

و- مواقع اخرى

14- برأيك هل يمكن الاستفادة من التكنولوجيا في تعزيز الاتجاهات الايجابية للمجتمع والقضاء على الاثار السالبة ؟

أ-نعم ب- لا

إذا كانت الاجابة بنعم وضح ؟

.....

.....

.....

.....

.....





