



عمادة البحث العلمي
DEANSHIP OF SCIENTIFIC RESEARCH

مجلة العلوم الإنسانية
SUST Journal of Humanities

Available at:

<http://scientific-journal.sustech.edu/>



فاعلية العلاقات العامة في تطوير أداء المنظمات الدعوية الإسلامية
(دراسة وصفية تحليله بالتطبيق على منظمة الدعوة الإسلامية)
"في الفترة من يناير 2015م - يناير 2016م"

هاشم المدني الطيب المدني (عبد الله فتحي عبد الله خوجلي

1 . بجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، قسم العلاقات العامة والإعلان hashimalmadne@gmail.com

2 . عبد الله فتحي عبد الله

ab0912695881@hotmail.com

المستخلص :

تنا ت 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) بهدف معرفة الدور الذي يمكن أن تقوم به العلاقات العامة في تطوير أداء المنظمات الدعوية الإسلامية، حيث استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي وادوات جمع البيانات والمعلومات كالأستبانة والملاحظة والمقابلة إضافة إلى المصادر والمراجع التي لها علاقة بموضوع البحث، واشتملت الدراسة على اربعة فصول وعدد من المباحث، تضمن الفصل الأول الإطار المنهجي، والفصل الثاني العلاقات العامة، الفصل الثالث تناول الدعوة الإسلامية (الفصل الرابع الدراسة الميدانية، وخرج البحث بعدد من النتائج والتوصيات ومن اهم النتائج اكدت الدراسة ان العلاقات العامة تؤدي دوراً مهماً وأساسياً في نشاط المنظمات الدعوية الإسلامية اوضحت الدراسة أن أساليب ممارسة العلاقات العامة بمنظمة الدعوة الإسلامية تحتاج الي تعزيز وتطوير في جانب تدريب الكوادر العاملة في مجال العلاقات العامة، واستخدام الوسائل التقنية الحديثة و أوضحت الدراسة ان من العوامل المؤثرة في أداء العلاقات العامة تكمن في ضعف توظيف الوسائل الحديثة ، وعدم توظيف مهاراتهم لخدمة الدعوة مع غياب المنهجية العلمي .

الكلمات المفتاحية: فاعلية، العلاقات العامة، تطوير الأداء، المنظمات الدعوية الإسلامية

Abstract:

This study dealt with the effectiveness of public relations in the development of the performance of Islamic advocacy organizations (a descriptive and analytical study applied to the Islamic Adwa Organization) between 2015 and 2016 in order to know the role that public relations can play in Islamic advocacy organizations. Analytical descriptive and data collection tools such as questionnaire, observation and interview, as well as sources and references related to the subject of the research. The study included four chapters and a number of megahits. The first chapter includes the methodological framework, the second chapter; the study revealed that public

relations play an important and fundamental role in the activity of Islamic advocacy organizations. The study showed that the methods of practicing public relations in the Islamic Adwa Organization need to be strengthened and developed in the field of training of working cadres. In the field of public relations, and the use of modern technical means. The study showed that one of the factors affecting the performance of public relations lies in the weakness of employing modern means, with the absence of scientific methodology.

Keywords: (Efficiency, public relations, performance development, Islamic advocacy organizations)

لمقدمة

صبح مفهوم العلاقات العامة دضح في ذهان كثير من العاملين المنظمات والمؤسسات، ولقد تزايدت أهمية العلاقات العامة في تعبير منظمات العمال والمنظمات على اختلاف نواعها، ويرجع ذلك لى تعاظم أهمية الراي العام وكسب ثقة الجمهور في نجاح أي منظمة او منشأة بصرف النظر عن نشاطها ، كما يرجع ذلك لى نمو شعور الإدارة بمسؤوليتها الاجتماعية، ولا يمكن لأى منظمة ن تعمل بمعزل عما يحيط بها من متغيرات و أحداث بالبيئة المحيطة بها ، مع ذلك لابد من بذل الجهود والعناية الكافية لتحديد فعالية العلاقات العامة والتركيز على نتائج واضحة المعالم في مسيرة عمها . ومن بين هذه المنظمات ظهرت في السودان منظمة الدعوة الإسلامى منذ أواخر السبعينيات فكان هدفها نشر دين الله في إفريقيا بصورة عامة والسودان وولاياته على وجه الخصوص ، وإقامة شريعة هذا الدين في الأرض عقائد ومبادئه وأخلاق ، وتسعى هذه الدراسة للتعرف على نشاط العلاقات العامة في تحسين أداء منظمة الدعوة الإسلامية ومساهمتها في تحقيق أهدافها وبرامجها.

أهمية الدراسة :

تكمن أهمية الدراسة في أنه يمثل جانباً مهماً من جوانب البحوث الإنسانية والتي يقل تناولها في مثل هذه الدراسات، كذلك كونه يرمى إلى الوصول لمصلحة تنفيذ المنظمات الدعوية الإسلامية بالسودان، كما يحفز الباحث على الوقوف على مستوى أداء هذه المنظمات لكشفها للمهتمين به .

كذلك تكمن أهميته في أنه محاولة من الباحث ونقطة انطلاق لتأصيل علم العلاقات العامة وفقاً للمنظور الحضاري الإسلامى.

مشكلة الدراسة :

تتركز مشكلة الدراسة اساساً في التعرف على نشاط العلاقات العامة داخل منظماتنا الدعوية، ومدى فاعليتها في تحسين وتطوير أداء المنظمات الدعوية الى الأحسن، وذلك باعتمادها على خطط وبرامج اتصالية تساهم بها في تحقيق أهداف هذه المنظمات ، وقد تمثلت مشكلة الدراسة في السؤال الرئيس التالي :

ما مدى فاعلية العلاقات العامة في تطوير أداء المنظمات الدعوية الإسلامية ، ومساهمتها في تحقيق برامج وأهداف هذه المنظمات ونشر القيم التي تقوم عليها المنظمات الدعوية الإسلامية؟

اهداف الدراسة:

تهدف الدراسة الى تحقيق الاتي :

- تقديم رؤية علمية تساعد في دعم وتطوير عمل العلاقات العامة في مجال الدعوة .
- ابراز جهود العلاقات العامة في نشر القيم والمبادئ الإسلامية للمنظم .
- بيان كيفية مساهم العلاقات العامة في دعم الجهود الدعوية بمنظمة الدعوة الإسلامية
- معرفة اهم المشاكل والعقبات التي تواجه العلاقات العامة في اداء دورها في المنظمات الدعوية الاسلامية ، ومنظمة الدعوة الاسلامية بالسودان خصوصا .
- معرفة المعينات التي تساعد العلاقات العامة لتفعيل وظائفها.

تساؤلات الدراسة:

- كيف ساهم العلاقات العامة في نشاط المنظمات الدعوية الإسلامية ؟
- ما مدى مساهمة العلاقات العامة في نشر القيم والمبادئ التي تقوم عليها منظمات الدعوة الاسلامية ؟
- 3- التعرف على اهم العقبات و المشاكل التي تواجه العلاقات العامة في منظمات الدعوة الإسلامية ؟
- 4- م مدى مساهمة العلاقات العامة في دعم الجهود الدعوية بمنظمة الدعوة الإسلامية؟
- إلى أي مدى يمكن الارتقاء بالوظيفة الاتصالية للعلاقات العامة ؟

مجتمع الدراسة:

يتكون مجتمع هذا البحث من العاملين في قطاع منظمة الدعوة الاسلامية وفروعها بولاية الخرطوم .
حدود الدراسة :

- الإطار المكاني : مقر منظمة الدعوة الإسلامية بولاية الخرطوم (- السودان .
- الإطار الزمني 2016م - 2017م

منهج البحث وادواته

تعتمد الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي لغرض تفسير وتحليل البيانات والمعلومات .
الادوات:

الملاحظة، المقابلة، الاستبيان.

المصطلحات:

العلاقات :

لغة هي: جمع علائق وهي تعني :

- تربده به علاقة صداقا - صلا - رابط .
- تربده به علاقة - ائليا - قرابة (انيس وآخرون 1972 ص 661)
- اصطلاح :

هي اتصال او تفاعل بين شخصين او شيد ن، او ما تعلق به الانسان من صناعة وغيرها، (انيس منصور، 1972 ص 160)

• إجرائي :

وهي عملية الصلات والاتصالات التي تتوفر بين هيئة ما وجماهيرها المتعاملة معها، وتقديم الخدمات والمعلومات التي تحتاج إليها هذه الجماهير بما يتفق، والأداء الصادق والإعلام عنه.

عام :

- لغا هي العامة من الناس خلاف الخاصة، جاء القوم عامة أي جميع . (ابو عمرو 1425 ص 756 .
- اصطلاح : كلمة يقصد بها جماهير أو مجموعة الجماهير المختلفة التي يتصل عملها او ترتبط مصالحها ونشاطها بالبيئة .
- إجرائياً :

هي الجهات التي تتعامل معها المنظمة سواء كانت مؤسسات او منظمات او هيئات او أفراد او جماعات.

التطوير :

- لغة: تطور تطوراً: انتقل من طور الى آخر، او من حال الى حال آخر (تطورت الصناعة/ المدنية منذ ذلك الوقت).
- التطور صدر تطور انتقل من طور الى طور. (رضا 016 م، ص 164)
- اصطلاح : هو التغيير التدريجي الذي يحدث في تركيب المجتمع او العلاقات والنظم السائد .
- إجرائياً
- هو التغيير الذي يحدث في أداء المنظمات والمؤسسات الإسلامية في كافة الجوانب الخدمية .

الاداء :

- لغة: مصدر ادى، القيام الشيء تأدية (أداء الصلاة و أداء الواجب - الإيصال.
 - ايضاً ما استحق من دين ونحوه (أداء الدين). (رضا 005 م، ص 16)
 - اصطلاح : هو مجموعة ما تقدمه تلك المنظمات من خدمات .
 - إجرائياً:
- هو الخدمات والبرامج التي تقدمها المنظمات والمؤسسات للمجتمع في كافة الجوانب المادية والمعنوية.

المنظمات :

لغ : يقال : نظم، ينظم، نظاماً ونظم اللؤلؤ جمعة في السلك، وباب ضرب ونظمه تنظيمًا، والنظام الخليط الذي ينظم اللؤلؤ، والانتظام الاتساق . الرازي 907 ص 132)

اصطلاح :

هي شخصية اعتبارية لها كيانها المستقل عن الافراد المكونين لها، وتدار بواسطة مجلس إدارة منتخب بواسطة الجمعية العمومية للأعضاء وتنقسم المنظمات إلى نوعين حكومية وغير حكومية. (انيس وآخرون: مرجع سابق ص 961)

إجرائياً: هي عبارة عن منشأة تدار بواسطة مجموعة من الافراد ذوى التخصص يعملون لتحقيق اهداف وغايات محددة بما يتفق ، والمساهمة في حياة المجتمع.

• الدعوة :

• لغ هي النداء والطلب. (العرمانى 409 ص 6)

• اصطلاح :

هي رسالة السماء إلى الارض وهي هدية الخالق إلى المخلوقات ،وهي دين الله القويم وطريقه المستقيم وهي الدعوة إلى الله تعالى وبما جاء به رسوله عليهم افضل الصلاة والسلا (العرمانى، مرجع سابق ، ص 7)
إجرائياً: هي دين الله عزوجل المنزل على سيدنا محمد (صلى الله عليه وسلم) لإنقاذ البشرية وإخراجهم من الظلمات إلى النور وتوضيح الطريق الذى يجب على الإنسان ان يسلكه في هذه الحياة.

منظمة الدعوة الإسلامية:

منظمة الدعوة الإسلامية منظمة طوعية خيرية إسلامية، غير سياسية عالمية مقرها السودان، تهدف إلى التعريف بالإسلام والنهوض بالمجتمعات المسلمة في دول إفريقيا عبر تلبية احتياجاتها من مياه وخدمات صحية ائتمانية ودعوية دون النظر إلى المستفيدين . (دليل منظمة الدعوة الإسلامية 016 م، ص ١) .

الدراسات السابقة :

ناول العديد من الباحثين في دراسات سابقة نشاط العلاقات العامة ودوره في المنظمات الإسلامية، بهدف معرفة الذى تقوم به العلاقات العامة ومدى فاعليتها في تحقيق اهداف هذه المنظمات، وقد كانت تلك الدراسات يدور معظمها حول معرفة العوامل المؤثرة في أداء العلاقات العامة، ودور العلاقات العامة في نشر الإسلام وتأكيد القيم والأداب والأخلاق الإسلامية، وخرجت بمجموعة من النتائج كان أهمها أن العلاقات العامة تساهم بصورة أساسية في نشر الإسلام، وتعمل على تقوية العلاقات الودية مع المنظمات والمؤسسات الأخرى، وكان من أهم المشاكل التى تواجه العلاقات العامة في هذه المنظمات غياب المنهجية العلمية. وتكمن العلاقة بين هذه الدراسة والدراسات السابقة في أن هذه الدراسة تهدف للتعرف على نشاط العلاقات العامة في المنظمات الإسلامية، ومدى مساهمتها في نشر القيم الإسلامية، إلى جانب التعرف على أهم لمشاكل التى تواجه العلاقات العامة في هذه المنظمات.

أهمية ومفهوم العلاقات العامة

العلاقات العامة كفلسفة اجتماعية ولدتها طبيعة المعرفة الحديثة وظروفها ، وهذه الفلسفة تنطوي في جوهرها على الاعتراف بقيمة الفرد وأهمية صوت الجماهير في تقرير الاتجاهات السياسية والاقتصادية والاجتماعية وغيرها في المجتمع. (سلمان ، 986 م، ص 4) وقد وجدت في جميع المجتمعات التقليدية منها والحديثة كترابط ما بين التعاملات الاجتماعية فيما بين الكائنات وتعمل من خلال وسائل الإيصال الخاصة بها للتفاهم والربط للمحافظة على وجودها واستمراريتها .

تم العلاقات العامة بدراسة السلوك الانساني بغرض تحديد كيفية التعامل مع البشر على أسس التعاون والمحبة والوعي ، وهي عبارة عن عملية مزدوجة الاتجاه فهي إبداء النصح للمؤسسة بعد استقصاء الرأي من أن ناحية ، وإعلام الجماهير بحقيقة المؤسسة إعلاماً صريحاً وفعالاً من ناحية أخرى. (ناجي 991 ، ص 146)

أهداف العلاقات العامة في النص القرآني -

ومن الأهداف التي تسعى العلاقات العامة في الإسلام إلى تحقيقها:

• شرح أهداف وسياسات الإسلام للجماهير المستهدفة. فقد وضحت الآيات القرآنية ذلك بعرض العديد من الأهداف والسياسات التي يجب على المسلم أن يضعها في مقدمة أفعاله لينال رضا الله ودخول الجنة، قال تعالى: {إِنَّ هَذَا الْقُرْآنَ يَهْدِي لِلَّتِي هِيَ أَقْوَمُ وَيُبَشِّرُ الْمُؤْمِنِينَ الَّذِينَ يَعْمَلُونَ الصَّالِحَاتِ أَنَّ لَهُمْ أَجْرًا كَبِيرًا} (سورة الأعراف، الآية 1) ووصفه بأنه نور، والنور به الإبصار، قال تعالى: {قَدْ جَاءَكُمْ مِنَ اللَّهِ نُورٌ وَكِتَابٌ مُبِينٌ * يَهْدِي بِهِ اللَّهُ مَنِ اتَّبَعَ رِضْوَانَهُ سُبُلَ السَّلَامِ وَيُخْرِجُهُم مِّنَ الظُّلُمَاتِ إِلَى النُّورِ بِإِذْنِهِ وَيَهْدِيهِمْ إِلَى صِرَاطٍ مُسْتَقِيمٍ} (سورة المائدة، الآية 5 6). وهو الهادي إلى أفضل طريق: {إِنَّ هَذَا الْقُرْآنَ يَهْدِي لِلَّتِي هِيَ أَقْوَمُ وَيُبَشِّرُ الْمُؤْمِنِينَ الَّذِينَ يَعْمَلُونَ الصَّالِحَاتِ أَنَّ لَهُمْ أَجْرًا كَبِيرًا} (سورة الأعراف، الآية 1). ووصفه بأنه شفاء وارشاد، قال تعالى: {قُلْ هُوَ لِلَّذِينَ آمَنُوا هُدًى وَشِفَاءً} (سورة فصلت الآية 14). معتمداً في ذلك على المشاركة، إذ أن مبدأ الشورى في أمور الدين والدنيا وفي الحرب والسلم من فرائض الله سبحانه وتعالى على المسلمين، وقد قنن الرسول الشورى فكون لها مجلساً من أربعة عشر نقيباً يختارهم من أهل الرأي والبصيرة ممن يشهد لهم برجاحة العقل والفضل، ثم سلك الخلفاء الراشدين نفس المنهج أسوة بالرسول الكريم صلى الله عليه وسلم، وكان سيدنا عمر يقول: "الرأي الفرد كالخيط السحيل، والرأيان كالخيطين المبرمين والثلاثة لا يكاد ننقص. (ابو سنن 981، ص 70)

• نصح وإرشاد المسلمين باتخاذ التصرفات الأنسب والأفضل لهم. قال تعالى: {كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَلَوْ آمَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ مِّنْكُمْ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ} (سورة آل عمران، الآية 10). وقد اهتم المسلمون بالإدارة وتخصيص العمل وتقسيمه، واختيار الأفضل لإدارة الدولة الإسلامية منذ نشأتها.

• الإعلام: الإعلام هو تلك الجهود الموجهة لتوصيل الأخبار والمعلومات الدقيقة، التي تركز على الصدق والصرامة عن السلع والخدمات أو الأفكار أو المنشآت أو غيرها من وسائل النشر المختلفة، نظير مقابل، بقصد مخاطبة عقول الجماهير ومساعدتها على تكوين رأيه والنهوض بها ثقافياً واجتماعياً واقتصادياً. (صلاح الدين واخرون 2008، ص 18)

النشاط الدعوى:

الدعوة لإسلامة

وردت العديد من تعريفات الدعوة في المراجع المختلفة، فحين تطلق كلمة (دعوة) يراد منها عدة معاني منها ما يلي -
المعنى الأول: الرغبة إلى الله، فهي من الفعل دعا ومصدرها دعاء ودعوى والاسم منه الدعوة والدعاة. (بأدو 1900، ص 6)

المعنى الثاني: يريد الاستغاثة فقد قال تعالى: {وَادْعُوا مَنْ اسْتَطَعْتُمْ مِنْ دُونِ اللَّهِ إِنْ كُنْتُمْ صَادِقِينَ} (سورة هود الآية 3).
المعنى الثالث: دعاه واستدعاء أي صاح به.

الرابع والآخر: تطلق كلمة دعوة ويراد منها النداء، وفيها قولك دعوت زيدا أي ناديته وطلبت إقباله.

ولعل المعنى المراد في هذا المقام هو النداء أذ أن تقديم الدعوة يقتضى توجيه النداء إلى المدعو، وطلب إقباله على المدعو اليه وهو الإسلام . (قبلي 995 ، ص 1)
 وتأكيداً لذلك جاء في تعريف محمد ابو الفتح البيانوي للدعوة لغة بانها (الطلب: ي ل : دعا بالشئ : طلب إحضاره، يقال: دعا إلى القتال ودعاه إلى الصلا، ودعاه إلى الدين) البيانوي 991 م، ص 6 .
 تعرف الدعوة بانها: (ذلك الجهد المنهجي المنظم ،والهادف إلى تعريف الناس بحقيقة الإسلام) (برغوث. 996 م، ص : 57).

نشاط منظمة الدعوة الإسلامية في السودان و تأثيرها على المجتمع السوداني :

منظمة الدعوة الإسلامية منظمة عالمية انشئت في رجب عا. 147 هـ ولها وجود في اكثر من 40 دولة افريقية واسيوية، وتدار بواسطة مجلس أمناء يتكون من ستين عضواً من الدول العربية والإسلامية واتخذت المنظمة اسلوب العمل الكامل الذى يقوم على تقديم دعوة الاسلاميه مصحوبة بالتنمية والخدمات الاجتماعية، واصبحت المنظمة توظف خدماتها للدعوة إلى الله وإبلاغ كلمته في مجالات التعليم والشباب والصحة والرعاية الاجتماعية والإغاثة وكفالة الأيتام ورعاية الامومة والطفولة .

وقد قامت المنظمة بإنشاء العديد من المعسكرات لمفتوحة حيث اقامت مؤسسة الدعوة والدايات وهذه المؤسسة تقوم بتدريب وتأهيل الدعاة عبر قنوات متطاولة تستمر لمدة 3 اشهر يتلقى فيها الدارسون دروساً تشمل كل مناحي الدين والدنيا ويتخرجون في احتفالات مشهود ، وتغطي عدداً من ولايات السودان والدول الإفريقية وتسعى لت ميم هذه التجربة في كثير من الدول الإفريقي .

وقد قامت المنظمة ببناء آلاف المساجد والخلوي وحفر أعداد كبيرة من الآبار وأهلت عدداً كبيراً من الاطفال المتشردين وألحقتهم باسرههم كأفراد منتجين ومفيدين للمجتمع .

ايضاً اهتمت المنظمة بالدورات التدريبية والتي تقوم بتدريب النوعي لعدد من المختارين والمستهدفين في الجهات الحكومية وغيرها وعاملي المنظم ، ويكون ذلك عبر معهد مبارك قسم الله، وأن هنالك تدريب لقطاعات مختلفة من المجتمعات يقوم بها معهد البحوث التابع للمنظمة، وتقوم بالتدريب لكافة المجتمع كالتدريب الذى تقوم به . مؤسسة تدريب وتأهيل الدعا . دليل منظمة الدعوة الإسلامية 016 م، ص 17)

العلاقات العامة في منظمة الدعوة الإسلامية:

تتطلب أهمية محاولة التعرف على العلاقات العامة في منظمة الدعوة الإسلامية لأنها هي موضوع الدراسة، والذي يهدف لمعرفة فاعلية العلاقات العامة في تطوير اداء المنظمات الدعوية الإسلامية، واحدة من أنشطة المؤسسات الدعوية في السودان على المستوى المحلي وعلى مستوى إفريقيا، ودول أخرى على مستوى العالم، والتي تتجسد فيها جهود وتعاون كل الحاديين على دعم وتمويل العمل الدعوى من المسلمين في مختلف بقاع العالم من أجل نشر الدعوة الإسلامية.

إدارة العلاقات العامة بالمنظمة:

تتبع إدارياً للإدارة العامة للعلاقات العامة والإعلام في الهيكل التنظيمي للمنظمة، وتتكون من إدارتين هما: إدارة العلاقات العامة، وإدارة الاعلام والنشر حيث تقوم الاولى بالنشاط التقليدي المنوط بها، والثانية تهدف للقيام بالنشاط الإعلامي عموماً والنشر الخاص بالمنظمة، ومن حيث التبعية الإدارية تتبع الإدارة العامة للأمين العام مباشرة. (مقابلة مع سعد الله 2017م)

- إدارة العلاقات العاماً - دليل منظمة الدعوة الإسلامية 016 م، ص 15)

ترعى هذه الإدارة علاقات المنظمة الدا. لية والخارجية، وفي الجانب الآخر تقوم الإدارة بربط الآخرين بالمنظمة لسببهم لصفها من حيث القيام على راحة ضيوف المنظمة وخدمتهم وتزويدهم بالمعلومات عن المنظمة وانشطتها، وتضم هذه الإدارة عدد من الاقسام ذات تخصصات مختلفاً هي :

- قسم المراسم.

د - قسم الاستقبال .

- قسم الخدمات.

- إدارة الاعلام والنشر - (دليل منظمة الدعوة الإسلامية 016 م، ص 16)

تتبع هذه الوحدة للإدارة العامة للعلاقات العامة والإعلام، وتولى هذه الإدارة الاعلام الدعوى اهتماماً كبيراً، حيث تقوم بإنتاج أفلام دعوية و إصدارات ومطبوعات بلغات ولهجات مخافة تهتم كلها بنشر مبادئ الفقه والعبادات وسط المهتمين الجدد، كما تهتم الإدارة بإنتاج أفلام توثق للعمل الدعوى بانتظام، كما تشرف على إعداد برامج الدعوة التي تقدم بواسطة وسائل الإعلام المرئية والمسموعة وللإدارة ثلاثة أقسام هي:

- قسم النشر.

د - قسم التصوير واله ارض.

- القسم الفني.

ثانياً: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية:

يشمل مجتمع الدراسة الجمهور الداخلي لمنظمة الدعوة الإسلامية بالخرطوم، حيث عمل الباحثان على اختيار عينة طبقية منظمة وشمل توزيع الاستبانة إدارات المنظمة والعاملين بالعلاقات العامة (معهد مبارك قسم الله للبحوث والجمعية الإفريقية وموقع منارات إفريقية والمؤسسة المية والمؤسسة الإفريقية للتعليم الخاص مؤسسة الصحة العالمية) وتضمنت الاستبانة التي أعدها الباحثان أسئلة مفتوحة ومغلقة بالإضافة إلى البيانات الأولية وشملت محاور أربعة حول العلاقات العامة وورها في تطوير أداء المنظمة وماهي الوسائل التي تستخدمها العلاقات العامة لتحقيق رسالتها.

إلى جانب الأسئلة المفتوحة ترك الباحثان حرية التعبير للمبحوثين على آراءهم دون تقييد بإجابات محددة، وهذا بلا شك يساعد في التعرف على اتجاهات المبحوثين فيما يتعلق بموضوع البحث

أما الأسئلة المتعلقة : وهي أسئلة حدد فيها الباحثان عدة خيارات للمبحوثين وترك لهم اختيار سؤال واحد أو أكثر كما راع الباحث بعرض الاستبانة، البساطة ووضوح الأسئلة وسهولة اللغة، حيث قام الباحثان بعرض الاستبانة على اربعة من المحكمين وهم :

- أ.د. حسن محمد الزين. د.د. الدسوقي الشيخ الأصم د.د. صالح موسى على د.د. النور عبد الله جادين

تحليل بيانات الدراسة الميدانية :

اشتملت على الخطوات والإجراءات التي تم اتباعها في تنفيذ الدراسة الميدانية ، وشمل ذلك إجراء اختبارات الثبات والصدق لهذه الأداة للتأكد من صلاحيتها للدراسة والمعالجات الإحصائية التي تم بموجبها تحليل البيانات واستخراج النتائج، كما تم توضيح المقاييس والأساليب الإحصائية التي تستخدم لدراسة وتحليل البيانات .

وقد اعتمدت الدراسة في إعداد القسم الثاني والثالث على مقياس ليكرت (Likert Scale) الخماسي ، والذي يتراوح بين (أوافق بشدة – لا أوافق بشدة) ، وقد تم تصحيح المقاييس المستخدمة في الدراسة كالتالي :

- الدرجة الكلية للمقياس هي مجموع درجات المفردة على العبارات .
- إعطاء كل درجة من درجات مقياس ليكرت الخماسي وزن ترجيحي كالتالي : أوافق بشدة (٥) ، أموافق (٤) ، محايد (٣) ، لا أوافق (٢) ، لا أوافق بشدة (١) بناءً على كلما ارتفع الوزن المرجح عن (١) كانت هنالك موافقة وكلما قل الوزن المرجح عن (١) كانت هنالك عدم موافقة .

جدول رقم (١) يوضح نشاط العلاقات العامة:

لا أوافق بشدة		لا أوافق		محايد		أوافق		أوافق بشدة		العبارة
عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	
6	7.5	3	3.8	2	2.5	17	21.3	52	65.0	تؤدي العلاقات العامة دوراً مهماً و أساسياً في نشاط المنظمات الدعوية الإسلامية
0	0	3	3.8	8	10.0	33	41.3	36	45.0	تساهم العلاقات العامة بصورة اساسية في نشر القيم والمبادئ التي تقوم عليها منظمة الدعوة الإسلامية
0	0	7	8.8	15	18.8	31	38.8	27	33.8	تحقق العلاقات العامة من خلال انشطتها وبرامجها وخطتها اهداف منظمة الدعوة الإسلامية
0	0	0	0	8	10.0	38	47.5	34	42.5	اساليب ممارسة العلاقات العامة بمنظمة الدعوة الإسلامية تحتاج الي تعزيز وتطوير

جدول رقم ٢ : يوضح الإحصاء الوصفي لعبارات نشاط العلاقات العام :

العبارة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مربع كاي	مستوي الدلالة	النتيجة
تؤدي العلاقات العامة دوراً مهماً وأساسياً في نشاط المنظمات الدعوية الإسلامية	4.3250	1.18829	110.125 ^a	.011	قبول
تساهم العلاقات العامة بصورة أساسية في نشر القيم والمبادئ التي تقوم عليها منظمة الدعوة الإسلامية	4.2750	.79516	42.900 ^b	00)	قبول
تحقق العلاقات العامة من خلال انشطتها وبرامجها وخططها اهداف منظمة الدعوة الإسلامية	3.9750	.94098	. 18.200 ^b	48)	قبول
اساليب ممارسة العلاقات العامة بمنظمة الدعوة الإسلامية تحتاج الي تعزيز وتطوير	4.3250	.65168	19.900 ^c	.000	قبول

من الجدول (يتضح ما يلي :

١ . بلغت نسبة الموافقين والموافقون بشدة للعبارة الاولى (6.3%) بينما بلغت نسبة غير الموافقين وغير الموافقين وبقوة الموافقين بشدة 1.3%) . أما أفراد العينة ، الذين لم يبدوا إجابات محددة فقد بلغت نسبتهم 0.5% .

يلاحظ من العبارة الاولى ان أغلب المبحوثين يوافقون على ان العلاقات العامة تؤدي دوراً مهماً وأساسياً في المنظمات الدعوية الإسلامية وذلك لما تقدمه العلاقات العامة من خدمات وبرامج تساهم في تحقيق اهداف المنظمة وتطوير أدائها، بجانب الخدمات التي تقدمها للجمهور الخارجي للمنظ . .

٢ . بلغت نسبة الموافقين والموافقون بشدة للعبارة الثانية (6.3%) بينما بلغت نسبة غير الموافقين وغير الموافقين وبقوة الموافقين بشدة 0.8%) . أما أفراد العينة والذين لم يبدوا إجابات محددة فقد بلغت نسبتهم 0% .

لاحظ من العبارة الثانية ان أغلب المبحوثين يوافقون على أن العلاقات العامة تساهم في نشر القيم والمبادئ التي تقوم عليها منظمة الدعوة الإسلامية وذلك من خلال مشاركة المنظمة في كافة فعاليتها وبرامجها في مجال الدعوة الإسلامية وربطها بالمهتدين الجدد .

٣ . بلغت نسبة الموافقين والموافقون بشدة للعبارة الثالثة (2.6%) بينما بلغت نسبة غير الموافقين وغير الموافقين وبقوة الموافقين بشدة 3.8%) . أما أفراد العينة والذين لم يبدوا إجابات محددة فقد بلغت نسبتهم 8.8% .

يلاحظ من العبارة الثالثة ان أغلب المبحوثين يوافقون على ان العلاقات العامة تحقق من خلال انشطتها اهداف منظمة الدعوة الإسلامية ويكون ذلك من خلال التنسيق بين الإدارات والاقسام الأخرى وإدارة العلاقات العامة وربط الخطط والبرامج العامة للمنظمة مع خطط وبرامج العلاقات العامة .

٤ . بلغت نسبة الموافقين والموافقون بشدة للعبارة الرابعة (10%) بينما بلغت نسبة غير الموافقين وغير الموافقين وبقوة الموافقين بشدة 0%) . أما أفراد العينة والذين لم يبدوا إجابات محددة فقد بلغت نسبتهم 0% .

يلاحظ من العبارة الرابعة ان أغلب المبحوثين يوافقون على ان اساليب ووسائل العلاقات العامة تحتاج الى تعزيز وتطوير
أذ ان كثير من الأ.هزة والماكينات التي تستخدم في التصوير والانتاج والمعارض اصبحت شبه تقليدية تحتاج الى تحديث
وتطوير و توفير كاميرات حديثة واستخدام الوسائل الحديثة في المعارض.

يتضح من الجدول (١) ما يلي:

١ . بلغت قيمة مستوي الدلالة لمربع كأي تربيع) للعبارة الأولى (011) اقل من مستوي المعنوية و عليه فإن ذلك
يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط العبارة (١.3250) والوسط الفرضي للدراسة (١) ولصالح
الموافقين بدرجة عالية على العبارة تؤدي العلاقات العامة دورا مهما واساسيا في نشاط المنظمات الدعوية
الاسلامي .

٢ . بلغت قيمة مستوي الدلالة لمربع كأي تربيع) للعبارة الأولى (١0) أقل من مستوي المعنوية و عليه فإن ذلك
يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط العبارة (١.9750) والوسط الفرضي للدراسة (٢)
ولصالح الموافقين بدرجة عالية على العبارة تساهم العلاقات العامة بصورة اساسية في نشر القيم والمبادي التي
تقوم عليها منظمة الدعوة الاسلامية) .

٣ . بلغت قيمة مستوي الدلالة لمربع كأي تربيع) للعبارة الأولى (048) اقل من مستوي المعنوية و عليه فإن ذلك
يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط العبارة (١.4400) والوسط الفرضي للدراسة (٣)
و صالح الموافقين بدرجة عالية على العبارة تحقق العلاقات العامة من خلال انشطتها وبرامجها وخطتها اهداف
منظمة الدعوة الاسلامي .

٤ . بلغت قيمة مستوي الدلالة لمربع كأي تربيع) للعبارة الأولى (000) اقل من مستوي المعنوية و عليه فإن ذلك
يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط العبارة (١.3250) والوسط الفرضي للدراسة (٤)
ولصالح الموافقين بدرجة عالية على العبارة اساليب ممارسة العلاقات العامة بمنظمة الدعوة الاسلامية تحتاج الي
تعزيز وتطوير .

جدول رقم (١) يوضح مساهمة العلاقات العامة بالمنظمة بدعم الجهود الدعوية وذلك عن طريق :

المتغير	التكرار	النسبة
قنوات اتصال بين المنظمة و جماهيرها الداخلية والخارجية	24	30
توظيف مهاراتها في خدمة الدعوة	36	45
تحقق اهداف نشر الدعوة	7	8.8
دورها ضعيف في جانب الاتصال الدعوي	13	16.3
الجملة	80	100

من الجدول اعلاه يلاحظ ان نسبة 0 % من المبحوثين يوضحون ان تساهم العلاقات العامة بالمنظمة بدعم الجهود الدعوية
عن طريق قنوات اتصال بين المنظمة و جماهيرها الداخلية والخارجية ونسبة ١5 % يوضحون ان تساهم العلاقات العامة

بالمنظمة بدعم الجهود الدعوية عن طريق توظيف مهاراتها في خدمة الدعوة ونسبة 3.8 % يوضحون ان تساهم العلاقات العامة بالمنظمة بدعم الجهود الدعوية عن طريق تحقق اهداف نشر الدعوة ونسبة 6.3 % يوضحون ان تساهم العلاقات العامة بالمنظمة بدعم الجهود الدعوية دورها ضعيف في جانب الاتصال الدعوي.

يلاحظ من الجدول اعلاه ان أغلب المبحوثين يوافقون على ان العلاقات العامة توظف مهاراتها في خدمة الدعوة وذلك عن طريق مشاركة المنظمة في كافة بعثاتها الداخلية والخارجية والتنسيق مع الهيئات والمنظمات الأخرى.

جدول رقم 1 (يوضح يمكن الارتقاء بالوظيفة الاتصالية للعلاقات العامة بالمنظمات الدعوية عبر:

المتغير	التكرار	النسبة
قيام بتدريب العاملين علي امر العلاقات العامة وتأهيلهم	24	30
اشراك كافة فعاليات المنظمة في دورات تعريفية بالعلاقات العامة	36	45
التبشير بالأساليب الحديثة للاستفادة منها في مجال العلاقات العامة	7	8.8
اختيار كوادر متخصصة للعمل في مجال العلاقات العامة	13	16.3
الجملة	80	100

من الجدول اعلاه يلاحظ أن نسبة 30 % من المبحوثين يوضحون ان يمكن الارتقاء بالوظيفة الاتصالية للعلاقات العامة بالمنظمات الدعوية عبر القيام بتدريب العاملين علي امر العلاقات العامة وتأهيلهم ونسبة 45 % يوضحون انه يمكن الارتقاء بالوظيفة الاتصالية للعلاقات العامة بالمنظمات الدعوية عبر إشراك كافة فعاليات المنظمة في دورات تعريفية بالعلاقات العامة ونسبة 8.8 % يوضحون انه يمكن الارتقاء بالوظيفة الاتصالية للعلاقات العامة بالمنظمات الدعوية عبر التبشير بالأساليب الحديثة للاستفادة منها في مجال العلاقات العامة ونسبة 16.3 % يوضحون انه يمكن الارتقاء بالوظيفة الاتصالية للعلاقات العامة بالمنظمات الدعوية عبر اختيار كوادر متخصصة للعمل في مجال العلاقات العامة.

إن أغلب المبحوثين يؤكدون على انه يمكن الارتقاء بالوظيفة الاتصالية للعلاقات العامة عن طريق إشراك كافة فعاليات المنظمة في دورات تعريفية بالعلاقات العامة وذلك لسوء فهم كثير من الناس واعتقادهم ان العلاقات العامة ينحصر نشاطها في استقبال الوفود والضيوف وحجز تذاكر الطيران وعمل التأشير.

جدول رقم (٦) يوضح التوزيع التكراري لعبارات العوامل المؤثرة في أداء العلاقات العامة:

العبارة	أوافق بشدة		أوافق		محايد		لا أوافق		لا أوافق بشدة	
	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة
غياب المنهجية العلمية	36	45.0	15	18.8	14	17.5	0	0	0	0
ضعف توظيف الوسائل الحديثة	39	48.8	24	30.0	6	7.5	0	0	0	0
الانحياز بجانب الإدارة	25	31.3	21	26.3	18	22.5	0	0	0	0
عدم توظيف الاساليب الفاعلة	39	48.8	21	26.3	15	18.8	3	3.8	3	3.8
غياب التخصص والبعد الدعوي للقائمين بالاتصال	31	38.8	14	17.5	18	22.5	14	17.5	3	3.8
عدم توظيف مهاراتهم لخدمة الدعوة	32	40.0	22	27.5	12	15.0	14	17.5	0	0

جدول رقم (٧) يوضح الإحصاء الوصفي لعبارات العوامل المؤثرة في أداء العلاقات العامة بمنظمة الدعوة الإسلامية:

العبارة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مربع كاي	مستوي الدلالة	النتيجة
غياب المنهجية العلمية	4.0875	1.12727	35.500 ^a	.000	قبول
ضعف توظيف الوسائل الحديثة	4.1000	.98854	24.300 ^a	.000	قبول
الانحياز بجانب الإدارة	4.2000	.98598	35.200 ^a	.000	قبول
عدم توظيف الاساليب الفاعلة	4.1625	1.08434	62.125 ^b	.000	قبول
غياب التخصص والبعد الدعوي للقائمين بالاتصال	4.1000	1.09775	53.000 ^b	.000	قبول
عدم توظيف مهاراتهم لخدمة الدعوة					

يتضح من الجدول (٧) ما يلي :

١. بلغت نسبة الموافقين والموافقون بشدة للعبارة الاولى (3.8) % بينما بلغت نسبة غير الموافقون وغير الموافقون بشدة (7.5) % . إما أفراد العينة والذين لم يبدوا إجابات محددة فقد بلغت نسبتهم (8.8) % .
٢. بلغت نسبة الموافقون والموافقون بشدة للعبارة الثانية (8.3) % بينما بلغت نسبة غير الموافقون وغير الموافقون بشدة (2.5) % . إما أفراد العينة والذين لم يبدوا إجابات محددة فقد بلغت نسبتهم (3.8) % .
٣. بلغت نسبة الموافقون والموافقون بشدة للعبارة الثالثة (7.6) % بينما بلغت نسبة غير الموافقون وغير الموافقون بشدة (10) % . إما أفراد العينة والذين لم يبدوا إجابات محددة فقد بلغت نسبتهم (0) % .
٤. بلغت نسبة الموافقون والموافقون بشدة للعبارة الرابعة (6.3) % بينما بلغت نسبة غير الموافقون وغير الموافقون بشدة (0) % . إما أفراد العينة والذين لم يبدوا إجابات محددة فقد بلغت نسبتهم (3) % .
٥. بلغت نسبة الموافقون والموافقون بشدة للعبارة الخامسة (6.3) % بينما بلغت نسبة غير الموافقون وغير الموافقون بشدة (1.3) % . إما أفراد العينة والذين لم يبدوا إجابات محددة فقد بلغت نسبتهم (3.8) % .

يلاحظ من الجدول أ. لاه أن أغلب المبحوثين يوافقون على أن من العوامل المؤثر في اداء العلاقات العامة ضعف توظيف الوسائل الحديثة وغياب المنهجية العلمية.

يتضح من الجدول (ب) ما يلي:

١. بلغت قيمة مستوي الدلالة لمربع كأي تربيع للعبارة الأولى (100) أقل من مستوي المعنوية وعليه فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط العبارة (1.0875) والوسط الفرضي للدراسة (ب) ولصالح الموافقين بدرجة عالية على العبارة غياب المنهجية العلمي .
٢. بلغت قيمة مستوي الدلالة لمربع كأي تربيع للعبارة الأولى (10) أقل من مستوي المعنوية وعليه إن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط العبارة (1.1000) والوسط الفرضي للدراسة (ب) ولصالح الموافقين بدرجة عالية على العبارة ضعف توظيف الوسائل الحديثة) .
٣. بلغت قيمة مستوي الدلالة لمربع كأي تربيع للعبارة الأولى (100) أقل من مستوي المعنوية وعليه فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط العبارة (1.2000) والوسط الفرضي للدراسة (ب) ولصالح الموافقين بدرجة عالية على العبارة الانحياز بجانب الادار .
٤. بلغت قيمة مستوي الدلالة لمربع كأي تربيع للعبارة الأولى (100) أقل من مستوي المعنوي وعليه فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط العبارة الاستفادة من الامكانيات التي تشغلها التكنولوجيا) والوسط الفرضي للدراسة (ب) ولصالح الموافقين بدرجة عالية على العبارة عدم توظيف الاساليب الفاعل .
٥. بلغت قيمة مستوي الدلالة لمربع كأي تربيع للعبارة الأولى (100) أقل من مستوي المعنوية وعليه فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط العبارة (1.1000) والوسط الفرضي للدراسة (ب) ولصالح الموافقين بدرجة عالية على العبارة غياب التخصص والبعد الدعوي للقائمين بالاتصال).

نتائج الدراسة :

بناءً على تحليل آراء الباحثين وملاحظة الباحث توصلت الدراسة الى الآتي :

- ١) اكدت الدراسة أن العلاقات العامة تؤدي دوراً مهماً و أساسياً في نشاط المنظمات الدعوية الإسلامية.
- ٢) بينت الدراسة أن العلاقات العامة تساهم بصورة اساسية في نشر القيم والمبادئ التي تقوم عليها منظمة الدعوة الإسلامية .
- ٣) تحقق العلاقات العامة من خلال انشطتها وبرامجها وخطتها أهداف منظمة الدعوة الإسلامية .
- ٤) أوضحت الدراسة أن العلاقات العامة تساهم في المنظمة بدعم الجهود الدعوية عن طريق توظيف مهاراتها في خدمة الدعوة.
- ٥) كشفت الدراسة أن من العوامل المؤثرة في أداء العلاقات العامة تكمن في ضعف توظيف الوسائل الحديثة ، مع غياب المنهجية العلمية.
- ٦) بينت الدراسة على أنه يمكن الارتقاء بالوظيفة الاتصالية للعلاقات العامة عبر القيام بتدريب العاملين على امر العلاقات العامة وتأهيل ، و إشراك كافة فعاليات المنظمة في دورات ترفييه بالعلاقات العامة.

أهم توصيات الدراسة:

يوصى الباحث بالاتي :

١. تدريب وتأهيل العاملين في مجال العلاقات العامة بمنطقة الدعوة الإسلامية.
٢. دعم إدارة العلاقات العامة بالكوادر المتخصصة والوسائل المطلوبة والاستعانة بالخبرات والاستشارات الخارجية.
٣. استخدام الوسائل لاتصالية الحديثة وتوظيف الإمكانيات التي تشغلها التكنولوجيا في هذا الزمان .
٤. إشراك كافة فعاليات المنظمة بدورات تعريفية بعمل العلاقات العامة داخل المنظمة.

المصادر والمراجع :

المصادر: القرآن الكريم

المعاجم:

١. منصور، نيس منصور وآخرون: المعجم الوسيط ، ١، مكية لبنان ناشرون . 972 . .
٢. رضا، يوسف محمد رضا: معجم العربية الكلاسيكية والمعاصرة ، ١ (لبنان - مكتبة لبنان ناشرون) 006م.
٣. ابو عمرو: القاموس المجيد ، ١، (بيروت - لبنان، مكتبة لبنان 425 هـ .

المراجع:

١. ناجي ، السيد عبده ، الادارة العامة ، الطبعة الثالثة القاهرة 1991
٢. عجوه، على عجوه: الاسس العلمية للعلاقات العامة ، ١ (القاهرة، عالم الكتب 985 مس).
٣. جرادت عبد الناصر أحمد جرادات وآخرون: أسس العلاقات العامة، النظرية والتطبيق، (عمان ،دار البارودي العلمية للنشر والتوزيع 009!).

4. البادي، احمد محمد البادي : المنهج العلمي لعلاقات العامة في المؤسسات المعاصرة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام 977 م).
5. رشتي، جيهان رشتي : نظم الاتصال في الدول النامية، (القاهرة، دار المعارف 970).
6. هجو، حيدر هجو موسى، أثر منظمة الدعوة الإسلامية في ولاية الخرطوم، (الخرطوم، د:ط 000 م).
7. ابوسن، ابوسن حمد إبراهيم : الإدارة في الإسلام، (دبي، المطبعة المصرية 981 م).
8. صلاح الدين، حماد صلاح الدين وحماد احمد إبراهيم: مدخل إلى الإعلام الإسلامي، (غزة، مكتبة المكتبة 008 م).
9. البيانوني، محمد ابو الفتح البيانوني: المدخل إلى علم الدعوة، (بيروت، مؤسسة الرسالة 991 م).
0. برغوث، الطيب برغوث: منهج النبي صلى الله عليه وسلم، في حماية الدعوة والمحافظة على منجزاتها خلال الفترة الملكية، 1 (د:م، المعهد العالمي للفكر الإسلامي 996 م).
1. ابوبكر، معسبي محمود ابوبكر: حول الدعوة الإسلامية بإفريقيا وآسيا، (د:ط 009 م).

الرسائل الجامعية:

1. عيسى، عثمان عبد الله عيسى: دور العلاقات العامة في تطوير أداء المؤسسات الإسلامية (دراسة تطبيقية على المؤسسات الإسلامية بولاية جيقاوا النيجرية)، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، كلية علوم الاتصال 013 م).
2. المشرف، المشرف عبد الله المشرف: وظيفة العلاقات العامة في نشر الدعوة الإسلامية، (دراسة وصفية تاريخية مقارنة)، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة امدرمان الإسلامية كلية الإعلام 010 م).
3. دليل منظمة الدعوة الإسلامية للعام 016 م.
4. دوريات منظمة الدعوة الإسلامية للعام 016 م.