

بسم الله الرحمن الرحيم

جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا

كلية الدراسات العليا

بحث لنيل درجة الماجستير في العلاقات العامة بعنوان:

الدور الاتصالي للعلاقات العامة على برامج المسؤولية الاجتماعية

(دراسة تطبيقية على الشركة السودانية للاتصالات سوداتل في الفترة من

(2016\_2015

## Communicative Role of Public Relations on Social Responsibility Programs

إشراف:

د. يوسف عثمان يوسف

إعداد:

رزاز إسماعيل سليمان أحمد

مارس 2017م

**Sudan University of Science and Technology**

**College of Graduate Studies**

**A thesis Submitted for the Degree of Masters inPublic Relation**

**The Communicative role of Public Relation on**

**Social Responsibility Programs**

**(An Empirical Study with Reference to Sudatel Telecom Group in**

**The period from 2015\_2016)**

**By:Razaz Esmail Suliman**

**Supervisor: Dr.Yoseef Osman**

**March 2017**

## المستخلص:

لم يعد مفهوم المسؤولية الاجتماعية جديد على المجتمع ولكن يشوبه بعض الغموض، ويرجع ذلك للقصور الإعلامي للشركات و عدم إستخدامها وسائل الاتصال الحديثة للإعلام عن برامجها في مجال المسؤولية الاجتماعية ويمكن تلخيص مشكلة البحث في السؤال: ما دور التقنيات الحديثة للاتصال في العلاقات العامة في الاعلام عن برامج المسؤولية الاجتماعية في شركات الاتصال؟؟

ويهدف البحث أولاً للتعرف على أكثر وسيلة إتصالية تستخدمها دائرة العلاقات العامة في الشركات للتعريف ببرامجها، ثانياً يوضح البحث مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات الخاصة ، ثالثاً يكتسب البحث أهمية من مراقبة ومتابعة وسائل الإعلام لأنشطة الشركة السودانية للاتصالات (سوداتل "سوداني")، بهدف الوصول إلى فئات جماهيرها المختلفة و يكتسب أهمية من خلال إبراز أهمية إستخدام تقنيات الاتصال الحديثة في مجال العلاقات العامة و إبراز المسؤولية الاجتماعية في الشركات الخاصة، كذلك يكتسب البحث أهميته من خلال الإهتمام المتزايد بدور الشركات في تحقيق التنمية المستدامة للبيئة و المجتمع المحلي وقد إعتمدت الباحثة على الملاحظة، الإستبيان و المقابلات كأدوات لجمع البيانات وكذلك إعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي التحليلي ومن أهم نتائج الدراسة أن الجمهور لا يتابع وسائل الاعلام المحلية دائماً بل يفضل عليها وسائل الاعلام الحديثة (وسائل التواصل الاجتماعي) ويتابعها بشكل مستمر، كذلك بينت الدراسة أن جمهور الشركة السودانية للاتصالات سوداتل (سوداني) راضٍ تماماً عن الخدمات التي تقدمها الشركة في جميع المجالات، ولكن ليس لديه اي معلومة مسبقة عن الخدمات التي تقوم بها سوداتل في مجال المسؤولية الاجتماعية، و بينت الدراسة أن سوداتل لا تقوم بإرفاق معلومات عن برامجها للمسؤولية الاجتماعية في المواقع الالكترونية كذلك توصلت الدراسة إلى أن شركة الاتصالات السودانية سوداتل "سوداني" تقوم بمسؤوليتها الاجتماعية في تقديم منتجها بنسبة نجاح تصل الى 85%.

ومن أهم توصيات الدراسة يجب على الشركات زيادة الاهتمام بتوعية المجتمع نحو المسؤولية المجتمعية ومن أهم توصيات الدراسة أنه على الشركات أن تراعي في مسؤوليتها الاجتماعية أولاً

المنتج الذي تقدمه للمجتمع كذلك نوصي الشركات بالاهتمام بوصول المعلومات التي تخص المسؤولية الاجتماعية للشركة للجمهور .

## **Abstract**

The concept of social responsibility is no more a new concept to the society, but there is some vagueness therein. This is due to the poor communication functions in the companies, and the lack of reliance on modern means of communication to inform about their social responsibility programs. Thus, the research's problem could be summed up in the question that: what is the role of the modern communication techniques in the field of Public Relations to inform about the social responsibility programs promoted by the telecommunication companies?

This research aims firstly to recognize the most means of telecommunication used by the department of public relations in corporations for informing about their programs, and secondly, the research explains the concept of social responsibility of private corporations and it gains the importance thereof by demonstrating the importance of the use of modern means of telecommunication in the field of public relations and to demonstrate social responsibility in private corporations. The researcher relied on the questionnaire and interviews as means for data collection. The most important conclusion arrived to thereby be that the public audience does not follow local means of media always, but it instead prefers modern means of media (social networking) and it follows-up the same on an ongoing basis. Furthermore, the study showed that the clients of Sudatel Telecom (Sudatel) is completely satisfied about the services offered by the

company in all fields, but it does not have any prior information about the services provided by Sudatel in the field of social responsibility.