



الآية

قال تعالى: (أرعد إلى سبيل ربك بأحکمت وأطوعت أحسن)

(وآآرهم بالآى هى أحسن)

(سورة النحل: الآية 125)

الإهداء

إلى:

معلم البشرية...

ومنبع العلم...

المبعوث رحمت للعالمين...

هادياً.. ومبشراً.. ونذيراً

الذي تركنا على المدجبت البيضاء...

ليلها كنهارها...

لا يربغ عنها إلا هالك...

نبينا محمد بن عبد الله (صلى الله عليه وسلم)

إلى:

أسرتي الكريمة

إلى:

المعهد العاطي للفكر الإسلامي، الذي يعمل على تأصيل العلوم وأسلمتها...

وإلى منظمة الدعوة الإسلامية التي تعمل على نشر دين الله الحق...

وأهدى هذا الجهد إلى كل طالب في سبيل العلم والمعرفة، وإلى كل داعية في سبيل الحق والفضيلة...

وإلى كل من علمني حرفاً... أو قادني إلى سواء السبيل.

□

## الشكر والعرفان

أحمد لله حمد الشاكرين العابدين الذاكرين ، حمداً يليق بجلاله وعظيم سلطانه ومنتالي الأئمة ووافر نعمه وجزيل إحسانه ، وأصلي وأسلم على رسول الله الأمين قائد الغر المحجلين وإمام المتقين وسيد ولد آدم الجمعين وعلى آله وصحبه ومن به مستعين

القائل: (من لا يشكر الناس لا يشكر الله)

فالشكر لله ، أن وفقني ومدني بعونه وفضله وحفني بعنايته لإكمال هذا البحث.

والشكر والعرفان موصولاً إلى جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا ، وإلى كلية الدراسات العليا وكلية علوم الإتصال التي لم تبخل علي بشئ من علومها ومعارفها.

والشكر والتقدير إلى ذلك الأستاذ أجيليل/د. عبد الله فتحي عبد الله الذي أشرفه على هذا البحث وكانت له ثمره واضحت في هذه الدراسة.

والشكر ايضاً موصول إلى كل الأيادي البيضاء التي وجدت لديها كل الإهتمام والرعاية والمساعدة.

## المستخلص:

تناولت هذه الدراسة فاعلية العلاقات العامة في تطوير أداء المنظمات الدعوية الإسلامية "دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على منظمة الدعوة الإسلامية في الفترة ما بين 2015-2016م" وقد تمثلت مشكلة الدراسة أساساً في التعرف على نشاط العلاقات العامة داخل منظمة الدعوة الإسلامية، ومدى فاعليتها في تحسين وتطوير أداء المنظمة إلى الأحسن، وقد تمثلت مشكلة الدراسة في السؤال الرئيس التالي:

ما مدى فاعلية العلاقات العامة في تطوير أداء منظمة الدعوة الإسلامية ؟

وقد هدفت هذه الدراسة إلى بيان مساهمة العلاقات العامة في المنظمة بدعم الجهود الدعوية، ومعرفة كيف تعمل العلاقات العامة على تحقيق أهداف منظمة الدعوة الإسلامية، ومدى مساهمة العلاقات العامة في نشر القيم والمبادئ الإسلامية التي تقوم عليها المنظمة.

وإستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي في تحليل وتفسير البيانات والمعلومات وإستخدم الملاحظة والمقابلة بجانب الإستبانة كأداة رئيسية للدراسة، وقد تكون مجتمع الدراسة من العاملين بمنظمة الدعوة الإسلامية، وتم إختيار(80) عينة منهم بطريقة عشوائية.

تكونت الدراسة من أربعة فصول ؛ الفصل الأول تناول الإطار المنهجي للدراسة والفصل الثاني تناول العلاقات العامة وتم تقسيمه إلى ثلاث مباحث والفصل الثالث تناول الدعوة الإسلامية وتم تقسيمه إلى ثلاثة مباحث ايضاً، أما الفصل الرابع فتناول الدراسة الميدانية وإشتمل على ثلاثة مباحث ثم النتائج والتوصيات والخاتمة والمصادر والمراجع ثم الملاحق.

توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها إن العلاقات العامة تؤدي دوراً مهماً وأساسياً في نشاط المنظمات الدعوية الإسلامية، وقد أوضحت الدراسة أن أساليب ممارسة العلاقات العامة بمنظمة الدعوة الإسلامية تحتاج إلى تعزيز وتطوير، وبينت أيضاً أن العلاقات العامة تساهم في المنظمة بدعم الجهود الدعوية عن طريق توظيف مهاراتها في خدمة أنشطة الدعوة الإسلامية ، وأن إيجاد وتوفير التدريب والتأهيل من الآليات التي تحتاج إليها العلاقات العامة في تطوير أداء منظمة الدعوة الإسلامية.

وقد خرجت الدراسة بمجموعة من التوصيات كان أهمها- إيجاد التدريب والتأهيل للعاملين في مجال العلاقات العامة، إضافة إلى دعم إدارة العلاقات العامة بالكوادر المتخصصة، وتخصيص ميزانية لتنفيذ برامج العلاقات العامة، وتفعيل الاتصال الدعوى وآلياته بصورة منهجية وعلمية ، وتبادل الخبرات مع المنظمات المحلية والإقليمية والدولية ، والإنتفاح على القنوات الإعلامية الداخلية والخارجية لعكس أنشطة المنظمة على المستوى الداخلي والخارجي.

### **Abstract:**

Address this study the effectiveness of public relations in the development of the performance of the Islamic advocacy organizations a “practical study on the Islamic Organization in Khartoum, in the period between 2015 - 2016m”

the research problem in the presence of deficiencies in the activity of public relations in the Islamic organization the failure of the public relations in all its activities and the weakness of the full concept of restarting the goals and programs of public relations, which prompted the researcher to conduct a study on the effectiveness of public relations in the development of the performance of the Islamic advocacy organizations.

This study was aimed at the statement of the contribution of public relations of the Organization to support the missionary efforts and learn how public relations to achieve the goals of the Islamic Organization and the extent of the contribution of public relations in the dissemination of Islamic the principles values of the Organization.

The researcher used the descriptive analytical approach work for the purpose of analysis and interpretation of data and information and the use of images major perpetrate alongside interviews and observation and study of the "official documents".

The study consisted of four chapters; the first chapter dealt with the methodological framework for the study and chapter II dealing with public relations and they have partitioned for taking three detectives and chapter III dealt with the Islamic call and they have partitioned for taking three detectives also, Chapter IV dealt with the in the field study included three detectives and then Culmination of findings and recommendations and sources and references and then supplements.

The study found a number of results, the most important of the public relations play an important and essential role in the activity of the Islamic advocacy organizations, the study pointed out that the methods of the practice of public relations of the Islamic Organization needs to strengthen and develop the study also showed that the public relations and contribute to the organization to support the missionary efforts by employing their skills in the service of advocacy and creating and

providing training and rehabilitation of the mechanisms needed by the public relations of the Islamic Organization.

The study recommended a range of recommendations, the most important; finding and training for workers in the field of public relations and support for the management of public relations specialized cadres, and the allocation of a budget for the implementation of public relations programs, and detailing the contact case in a systematic and scientific mechanisms, and the exchange of experiences with local, regional and international organizations, and opening up to the internal and external information channels to reflect the activities of the Organization, both internally and externally.



## فهرس الموضوعات

الموضوع	رقم الصفحة
الآية	أ
الإهداء	ب
الشكر والعرفان	ج
مستخلص الدراسة	د
Abstract	هـ
فهرس الموضوعات	و
فهرس الجداول	ي
فهرس الأشكال	ش
<b>الفصل الاول: الإطار المنهجي للدراسة</b>	
المقدمة	2-1
مشكلة البحث	3
أهمية البحث	3
أهداف البحث	4
تساؤلات البحث	5
منهج البحث	6
مجتمع البحث	6
أدوات جمع البيانات والمعلومات	7
الإطار المكاني والزمانى	7
مصطلحات البحث	11-8

14-11	الدراسات السابقة
<b>الفصل الثاني: ماهية العلاقات العامة</b>	
31-15	المبحث الاول: مفهوم ونشأة ومراحل تطور العلاقات العامة
40-32	المبحث الثاني: العلاقات العامة (الأهداف والوظائف من منظور إسلامي)
49-41	المبحث الثالث: العلاقات العامة (في المنظمات العربية والإسلامية)
<b>الفصل الثالث: الدعوة الإسلامية (الأهداف والوسائل)</b>	
61-50	المبحث الاول: الدعوة أهدافها ووسائلها
74-62	المبحث الثاني: النشاط الدعوى في إفريقيا
87-75	المبحث الثالث: نشاط منظمة الدعوة الإسلامية في السودان
<b>الفصل الرابع: الدراسة التطبيقية</b>	
90-88	أولاً: العلاقات العامة بمنظمة الدعوة الإسلامية
94-91	ثانياً: إجراءات الدراسة الميدانية
131-95	ثالثاً: تحليل البيانات وعرضها وتفسيرها
132	رابعاً: النتائج
134-133	خامساً: التوصيات
136-135	سادساً: الخاتمة
143-137	سابعاً: المصادر والمراجع
	ثامناً: الملاحق

## فهرس الجداول

رقم الصفحة	اسم الجدول
95	جدول رقم ( 1 ) يوضح النوع
96	جدول رقم ( 2 ) يوضح العمر
96	جدول رقم (3) يوضح المؤهل العلمى
98	جدول رقم ( 4 ) يوضح مدة الخدمة بالمنظمة
99	جدول رقم (5) يوضح الوظيفة
102	جدول رقم (6) يوضح التوزيع التكرارى لعبارات نشاط العلامات العامة
102	جدول رقم (7) يوضح مقياس ليكارد الخماسى
106	جدول رقم (8) يوضح الإحصاء الوصفى لعبارات الفرضية الاولى
110-111	جدول رقم (9) يوضح التوزيع التكرارى لعبارات ماهى اكثر الوسائل الإتصالية التى تستخدمها العلاقات العامة للإتصال بالعاملين داخل المنظمة
111-110	جدول رقم (10) يوضح الإحصاء الوصفى لعبارات الفرضية الثانية
115-114	جدول رقم ( 11 ) يوضح التوزيع التكرارى لعبارات الوسائل الإتصالية الاكثر إستخداماً في مجال العلاقات العامة بمنظمة الدعوة الإسلامية
117	جدول رقم (12) يوضح الاحصاء الوصفى لعبارات الفرضية الثالثة
120	جدول رقم (13) يوضح مساهمة العلاقات العامة بالمنظمة بدعم الجهود الدعوية عبر طريق
121	جدول رقم (14) يوضح لكى تقوم العلاقات العامة بتفعيل وظائفها بممارسة عملها في تطوير اداء منظمة الدعوة الإسلامية تحتاج إلى:

123	جدول (15) يوضح التوزيع التكرارى لعبارات تهم إدارة منظمة الدعوة الإسلامية بتطوير الوسائل والاساليب الإتصالية للعلاقات العامه وذلك وفقاً ل: الوسائل والاساليب الإتصالية للعلاقات العامه وذلك وفقاً ل:
124-125	جدول رقم (16) يوضح الإحصاء الوصفى لعبارات الفرضية الرابعة
126	جدول رقم ( 17 ) يوضح التوزيع التكرارى لعبارات العوامل المؤثرة في اداء العلاقات العامة
128	الإحصاء الوصفى لعبارات الفرضية الخامسة
129	جدول رقم (18) يوضح عبارات يمكن الارتقاء بالوظيفة الاتصالية للعلاقات العامة بالمنظمات الدعوية عبر:

### فهرس الاشكال

رقم الصفحة	اسم الشكل
96	شكل رقم ( 1 ) يوضح النوع
96	شكل رقم ( 2 ) يوضح العمر
97	شكل رقم (3) يوضح المؤهل العلمى
98	شكل رقم ( 4 ) يوضح مدة الخدمة بالمنظمة
99	شكل رقم (5) يوضح الوظيفة
121	شكل رقم ( 6 ) يوضح كيف تساهم العلاقات العامة بالمنظمة بدعم الجهود الدعوية وذلك عبر طريق:
124	شكل رقم ( 7 ) يوضح لكى تقوم العلاقات العامة بتفصيل وظائفها بممارسة عملها في تطوير اداء منظمة الدعوة الإسلامية تحتاج إلى:
130	شكل رقم ( 8 ) يوضح يمكن الإرتقاء بالوظيفة الإتصالية للعلاقات العامة بالمنظمات الدعوية عبر: