

المقدمة :

عرفت العلاقات العامة منذ الأزل إلا أن أهميتها كقوة مؤثرة في المجتمع لم تبرز إلا في القرن العشرين وتطورت بتطور الزمن ، فهي ظاهرة إجتماعية ولدت بمولد الأنسان ونشأت كضرورة لتنظيم كل مجتمع بشري ، ولها وظيفتها في حياة الانسان كأى ظاهرة إجتماعية أخرى وتسهم في تطور المجتمع ، وتعتبر وظيفة العلاقات العامة من أهم الوظائف التي تساعد في نجاح العمل وجعله كتلة واحدة. (1. البادي :1991م، ص24).

ولكن بالرغم من تلك الأهمية العظيمة لكل القطاعات نجد أن العلاقات العامة في السودان تواجه العديد من المشكلات ، لذلك كان لأبد من وقفة علمية على تلك المشكلات ومعرفة بعض الخفايا التي تكمن وراءها ، والعلاقات العامة تختلف في مفاهيمها وتطبيقاتها تبعاً للشخص على قمة الهرم الوظيفي وهي بذلك تشكل حسب المفاهيم الخاصة والشخصية لذلك المسؤول.

و كان السبب وراء ظهور العلاقات العامة كمهنة متخصصة؛ هي تلك الظروف الاقتصادية والاجتماعية التي أفرزت مناخاً نفسياً ضاغطاً ، إضافة إلى الأزمات الاقتصادية والعالمية.

فالمهمة لفاعلية العلاقات العامة لا تنتضح إلا بجلاء عندما تواجه المنظمة أزمة ما تهدد وضعها ومقدرتها على العمل والمنافسة، أوتهدد وجودها ذاته وقدرتها على البقاء، إذ تصبح المنظمة آنذاك عرضة للجمهور ومراقبة وسائل الإعلام.

أنشطة العلاقات العامة تلعب دوراً مهماً وحيوياً في ال منظمات الطوعية، من خلال دورها الفاعل في مد جسور تواصل بين المنظمات وبين المجتمع والجهات ذات العلاقة.

فالاهتمام بالعلاقات العامة ينطلق من عمليات الاستقطاب الناجحة وتعاطي المدراء باهتمام ومسؤولية مع الأفراد والأنشطة الإجتماعية للمنظمات الطوعية والعولمة والتنافس العالمي.

مشكلة البحث :-

تشهد عجله التقدم العلمي تطوراً في كافة أبعاد التنمية وتحديداً في مجال التنمية الإجتماعية في قطاع المنظمات الطوعية الذي أصبح سمة بارزة من ملامح عصرنا الحاضر.

تعدّ العلاقات العامة من أهم الوظائف ، اذ أنها تعمل في جميع المجالات حديث الساعة علي كافة المستويات إن محاولة طرح المفهوم السائد بأن العلاقات العامة ليست إلا ممارسة ليست لها ضوابط أو قواعد أو نظريات ومبينا في الوقت ذاته أن العلاقات العامة قد تأصلت منذ عقود في إطار التفكير بل أنها أنتقلت إلي ما يسمى بـ(مرحلة ما بعد الحدائه).

تبلورت مشكلة البحث الحالي في السؤال الرئيس التالي :-

* ما أهمية دور العلاقات العامة في تحسين أداء المنظمات الطوعية؟

وتكمن مشكلة البحث في الآتي :

المحور الأول :-

* غموض دور برامج العلاقات العامة في المنظمات الطوعية؟

المحور الثاني :-

* ضعف التخطيط وعدم وضوح الرؤية لبرامج العلاقات العامة في المنظمات الطوعية؟

أهمية البحث :-

تتمثل أهمية هذه البحث في حيوية الموضوع فاعلية العلاقات العامة في تحسين أداء المنظمات الطوعية في السودان من خلال تزويد المعلومات التي توضح فاعلية العلاقات العامة في المنظمات الطوعية.

أهداف البحث :-

تسعي الدراسة لتحقيق الأهداف الآتية :-

- 1- التعرف على أهمية دور العلاقات العامة بالمنظمات الطوعية عامة وفي منظمة الشهيد الزبير خاصة.
- 2- التعرف على الأنشطة والبرامج الاتصالية التي تقدمها العلاقات العامة بمنظمة الشهيد الزبير الخيرية.
- 3- معرفة وسائل الاتصال التي تستخدم في التواصل مع جمهور المنظمة.
- 4- الوقوف على نوعية الخطط الاستراتيجية التي تستخدم بواسطة العلاقات العامة في تحسين أداء المنظمة.
- 5- التعرف على بعض جوانب القصور في ممارسة العلاقات العامة في المنظمات الطوعية.
- 6- الوقوف على دور العلاقات العامة في تطوير أداء المنظمات الطوعية.
- 7- الخروج برؤية علمية للعلاقات العامة في تحسين أداء المنظمات الطوعية المنظمات الطوعية.
- 8- وضع نموذج أمثل لممارسة نشاط العلاقات العامة بالمنظمات الطوعية عموماً، وفي منظمة الشهيد بصفة خاصة.

اسئلة البحث :-

* ما أهمية دور العلاقات العامة في تحسين أداء المنظمات الطوعية وبرز أهمية جودة الخدمة المقدمة للعاملين في المنظمات الطوعية ؟ وهذا السؤال تظهر التساؤلات الفرعية التالية :-

- 1- ما الموقع الوظيفي ل لعلاقات العامة في الهيكل الإداري لمنظمة الشهيد الزبير الخيرية؟

2- ما هي الأنشطة والبرامج والاتصالية التي تقدمها العلاقات العامة في منظمة الشهيد الزبير؟

3- ما طبيعة عمل العلاقات العامة في منظمة الشهيد الزبير؟

4- ما خطط والاستراتيجيات التي تقدمها العلاقات العامة بمنظمة الشهيد الزبير؟

5- هل هنالك ميزانية خاصة لإدارة المنظمات من قبل الدولة؟

6- ما النموذج الأمثل لوظيفة علاقات العامة في مجال العمل الطوعي بالمنظمات الطوعية وتحديداً منظمة الشهيد الزبير الخيرية؟

منهج البحث :-

انطلاقاً من طبيعة موضوع البحث والأهداف التي يبيعي البحث لتحقيقها ، فقد استخدمت المنهج الوصفي واسلوب التحليل.

أدوات البحث :-

* **الملاحظة :** وهي عملية معرفة وتسجيل البيانات الملائمة لإدارة العلاقات العامة بالمنظمات الطوعية. (2. عبدالرحمن، سعد: (1998م، ص149).

* **المقابلة :** هي محادثة أو حوار موجه بين الباحث من جهة وشخص أو أشخاص آخرين من جهة أخرى بغرض جمع المعلومات اللازمة للبحث والحوار يتم عبر طرح مجموعة من الأسئلة من الباحث التي يتطلب الإجابة عليها من الأشخاص المعنيين بالبحث. (3. الوفاعي: (1998م، ص203).

* **الاستبيان :** قامت الباحثه باستخدام الاستبيان كأداة لجمع معلومات الدراسة الميدانية، حيث بعد الاستبيان من أدوات البحث العلمي وأصبح الأكثر شيوعاً وفي الآوانه الأخيرة ازداد استخدام الاستبيان في البحوث العلمية حتى أنه أصبح الأداة الأولى التي تجمع بها المعلومات التي يمكن علي ضوءها اهداف البحث.

مجتمع البحث : (الاطار الزماني والمكاني) :- الاطار الزماني :-

تتخصر هذه الدراسة في الفترة من 2015م إلى 2017م باعتبارها الفترة التي تجرى فيها الدراسة كفترة زمنية افتراضية.

الاطار المكاني :-

ينحصر هذا البحث في العلاقات العامة في منظمة الشهيد الزبير الخيرية وقد تم اختياره باعتبارها المنظمة التي لها دور فعال في تقديم الخدمات المختلفة وهي كفالات للايتام ، حفر الابار الارتوازية ومدخات المياه ، مشروع أفطار الصائم ، بناء المساجد ، مشاريع الكسب الحلال للأسره الضعيفه ، أيواء بيوت الاسره الفقيره ، الاغااثات العاجلة ، مشروع الاضاحي ، مشروع توزيع البرادات، أطعام الطعام ، مشروع توزيع الحقائب المدرسية ، الحجاب الإسلامي ، مشاغل الخياطة، مراكز تحفيظ القرآن الكريم.

مصطلحات البحث :-

فاعلية: في اللغة :-

الأصل اللغوي للفاعلية هو الفعل "فعل" الذي مشتقاته "فاعل" و"فَعَّالٌ"، والفاعلية مصدر صناعي، اختاره مجمع اللغة العربية بالقاهرة، للدلالة على وصف الفعل بالنشاط والاتقان.

ووردَ في القرآن الكريم لفظ: "فَعَّالٌ" في قوله تعالى: (فَعَّالٌ لِمَا يُرِيدُ) (البروج/ 16)، وهو اسم من أسماء الله الحسنى يدل على أن ما يريدُه تعالى وما يفعله في غاية الكثرة، وصيغ من هذا الاسم مصدر آخر هو "الفعَّالية" الذي كثيراً ما كان يستعمله المفكر الإسلامي المعروف "مالك بن نبي" في كتاباته.

في الاصطلاح :-

هي "ذلك الشعور القوي في الإنسان الذي تصدر عنه مخترعاته وتصوراتها، وتبليغه لرسالته، وقدرته الخفية على إدراك الأشياء".

تعريف اجرائى :-

الفاعليه مصطلح واسع الاستعمال والفاعليه في اصلها تشير إلي ما يحدث الأثر الايجابي المنتظر ، أي صفة ما يحقق الهدف المرسوم ، وكثيراً ما يقترن الحديث عن الفاعليه ، بمفهوم اخر معروف في علم الإدارة وهو الكفاءة وأذا كانت الفاعليه تشير إلي معني تحقيق النتائج المطلوبه واحداث الأثر الايجابي ، فإن الكفاءة هي علاقة بين كمية المدخلات وكمية المخرجات ، أي أنها نسبة ما بين الموارد المستخدمة والنتائج المنجزة، بمعني أن الكفاءة تزيد كلما كانت الموارد التي تم استعمالها اقل ، قياساً بالنتائج المتحققه. (4. اخوارشيدة: (2006م ، ص79).

العلاقات العامة : (PUBLIC RELATION)

يعرفها ويبستر (WESBTER) بأنها كل نشاط تقوم به المؤسسات الصناعية والمهن المختلفة والأجهزة الحكومية وغير الحكومية ويقصد بها تكوين علاقات طيبة بالجماهير المختلفة كالمستهلكين والموظفين وحملة الأسهم وغيرهم حتى تكتسب رضاء المجتمع الذي تعيش حوله. (5. أمام : (1985م ، ص6).

المنظمات : (ORGANIZATION)

في اللغة :-

هو : منظمة، أو تنظيم، ولهذا فقد يستخدم هذا المصطلح للدلالة على المنظمة أو التنظيم الاجتماعي بمعناه الضيق وقد يستخدم للدلالة على التنظيم الاجتماعي للمجتمع ككل.

في الاصطلاح :-

" ما هي إلا بناء من الأفراد المتفاعلين معاً لتحقيق أهداف مشتركة".
وتعرف في معجم مصطلحات التنمية الاجتماعية بأنها: " كيان منظم يهدف إلى تحقيق أغراض معينة ويتمتع بشخصية معنوية".

فالنموذج البنائي الوظيفي ينظر إلى المنظمة على أنها نسق اجتماعي له بناء ووظيفة ، والنظرية السلوكية تنظر إلى المنظمة على أنها مجموعة من الأفراد يمارسون أنواعاً من السلوك والتفاعل لتحقيق هدف مشترك، ونموذج الدور الاجتماعي ينظر إلى المنظمة على أنها مجموعة من الأدوار الاجتماعية المتفاعلة معاً لتحقيق أهداف محددة متفق عليها، والنظرية الأيكولوجية تنظر إلى المنظمة على أنها جزء من البيئة وصورة مصغرة منها تظهر فيها سمات وخصائص البيئة، والنظرية البيولوجية تنظر إلى المنظمة على أنها تشبه التكوين البيولوجي للإنسان من حيث الترابط الوظيفي والعضوي.

الطوعية:

في اللغة :-

هو العمل الذي تقوم أساساً على عامل التطوع سواء كان ذلك التطوع بالجهد البدني أو العقلي أو التبرع بالمال.

في الاصطلاح :-

العمل الذي يؤدي لمصلحة فئات أخرى تنتفع منه مادياً أو بخلاف ذلك دون أن يعود مثل هذا النفع على القائمين به ولكن النفع في هذه الحالة يمكن أن يكون تحقيق أهداف.

الدراسات السابقة

الدراسة الاولى : (6. العبيد-نماء : (غير منشورة 2008م)

دور العلاقات العامة في المنظمات التطوعية (دراسة تطبيقية علي جمعية الهلال الاحمر السوداني)
هدفت الدراسة الاولى إلي الوقوف علي دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات في جمعية الهلال الاحمر السوداني ، و قياس مدي فاعلية العلاقات العامة في جمعية الهلال الاحمر السوداني في إدارة الأزمات و تحديد العناصر التي تحتاج إليها العلاقات العامة في مجابهة للأزمات في جمعية الهلال الاحمر السوداني وتقويم الأساليب والطرق العلمية التي تتبع لمجابهة الأزمات عبر المراحل المختلفة لإدارة الأزمة والوقوف على المعوقات التي تحول دون الاستفادة من إدارة العلاقات العامة أثناء مواجهتها للأزمات والكوارث في جمعية الهلال الاحمر السوداني.

و ربط ممارسة وظائف العلاقات العامة بمنهج إدارة الأزمات وتحديد العناصر التي تحتاج إليها العلاقات العامة عبر المراحل المختلفة ، دعم الجهود البحثية في مجال العلاقات العامة ، التعرف علي بعض جوانب القصور في ممارسة العلاقات العامة في جمعية الهلال الاحمر السوداني ، الوقوف علي الوظيفة الأساسية للعلاقات العامة في تدعيم الصورة الذهنية الإيجابية للجمعية.

تزويد المشاركين بمجموعة فاعلة من الأساليب المهارية والمعرفية التي تساد المسؤولين عن العلاقات العامة في جميع المؤسسات في تجنب أسلوب رد الفعل العشوائي عن المخطط للعلاقات العامة في الأزمات والكوارث وإدارة عمليات الاتصال والعلاقات الداخلية والخارجية عند حدوث الأزمات والكوارث بصورة فعالة من اجل تقليل الآثار المتوقعه لتلك الأزمات.

استخدمت الدراسة في تحليل هذه الحالات المناهج التالية :

في إطار هذا المنهج استخدمت الدراسة مسح أساليب الممارسة الإعلامية الذي يهدف إلي تصوير الواقع التطبيقي للتعرف علي الطرق التي تتبعها هذه الأجهزة في ممارسة النشاطات المختلفة.

منهج دراسة العلاقات المتبادلة والذي يسعى إلي دراسة العلاقات بين الحقائق التي تم الحصول عليها بهدف التعرف علي الحالات قيد الدراسة.

ومن الأدوات التي اعتمدت الباحثه عليها في الدراسة علي جمع المعلومات من المصادر والمراجع والدوريات والمقابلات ، والملاحظة والاستبيان والدراسة الميدانية.

توصلت للنتائج أن هناك قصور في توجيهه وتفعيل نشاط العلاقات العامة في جمعية الهلال الاحمر السوداني وتوجيهها الامثل بخطورة الأزمات وعدم القدرة علي المتابعة الفورية للإجراءات والخطوات المتعلقة بالنشاط .

عدم وجود قنوات اتصال فاعلة ومتفق عليها تعني باستقبال وتبادل المعلومات يترتب عليها وصولها للجهات المعنية ، تساعد إدارة الاعلام والعلاقات العامة في اختيار المتحدث الرسمي باسم المؤسسة أثناء مواجهة الأزمة.

ميل أجهزة العلاقات العامة في جمعية الهلال الاحمر السوداني إلي عدم الاستفادة بالمتساوين الخارجين في تخطيط وضع برامج العلاقات العامة.

ضعف الطرق التي تستخدمها العلاقات العامة في تقديم نشاطها كالتقارير وورش العمل، يعتبر نقص الإمكانيات والاعتمادات المالية من أهم العوائق التي تعيق عمل العلاقات العامة.

عدم وضع خطة للعلاقات العامة في الهلال الاحمر كنموذج لإدارة الأزمات بل يعتمد علي الارتجال والعشوائية بالإضافة للتهميش الذي تتعرض له إدارات العلاقات العامة الذي ينعكس بشكل سلبي علي دورها وفعاليتها في المنشآت المختلفة ، الأمر الذي ينعكس بشكل سلبي علي مستوي الأداء وفاعلية تحقيق الأهداف.

الدراسة الثانية : (7. ادريس :غير منشورة)

العلاقات العامة بمنظمات الأمم المتحدة العاملة بافريقيا

(دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق علي منظمات الأمم المتحدة العاملة في جمهورية
جزر القمر الاتحادية الإسلامية)

هدف الباحث من هذه الدراسة هو الوقوف علي برامج العلاقات العامة
بمنظمات الأمم المتحدة خاصة العاملة منها في قارة افريقيا وما إذا كانت تقف هذه
البرامج؟ من وراء تكوين الصورة الذهنية المشرقة الملحوظة عن منظمات الأمم
المتحدة ، أم هنالك أساليب أخرى ؟ وما كنه هذه البرامج على أمل الاستئناس
والاستفادة منها مستقبلاً بنقل المفيد والمناسب منها إلي المنظمات الانسانية العربية
والإسلامية من خلال متابعات ودراسات بحثية مستفيضة يرجى منها الاسهام
مستقبلاً في دعم هذا المجال وتحقيق نجاحات تطبيقية واضحة ، ومن هنا تأتي
أهمية هذه الرسالة والهدف البعيد من أجرائها.

ومنهج الدراسة لما لم يجد الباحث بعد استفساره وسؤاله للجهات المعنية من
مؤسسات الأمم المتحدة ووزارتي الخارجية القمرية والسودانية عن أي بحث أو
دراسة مشابهة وقريبه لموضوع العلاقات العامة بمنظمات الأمم المتحدة فإنه
سوف يعمل علي استكشاف واقع العلاقات العامة بمنظمات الأمم المتحدة بافريقيا
والقاء الضوء عليها من حيث الوجود او العدم ومن حيث الكم أو الكيف ليضعها
أمام الباحثين للاستفادة منها كمرجعية لما بعدها من دراسات مستقبلية الأمر الذي
يجعل هذا البحث من البحوث الاستكشافية .

وبما أن الباحث سوف يقوم بوصف واقع العلاقات العامة بمنظمات الأمم المتحدة
ودراسة الحقائق الراهنه والأساليب المتبعة في أداء أنشطته ومن ثم تحليلها

وتقويمها وذلك بهدف الحصول علي معلومات كافية ودقيقه عنها بغض النظر عن وجود فروض محددة مسبقاً ، ذلك ان الدراسات الوصفية لا تتضمن بالضرورة مسيبة تخضع للاختيار والدراسة.

من الأدوات التي اعتمدت الباحث في حصوله للبيانات للأزمة على طرق وادوات عدة استندت عليها هذه الدراسة منها :

البيانات الثانوية : وهي التقارير - الاحصاءات - الميزانيات ، الاصدارات الموضوعية والدورية ، التوثيق السمعي - البصري.

البيانات الاولية : وهي الملاحظة والمشاهدة ، المقابلة والمشاهدة ، الاستقصاء.

اهم النتائج المفهوم العلمي الصحيح للعلاقات العامة بدول العالم الثالث التي زارها الباحث لا زال جديداً ومنحصرأً عند المؤسسات الاكاديمية والمهنية خاصة الجانب العلمي منه فكلما تحسس الباحث في أثناء بحثه عن مفهوم العلاقات العامة عند المسؤولين والعامة معاً واجهته هذه الحقيقة.

لا توجد دوريات وافية ومنتشرة بدول العالم الثالث لنشر مفهوم الصحيح للعلاقات العامة وتحديد أهدافها ووظائفها ، وكثيراً ما تعتمد المفاهيم على الانطباعات الشخصية أو الفهم التقليدي لها على الرغم مما تجده هذه المهنة من ارتياح في نفوس سامعيها.

وظائف العلاقات العامة متداخلة مع وظائف عدد من العلوم والمناشط الاخرى كالاتصاف والعلوم السياسية والإدارية والاقتصادية وعلم النفس والاجتماع والفنون مما تطلب نوعاً من الدقة والحرص في تحديد جوانبها وأهدافها ووظائفها والخروج من ذلك بمناهج علمي محدد لمفهوم العلاقات العامة يفصلها عن بقية العلوم والمناهج الوظيفية الأخرى، ومن ذلك مثلاً فإن وظيفة العلاقات العامة شبيهه جداً بوظيفة وزارات الخارجية بالدول رغم أنها وظيفة سياسية بحثه كما هو معلوم.

المبحث الأول

وسائل الاتصال المستخدمة في العلاقات العامة

وظائف العلاقات العامة :-

هناك مجموعة من الوظائف التي سوف تعرضها من وجهة نظر الباحثين وهي على النحو التالي:- (8. كشك: بدون ، ص 48-49).

يرى معظم الباحثين الذين قاموا بتحليل وظائف العلاقات العامة في الهيئات والمؤسسات.

أن هناك خمس وظائف رئيسية للعلاقات العامة :-

1/ البحث:-

ويقصد به الدراسات الخاصة بقياس اتجاهات الرأي العام لجمهير الهيئة أو المؤسسة ، الجماهير الداخلية والخارجية ودراسة الظروف السياسية الإقتصادية الإجتماعية المؤثرة على المؤسسة ، وتقدير مدى نجاح الحملات الإعلامية التي تقوم بها وتحديد أى الوسائل الإعلامية أكثر فعالية ، هذا فضلاً عن البحوث التي تتناول التطور الذي يطرا علم العلاقات العامة.

2/ التخطيط :-

ويقصد به رسم خطة دقيقة للعلاقات العامة تتفق مع الخطة العامة للمؤسسة ولا يتعارض معها ، وفي ضوء الخطة القومية السامية وهذه الخطة تحدد الأهداف البعيدة والقصيره المدى وترسم خطوات التنفيذ وتحديده دقيقاً ، وتوزع المسئوليات على القائمين على التنفيذ.

3 / التنسيق :-

ويقصد به اشتراك العلاقات العامة مع الإدارات حتى لا يحدث تفكك وحتى يتحقق التفاهم بين الإدارات بحيث لا يصدر من إدارة ، من هذه الإدارات ما يشير إلى وجود تناقض في سياسة المؤسسة مما قد يؤثر على موقفها بين الجماهير المختلفة المرتبطة بها.

4 / الإدارة :-

هي احدى وظائف العلاقات العامة حيث تقوم الخدمات لسائر الإدارات الأخرى بالمؤسسة أو الهيئة ومساعدتها على أداء وظائفها المتصلة بالجماهير ، فهي تساعد إدارة شؤون العاملين في إختيار الموظفين والعمال وتدريبهم والنظر في وسائل تشجيعهم وترقيتهم وحل مشاكلهم ، وكذلك تعمل إدارة العلاقات العامة في مساعدة الإدارات الأخرى.

5 / الإنتاج :-

ويتصل بالإنتاج عدد كبير من الأعمال العامة المتعلقة بالاعلام والنشر فإلى جانب إصدار البيانات وعقد المؤتمرات تقوم إدارة العلاقات العامة بتحرير الحملات وإصدار النشرات وإعداد المحاضرات وإقامة المعارض وإعداد الصور والرسوم.

ويذهب بعض الخبراء إلى **تقسيم مجموعة الوظائف** والأنشطة التي يمكن أن تقوم بها العلاقات العامة علي أساس ثلاث محاور **على النحو التالي :-**

المحور الأول : بالنسبة للجمهور بصفة عامة ويشمل المجموعة التالية :-

1/ تعريف الجمهور بالمنظمة وإنتاجها أو خدماتها بلغة مبسطة بهدف الحصول على تأييد الجماهير للمنظمة وأنشطتها.

2/ شرح سياسة المنظمة للجمهور وإبلاغه بالتعديلات أو التغييرات التي تطرأ عليها بهدف قبوله إياها والتعاون معها. (9. حسين: (1995م - ص 108).

3/ مساعدة الجمهور على تكوين رأي سليم من خلال مده بكافة المعلومات الصحيحة والصادقة ليكون رأيه مبنياً على أساس من الواقع والحقيقة.

المحور الثاني : بالنسبة للمنظمة ككل ويشمل المجموعة التالية :-

1/ مد المنظمة بكافة التطورات التي تحدث في الرأي العام.

2/ حماية المنظمة ضد أي هجوم يقع عليها نتيجة نشر أخبار كاذبة أو غير صحيحة عنها.

3/ التأكيد من أن أهداف المنظمة وأغراضها وأعمالها تلقى الاهتمام الكافي من فئات الجمهور المختلفة.

المحور الثالث : بالنسبة لإدارة المنشأة ويشمل المجموعة التالية :-

1/ أخبار الإدارة العليا للمنشأة برد فعل سياساتها بين فئات الجمهور المختلفة.

2/ بحث وتحليل وتلخيص المسائل التي لا تهم الإدارة العليا ورفعها إليها.

3/ مساعدة وتشجيع الاتصال بين المستويات الإدارية العليا والمستويات الدنيا والعكس.

وظائف بالنسبة ك جماهير النوعية وتشمل الآتي :- (10. كشك: (بدون ، ص 53).

-تعرف الجماهير النوعية بالمؤسسة وإنتاجها أو خدماتها بلغة سهلة واضح

لكسب تأييد الجماهير إلى جانب المؤسسة ونشاطها ، ويتضمن ذلك شرح

رسالة الهيئة أو المؤسسة وأهدافها إلى جماهيرها.

-تعرف الجمهور لسياسية الهيئة أو المؤسسة ، وما يحدث فيها من تعديلات

وتغييرات ، والعمل على اقناعه بها حتى يقبلها ويتعاون معها.

- مساعدة الجماهير على افكار سليمة عن المؤسسة عن طريق تزويدها بالمعلومات الصحيحة والكاملة حتى تبني رايها على اساس تلك الحقائق.
- التأكيد من أن جميع الأخبار التي تنشر على الجماهير صحيحة كاملة.
- العمل على تهيئة جو صالح في الهيئة أو المؤسسة بين جماهيرها الداخلية حيث يتضمن ذلك وجه النظر بين الإدارة والعاملين وتكوين علاقات إيجابية بين العاملين بعضهم لبعض.

وظائف العلاقات العامة -

تعتبر وظيفة العلاقات العامة من أقدم الوظائف الإدارية التي عرفها الإنسان فهي وظيفة تتعلق بذلك الجانب غير المرئي عادة من جوانب العملية الإدارية.

ويرى بيرنايس (BERNAYS) بأن للعلاقات العامة ثلاثة وظائف تاريخية وهي إعلام الناس وإقناعهم وإدماجهم بعضهم مع بعض ووظيفة الإدماج هامة للعلاقات العامة التي تسعى إلى تكيف الناس وإلى أن يقوموا بالتفسير وإلى اندماج الأفراد والجماعات والمجتمع وفهم الناس أساسي في ظل المجتمع التنافسي والمعرفة هامة لكل فرد للتعامل مع الجمهور. (11. روزفلت ، القطامين: (1999م - ص11).

وظائف بالنسبة للمؤسسة كوحدة وتشمل كالاتي :-

- تزويد المؤسسة أو الهيئة بكافة المعلومات التي تعبر عن إتجاهات الراي العام نحوها وكذلك التطورات والتغيرات التي تحدث على الراي العام.
- حماية الهيئة من أي هجوم تتعرض له بسبب نشر أخبار غير صحيحة أو ترويج شائعات تؤثر في سمعتها.
- التأكيد من أن سياسة المؤسسة وأهدافها ونشاطها تجد الاهتمام الكافي من جانب جماهيرها المختلفة.

وظائف بالنسبة لإدارة المؤسسة وتشمل :-

-مد الإدارة العليا للهيئة أو المؤسسة برد فعل سياستها على فئات الجماهير المختلفة.

-بحث وتحليل وعرض الموضوعات التي تهتم الإدارة العليا خاصة نتائج بحوث وقياس الرأي العام أو ما تنشره الصحف أو ما يتردد من موضوعات حول نشاط الهيئة.

-مساعدة وتشجيع الاتصال بين المستويات الإدارية العليا والمستويات الإدارية الأخرى وكذلك الاتصال بين المستويات الإدارية الأدنى وبين المستويات الإدارية العليا.

-تعمل العلاقات العامة على العمل بين الإدارات المختلفة متوخيه في ذلك الصدق والأمانة مستعمله في ذلك وسائل الاعلام التي تتناسب مع الجماهير والاتجاه الآخر الذي يسير من الجماهير إلى المؤسسة معتمدة في ذلك على المنهج العلمي في دراسة وقياس الرأي العام لما هذا من أثر كبير في نجاح وفشل أي مشروع مهما توفرت له كل الموارد والإمكانيات.

-فهم السلوك الإنساني سواء كان أفراد أو جماعات ، فهي تعتمد على حد كبير على علوم النفس والاجتماع وعلوم الاقتصاد وغيرها من العلوم الإجتماعية والسلوكية وأصبحت تحتاج إلى متخصصين وغير متخصصين للقيام بها معدين إعداد مهنياً للقيام بهذه المسئوليات ، ولقد كانت العلاقات العامة توجه للجماهير الخارجية فقط التي تتصل بالمؤسسة بصورة مباشرة وغير مباشرة مثل الموردين والموزعين والمستهلكين في المؤسسات الاقتصادية وكانت تهمل نوعاً آخر من الجماهير وهي الجماهير الداخليه أي العاملين في داخل المؤسسة إلا أنها سرعان ما ادركت دور هذه الجماهير وأثرها في نجاح أو فشل هذه المؤسسات ولذلك أصبح للعلاقات العامة نوعين من الجماهير هما الجماهير الداخليه وكذلك الجماهير الخارجي.

أهداف العلاقات العامة :-

تتخذ أنشطة العلاقات العامة وفقاً لاستراتيجيات وهذه الاستراتيجيات غير محددة في الأصل ، و إنما يتم تحديدها عند اجراء تحليل استراتيجي ، أي القيام بتحليل نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات وبعدها يمكن تحديد الغايات (الأهداف طويلة المدى) وفي ضوء الأخيرة يتم تحديد الأهداف قصيرة المدى (12. برغوث:2013م ، ص8).

وبما أن جوهر وظائف العلاقات العامة البناء والتصحيح لصورة المؤسسة، فيمكن أن نعد الهدف الأسمى للعلاقات العامة هو ، بناء تلك الصورة وإدامتها عن طريق تأدية العلاقات لوظائفها ، والقيام بعملياتها ، وتنفيذ أنشطتها.

مما تقدم تقسم أهداف العلاقات العامة على :-

أهداف طويلة الأمد -

وهو كما أسلفنا بناء الصورة الحسنة للمؤسسة ، والعمل على صيانتها وتصحيح المفاهيم الخاطئة لدى الجمهور تحقيق ودعم الانطباعات الجيدة عنها (13. ناصر:2003م، ص 179).

الأهداف قصيرة المدى -

وهي أهداف تتفرع ، وتدور حول الهدف الأسمى للعلاقات العامة :

1. إقامة علاقات جيدة مع الجماهير ، والمحافظة على تلك العلاقات وصيانتها.(14. فهد:2011م ، ص157).
2. تصديق المؤسسة على أوسع نطاق ، والسعي لأن تكون ضمن صفوة المؤسسات المتشابهة.(15. ابو أصعب ، ابو عرجه:2010م ، ص181).
3. الترويج لمنتجات المنظمة أو خدماتها وتنشيط المبيعات .(16. رجاء الحرب:2012م، ص30).

أن الهدف الأسمى للعلاقات العامة هو تحقيق الانسجام والتوافق بين المنظمة وجماهيرها ، ومن جهة نظر المنظمة فإن الهدف الأساسي للعلاقات العامة هو تحقيق أهداف المنظمة ومن وجهة نظر جماهير المنظمة فإن الهدف الأساسي للعلاقات العامة هو تحقيق مصلحة.

ومن هنا يأتي دور العلاقات العامة لتحقيق التوازن المطلوب بين المصلحتين وهي كما يلي:- (17. كشك: بدون ، ص46).

1/ تهدف العلاقات العامة إلى تحقيق التوازن والانسجام بين المنظمات والجمهور سواء كان هذا الجمهور جمهوراً خارجياً وجمهوراً داخلياً.

2/ تهدف العلاقات العامة إلى زيادة فرص التفاهم المتبادل بين الجماهير لأن برامج العلاقات تؤدي دوراً كبيراً في التوفيق بين الميول المتبادلة للأفراد والجماعات.

3/ تهدف العلاقات العامة إلى تحسين العلاقات الإجتماعية بين جماهير العاملين بالمنظمة وتحسين ظروف العمل والاهتمام بالعامل كإنسان له حاجاته المادية والصحية والثقافية والترويحية والإجتماعية وبذلك تزيد فرص نجاح المنظمة وبتحقيق الولاء والانتماء بين كافة العاملين بها.

4/تهدف العلاقات العامة إلى تعديل الاتجاهات السلبية في المجتمع وتحويلها إلى اتجاهات ايجابية بناءة وكذلك التأكيد على الاتجاهات الإيجابية.

5/ تهدف العلاقات العامة إلى تدريب الجماهير المرتبطة بالمنظمة على المشاركة في المسؤوليات الإجتماعية.

6/ الحصول على تغذية عكسية في دور فعل الجمهور على القضايا التي تتعلق براء الجمهور .

7/ المساهمة في القضاء على المشكلة الداخلية في المنظمة والتي تؤدي إلى عرقلة العمل فيها.

8/ تعريف جماهير المنظمة باراتها وسياساتها ومنتجاتها مع السلع والخدمات.

أما العالمان سكون والت فيعرفان العلاقات العامة بأنها :-

هي جهد مخطط للتأثير في الرأي العام من خلال الأداء الناتج والاتصالات ذات الاتجاهين في حيث عرفت جمعية العلاقات العامة الفرنسية نشاط والعلاقات العامة بأنه صورة من السلوك وأسلوب الاعلام الاتصال بهدف بناء وتدعيم العلاقات العامة المئنة بالثقة والتي تقوم على أسس المعرفة والفهم المتبادلين بين المؤسسة وجمهورها المتأثر بوظائف وانشطت تلك المؤسسة ، من الملاحظ أن التعريف السابق ذكره بجميع بين مفهومي العمل والاعلام لغرض تدعيم العلاقات المتبادلة.

وبشكل عام يتضمن مفهوم العلاقات العامة العديد من الافكار

ومنها الآتي:- (18. عوجة: بدون، ص13).

1/ إنها البرامج المخططة والمستمرة التي تنفذ من قبل إدارة المنظمة.

2/ تتعامل مع العلاقات بين المنظمة وجماهيرها المختلفة.

3/ تراقب الآراء والاتجاهات والسلوك داخل المنظمة وخارجها.

4/ تتولى تحليل تأثير السياسات التنظيمية والإجراءات والافعال والسلوك من الجمهور.

5/ تتولى تعديل تلك السياسات والإجراءات والافعال والسلوك التي قد تتعارض مع مصالح الجمهور ومع دوام بقاء المنظمة.

6/ تقدم المشورة للإدارة حول سياسات وإجراءات وممارسات وأشكال السلوك الجديدة التي تفيد المنظمة وجماهيرها معاً.

7/ إقامة و ادامة اتصال ثنائي بين المنظمة وجماهيرها المختلفة.

8/ تحدث تغييرات محددة في الإدارات وفي الآراء والاتجاهات والسلوك داخل المنظمة وخارجها.

9/ تدعو إلى علاقات جديدة أو تدعيم وتحافظ على العلاقات القديمة بين المنظمة وجماهيرها.

10/ تقوم لتحقيق الانسجام البنيوي والاجتماعي بين المؤسسة وجماهيرها.

نظراً لأن مفهوم العلاقات بمعناه الحديث لم يستخدم في محيط الاعمال التجارية والصناعية وغيرها من المجالات إلا في فترة وجيزه ، الأمر الذي مازال يحوطه اللبس والغموض وسوء الفهم لما يعنيه ويؤكد هذا المفهوم وطبيعته وظائفه ويؤكد ذلك مقاله ((نيولاندر)) أنه لم يوجد بعد التغيير الكافي لهذا الاصطلاح.

وتناول بعض الكتب تعريف العلاقات العامة من جانب مختلفة ونستعرض بعض من هذه التعريفات حتى تكون لدينا فكرة واضحة عن المقصود بعبارة العلاقات العامة وهي عن النحو التالي :- (19. عجوة: (بدون ، ص12-13).

1/ تعريف العلاقات العامة كما ورد في قاموس ((ويستر)) بأنها (كل نشاط تقوم به المؤسسات الصناعية والمهن المختلفه والنقابات والأجهزة الحكومية وغير الحكومية ويقصد به تكوين علاقات طيبة بالجماهير المختلفة كالمستهلكين والموظفين وحملت الأسهم وغيرهم حتى تكتسب رضاء المجتمع الذي نعيش فيه).

2/ قدم ويبستر (WEBSTER) في طبعته الثالثة تعريفاً حديثاً للعلاقات العامة يذهب فيه إلى أنها : تنشيط العمليات الاتصالية وخلق الثقة بين شخص أو منظمة، أو مشروع ، أو أشخاص آخرين ، أو جماهير معينة ، أو المجتمع كله ، من خلال نشر المعلومات التي تفسر وتشرح ، وتنمية علاقات متبادلة ، ودراسة ردود الفعل وتقويمها.

3/ يعرف ((كرستيان)) العلاقات العامة بأنها (الجهود التي تبذل للتأثير على الجمهور عن طريق وسائل الاعلام المختلفة حتى يكون لديها فكرة صحيحة عن المؤسسة فيساعدونها و في اهدافها ويشجعونها في نشاطها).

4/ العلاقات العامة : هي الفن أو العلم الذي يستهدف تنمية الفهم المتبادل والثقة والأخصائيين الذين توكل إليهم هذه المهمة.

5/ وقد وضع هارلو (HARLOW) تعريفاً معاصراً شاملاً للعلاقات العامة يذهب فيه إلى أن العلاقات العامة " وظيفة إدارية متميزة تساعد على خلق وبناء ودعم وبقاء الاتصال الفعال والفهم المتبادل والموافقة والتعاون المشترك بين المنشأة وجماهيرها الداخلية والخارجية ، وتعمل على مواجهة وحل المشكلات التي تواجه الإدارة وإمدادها بتيار مستمر من المع لومات والبيانات مما يجعلها متجاوبة مع الرأي العام ، وتحدد وتؤكد مسؤولية الإدارة تجاه اهتمامات الجماهير ، وتساعد على أن تواكب التغيير وتفيد منه بكفاءة، كما تستخدم العلاقات العامة أيضاً كنظام تنبؤ يساعد على التنبؤ بالتغيرات والاتجاهات وتوقعها، وتستخدم في سبيل ذلك بحوث وأساليب وطرق ووسائل الاتصال وفنونه على أسس أخلاقية لتحقيق هذه المهمات الأساسية."

وسائل الاتصال المستخدمة في العلاقات العامة -

هنالك العديد من الوسائل التي تستخدمها العلاقات العامة في الاتصال، وتعتبر هذه الوسائل الركيزة الأساسية في تنفيذ نشاطات العلاقات العامة ، وتسويق فلسفتها ووظيفتها ومن دون حضور وسائل الاتصال والإعلام لا يمكن أن يكون هناك ما يسمى بنشاط العلاقات العامة لأن هذا النشاط هو أصلاً عبارة عن عملية اتصال مع الجماهير، وتبادل المعلومات والآراء، والتأثير على اتجاهات الرأي العام من أجل توثيق العلاقات الطيبة وخلق رأي عام مساند للمؤسسة.

ولذلك فإنه في إطار العلاقات العامة وكما عرفنا الاتصال بأنه عملية تواصل وتوصيل للأفكار والمعلومات والحقائق من وإلى الجمهور بهدف التأثير في اتجاهاته وبذلك يتضح لنا أن وسائل الاتصال تؤثر وتتأثر بالنظام العام الذي يسود المجتمع.

كما وأكدنا في الصفحات الماضية وبيننا أفكارنا وتوجهاتنا البحثية والعلمية بأن الأتصال في العلاقات العامة هو بحد ذاته عملية يتم من خلالها إيصال المعلومات والحصول علي معلومات يكون من الضروري للأتصال أن يكون فعالاً بقصد أحداث تغيير إيجابي في المجتمع ، إذ أن الأتصال الضعيف لن يأتي بالنتيجة المرجوة والمحسوسة ولن يحقق الهدف المطلوب مما يتحتم علي المرسل معرفة ردود الأفعال الذي المرسل إليه وعدم الاكتفاء بتبليغه بالمعلومات المجردة فقط. (20. د. جردات والشامي: بدون ، ص 109).

قبل أن نستعرض وسائل الإعلام والأتصال المستخدمة في تنفيذ نشاطات العلاقات العامة لإبد من التأكيد أن وسائل الإعلام والأتصال تختلف من مؤسسة إلي أخرى تبعاً للعوامل التالية:

1. طبيعة الجمهور المطلوب الأتصال به ومستواه الفكري والثقافي والإجتماعي ومدى انتشاره.
2. نوع وطبيعة حجم الرسالة والمعلومات المراد معرفتها أو توصيلها ومدى وضوح هذه الرسالة أو تلك المعلومات.
3. الوقت المتاح أو السرعة المطلوبة في عملية الأتصال.
4. مدى أهمية وحساسية الموضوع أو المعلومات المطلوب معرفتها أو نقلها.
5. سرية أو علانية المعلومات المطلوب الحصول عليها والجهود المبذولة في ذلك والهدف من وراء نقل هذه الرسالة أو من وراء معرفة نقل هذه المعلومات.
6. التكلفة مقارنة مع الإمكانيات المتوفرة والفائدة المرجوة والهدف المطلوب.

ومن هنا فإن خبراء العلاقات العامة تناولوا في دراساتهم وسائل كثيرة ومتنوعة سواء وسائل الأتصال المطبوعة أو المسموعة أو المرئية وخاصة فيما يتعلق بجماهير المؤسسة الخارجية والداخلية ، فإن القائمين على إدارة العلاقات العامة يلجأون إلى الكتب الرسمية والمرسلات والصحف والنشرات الداخلية وإعلانات الحائط ولوائح الإعلانات الورقية والإلكترونية.

وأبرز وسائل الأتصال التي تناولها خبراء العلاقات العامة ما يلي :-

1. اللقاءات الشخصية والمناقشات المفتوحة والأتصال الهاتفي والمعارض وحفلات الاستقبال والزيارات المنظمة بقصد الإطلاع على نشاطها والندوات

والإجتماعات الرسمية ، وجميع هذه الوسائل وأن كانت توجه إلى أي فرد إلا أنها تؤثر على آرائهم وبالتالي يمكن أن تؤدي إلى زيادة فعالية وقوة الرأي العام فيستطيع هؤلاء أن يوضحوا للرأي العام مدى تقبلهم أو اقتناءهم بنشاط المؤسسة، ويقع تحت باب الاتصال المباشر وسائل الاتصال الشفهية وهي الأكثر اقناعاً وتأثيراً وتستخدم أيضاً في مواجهة الجماهير الداخلية والخارجية، وقد زادت أهميتها بعد أن تبين أهمية الاتصال الشخصي وضوح حدود وأماكنات وسائل الإعلام والاتصال الجماهيرية والاتصال الشخصي بإتاحة الفرصة للمناقشة والحوار والتوضيح من خلال عملية الاتصال حيث يعتمد الاتصال الشفهي على إمكانيات ومهارات القائم بالاتصال ، وهذه كلها مزايا توفرها وسائل الاتصال والإعلام.

هناك وسائل اتصال بالجمهور وهي تقع ضمن وسائل الاتصال الشفهية مثل الإجتماعات المشتركة بين العاملين بالمؤسسة وطريقة الباب المفتوح وجولات المسؤولين داخل أقسام المؤسسة وخلال برامج التدريب للعاملين الجدد واللجان المشتركة بين العاملين والمسؤولين، أما الجماهير الخارجية فإننا نجد وسائل اتصال شفهية مثل اجتماعات المساهمين والمستهلكين والتجار والموردين وقادة الرأي في المجتمعات المحلية والزيارات الأقسام الهيئة أو المؤسسة والاشتراك في المناسبات الإجتماعية وغيرها.(21. يوسف: بدون ، ص 186-187).

وهناك وسائل الاتصال المرئية والمسموعة فقد أصبحت أهميتها أمراً معترفاً به حيث توفر التأثير المزدوج على بصر الجماهير وسمعها ، ولقد أثبتت الأبحاث أنها تحقق قدراً من الاهتمام يزيد خمساً وعشرين مرة عن الوسائل الشفهية وتحقق درجة من التذكر تزيد خمس مرات على الوسائل المطبوعة ، وهذا الوسائل تعطي وضوحاً أكبر للرسالة وتنقلها بسرعة أكبر وبدقة أكثر ونفقات أقل،

ونجد من هذه الوسائل الصورة المتحركة والشرائح المصورة والأفلام والدوائر التلفزيونية المغلقة والمفتوحة والمعارض والنماذج المجسمة وغيرها.

والآن سنتحدث عن أبرز وسائل الاتصال العامة والخاصة وعلى النحو التالي :

وسائل الاتصال العامة :

تلجأ وسائل العلاقات العامة في ممارسة نشاطها الاتصالي إلي وسائل الاتصال الجماهيري كالصحف والمجلات الراديو والتلفزيون والسينما وكتب الثقافة العامة والمعارض والإعلانات المضيئة ، ويتوقف استخدام كل وسيلة من هذه الوسائل على عدد من المتغيرات أبرزها.

1) طبيعة الفكرة المطروحة أو الهدف الذي نسعى لتحقيقه من خلال رسالة معينة.

2) خصائص الجمهور المستهدف من حيث عاداته الاتصالية وقابليته للتأثير من خلال أسلوب معين يتحقق بشكل فعال عن طريق وسيلة معينة.

3) تكاليف استخدام الوسيلة بالنسبة لأهمية الهدف المطلوب تحقيقه.

4) أهمية عامل الزمن بالنسبة للموضوع الذي يتناوله الاتصال.

5) مزايا كل وسيلة وما تحققه من تأثير على جمهور أو جماهير المؤسسة.

ومن ناحية أخرى فقد عرفت وسائل الاتصال منذ قديم الزمان ولكنها تطورت وتنوعت مع مر السنين حتى وصلتنا بحالتها التي نعرفها اليوم ، فقد عرفت وسائل الاتصال إلي حيز الوجود بعد الاكتشافات المذهلة التي تحققت في أوربا وخاصة اكتشاف الطباعة على يد جوتنبرغ ومالحق من اكتشافات بداءاً من الآلة البخارية حتى الكهرباء والتلكس والتلفون والراديو والتلفزيون والانترنت والأقمار الصناعية

وهكذا أخذت المعلومات تصل إلى الجمهور بسهولة ويسر في جميع أنحاء العالم وتحول العالم إلى قرية صغيرة وقبل أن نتناول وسائل الاتصال لأبد من الوقوف أمام مصطلح الإعلام ، فقد تناولت مصطلح الإعلام في مؤلفات سابقة وخاصة نظريات الإعلام ، أن الإعلام مفهوم قديم وجديد فقد استعرضت في كتاب نظريات الإعلام نحو أربعة عشر تعريفاً للإعلام ، وقد انحزت إلى تعريف الفيلسوف الألماني ، ((أوتوجرت)) الذي عرف الإعلام بأنه التعبير الموضوعي عن عقلية الجماهير وروحها وميولها واتجاهاتها بعيداً عن أثار الغرائز. (22. المشاقبة: بدون ، ص11-25).

أن الإعلام هو تزويد الرأي العام أو الجماهير بالأخبار الصحيحة والصادقة التي تساعدهم على تكوين رأي عام صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشاكل ، بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم كما أشار أوتوجرت.

ويلاحظ من هذا التعريف بأن الهدف من عملية الإعلام النشر وتحقيق الإقناع شرط أن تكون هذه المعلومات والحقائق صحيحة ودقيقة وغير منقوصة بحيث أن أي نقص أو تزيف أو تحريف في صحة الحقائق لا يؤدي بالإعلام إلى تحقيق أهدافه المرجوة.

وسائل الإعلام

تعتبر وسائل الإعلام هذا أبرز وسائل الاتصال العامة وأبرز وسائل الإعلام العامة والتي لعبت دوراً حيوياً في نشر نشاطات العلاقات العامة وهي الإعلام المطبوع أو المطبوعات:

أولاً : المطبوعات : لعبت الكلمة المطبوعة أهمية كبيرة في عملية الاتصال بشكل عام والاتصال الجماهيري بشكل عام ، ورغم أنها تتطلب رأياً عاماً ذو مؤهلات فكرية وثقافية وتعليمية ومهينة ، ولكن اختيار اللغة المناسبة والبسيطة ذات الكلمات المتعارف عليها بين المجتمعات الإنسانية يذلل الصعوبات والمعوقات في عملية الاتصال.

والمطبوعات : مجموعة من أوراق صادرة عن مطبعة تعد مطبوعاً كالصحف والكتيبات والمجلات والنشرات والمطبوعات والبطاقات والجدول والكتالوج ، والملصقات ، وقليل من هذه المواد المطبوعة تصور بشكل دوري منظم وتحت الأسم نفسه.(23. الفار: بدون ، ص313).

كما وأن مفهوم مطبوعات المؤسسة أو المنشأة هي المطبوعات التي تعد من قبل الأخصائيين في هذا المجال ، والمعروف أن النشأة كلما كبرت أصدرت مطبوعات أكثر وبمستوى ممتازين من أخراج فني ، فمثلاً شركة ((فونساتتو)) الأمريكية تصدر مجلة بهذا الاسم مرة كل شهر وتشمل النشاطات الخاصة بالشركة وفروعها والأبحاث الجديدة في صناعة البتروكيماويات وكذلك تفعل الكثير من الشركات الكبيرة في العالم.

المبحث الثاني

أنشطة العلاقات العامة في تنظيم الأحداث الخاصة

وسائل الاتصال الخاصة بجهاز العلاقات العامة:-

وهذا النوع من الوسائل يكون عادة تابعة للمنظمة التي تقوم بإعدادها وتصميمها وتنفيذها ، لذلك تعمل هذه الوسائل علي تحقيق أهداف المنظمة في المقام الأول.

ولما كانت الأهداف تختلف من منظمة لأخرى ، كذلك تختلف هذه الوسائل باختلاف المنظمات التي تطبقها وما تسعى إليه من أهداف ، كذلك تختلف هذه الوسائل تبعاً لطبيعة المنظمة وما تقدمه من خدمات وأنشطة.

1- الكتيبات : (BOOKLET) (24. العوضي، وآخرون:2004م،ص 85).

تعتبر الكتيبات من وسائل الاتصال التي تعتمد علي الكلمة المكتوبة، وهي عبارة عن رسالة يزيد حجمها عن المألوف، وتعتبر صورة مصغرة من الكتاب ، وتعد بطريقة تشد الناظر إليها حتي ولو كان أمياً، وتدفعه إلي مطالعتها.

ومن هنا ينبغي ألا يزيد حجم الكتيب عن 50 صفحة، وعادة ما يتناول الكتيب أحد المواضيع بصورة مفصلة أو عدة موضوعات يكون لها علاقة بالمنظمة التي أصدرت الكتيب.

مميزات الكتيب

- قلة التكاليف وسهولة إنتاجها بصورة سريعة.
- ترك انطباع جيد لدي القراء إذا تم اختيار مادتها بعناية بحيث تسهم في تحقيق أهداف العلاقات العامة وفي تلبية حاجات المنظمة.

- يجب أن يحرر الكتيب بطريقة جذابة ومقنعة للجمهور المستهدف.
- يحتوي علي مجموعة من الصور والرسوم البيانية والخرائط.
- يراعي تصميم الغلاف الخارجي بصورة مشوقة لافتة للنظر.
- تحديد طريقة التوزيع المناسبة ضماناً للوصول للجمهور المستهدف.

2- النشرة الصحفية : (PRESS RELEASE)

تعد النشرة الصحفية المعدة من قبل إدارة العلاقات العامة الوسيلة الأساسية لإذاعة أخبار المنظمة في الصحف ، ولا يوجد هناك شكل معين للنشرة الصحفية.

العوامل التي يجب مراعاتها عند إعداد النشرة الصحفية

- لابد أن تكون هذه النشرة مطبوعة وأن تكون جملها وفقراتها قصيرة بحيث لا تزيد علي عدد معين من الكلمات (من 200-250 كلمة) ولكن قد توجد بعض الاستثناءات لهذه القاعدة ، كما ينبغي وضع اسم المنظمة وأرقام هواتف العلاقات العامة ، وان يوضح اسم المسئول عن إعداد وإصدار النشرة حتي يسهل الاتصال به من قبل الصحف والمجلات عندما تدعو الحاجة إلي ذلك.
- يجب أن ترتب هذه النشرات ترتيباً منطقياً متسلسلاً من حيث المعني والأفكار وترتيب الأحداث، بحيث لا يكون هناك تناقض في محتوياتها.
- عند الرغبة في إرسالها إلي الصحف العامة يجب أن يكون ذلك في وقت مبكر وأن يحدد تاريخ النشر، وذلك لتجنب الضغط علي الصحف وحتى لا يحدث سوء تفاهم بين إدارة العلاقات العامة وبين المسرّولين في الصحف.
- - عند اشتغال النشرة علي أكثر من صفحة يجب أن ترقم كل صفحة ، وأن يشار في الركن الأيمن من أسفل كل صفحة ملحوظة إلي أن هناك بقية،

وفي نهاية المقال أو النشرة تكتب كلمة ”تمت” في مكان بعيد عن صلب الموضوع.

- يجب علي أخصائي العلاقات العامة ألا يكتب علي المظروف كلمة ”خاص” حتي لا تهمل الرسالة في حالة عدم تسلمها للمحرر.
- ينبغي البعد عن التأنق الزائد في اللفظ وعن الحشو الممل الذي لا فائدة منه، وذلك لسهولة فهم الرسالة الصحفية.
- أن يكون أخصائي العلاقات العامة علي استعداد تام للإجابة علي أسئلة الصحفيين ومدّهم بالمعلومات التي يحتاجون إليها.
- يجب الحرص علي إقامة علاقات جيدة مع الصحفيين.

صفات النشرات الصحفية

1- الاختصار: فالمحررون في الصحف المحلية يتلقون أسبوعياً مئات النشرات الصحفية، ولكن اختيارهم يقع علي النشرات التي تمت صياغتها بأسلوب مباشر ومختصر.

2- الصياغة الصحيحة: نص النشرة يجب أن يكون مصاغاً بطريقة صحيحة ، كأن تكون أفكاره متناسقة ومتسلسلة بطريقة منطقية ، وخالية من الأخطاء الإملائية.

3- الواقعية: بمعنى أن يكون الموضوع الذي تكتب عنه يتصل بحدث ويستجيب للأحداث التي تجري علي أرض الواقع.

4- الإفادة: بالإضافة إلي دورها الإعلامي يجب أن تصاغ النشرة بطريقة تجعل لها دوراً تثقيفياً وتعريفياً ، فالنشرة الناجحة هي النشرة التي تفيد القارئ ليس فقط للتعرف علي نشاط ما وحسب، بل أيضاً مادة مفيدة للقارئ .

3- الملصقات : (STICKERS)

وهي عبارة عن مجموعة من الرموز والأشكال والإشارات والعبارات ذات الدلالة المحددة، والتي تستخدمها العديد من المنظمات لتمييز منتجاتها عن المنتجات المشابهة والمنافسة.

وتكون علي شكل لوحات مصورة علي صحائف كبيرة من الورق تلتصق داخل إطارات خشبية أو معدنية وتعلق علي قوائم خاصة بذلك أو علي جدران أو علي جوانب الطريق أو المعارض . . .، وتعتمد في مشاهدتها علي الضوء الصناعي الذي يتخلل بعضها للمشاهدة الليلية.

أنواع الملصقات

- 1- **ملصقات ورقية كبيرة الحجم:** وهذه تلتصق بعد طبعها أو رسمها علي لوحات خشبية معدة لذلك، وهذه يمكن أن تتغير بسهولة كل فترة زمنية.
- 2- **لوحات مصنوعة من المعادن والخشب والزجاج:** ويتم وضع الرسالة الإعلامية في داخلها، وهي تعتبر رسالة مستمرة طويلة الأجل.
- 3- **لافتات** تكتب علي القماش وتوضع في الشوارع أو علي أبواب المنشآت في المناسبات المختلفة.

4- مجلة المنظمة : (ORGANIZATION GAZETTE)

تعتبر مجلة المنظمة صورة مصغرة من المجالات العامة، حيث أنها تحتوي علي معلومات وبيانات وحقائق تتعلق بطبيعة العمل ومشكلاته وبالعاملين وإسهاماتهم المختلفة لتحقيق الأهداف.

5- الإنترنت : (INTERNET) (25. العوضي ، وآخرون:مرجع سابق).

يعتبر الإنترنت من أحدث وسائل الاتصال المقروءة وهي وسيلة مهمة يجب علي العلاقات العامة أن تعد رسالتها بعناية فائقة ، لأنها تعتبر وسيلة محلية وعالمية ، ويجب أن يحدد مضمونها وهدفها وأن تكون رسالة ومختصرة ومفيدة وشاملة للمعلومات كلها التي تريد أن توصلها العلاقات العامة إلي الجماهير المستهدفة.

موقع المنظمة –

يجب علي إدارة العلاقات العامة العمل علي تصميم موقع المنظمة داخل شبكة الإنترنت ويتم الإعلان عن عنوان هذه المواقع ليتيح الفرصة أمام الجماهير المختلفة لزيارته والاطلاع علي ما فيه من معلومات وبيانات وأخبار عن المنظمة وخدماتها ، حيث يعتبر دليل للزائر يمكن من خلاله الاطلاع علي كل ما يتعلق بالمنظمة وأهدافها وسياستها ومنتجاتها.

وتقدم شبكة الإنترنت خدمات كثيرة لمستخدمي هذه الشبكة

– **البريد الالكتروني:** وهو عبارة عن صندوق بريد يمكن من خلاله إرسال واستقبال الرسائل الالكترونية من جهاز كمبيوتر لآخر ضمن شبكة الإنترنت، وقد تشمل هذه الرسائل إعلانات أو نشرات أو معلومات أو أخبار معينة ، ويجب علي أخصائي العلاقات العامة الإلمام بكيفية استخدام البريد الالكتروني، واستخدامه في إرسال واستقبال الرسائل المختلفة بين المنظمة وجماهيرها المختلفة.

2- المحادثات: تتيح شبكة الإنترنت للمشارك بها الفرصة لمحادثة أي مشترك

آخر ، ويمكن أن تكون هذه المحادثة كتابية أو صوتية أو مرئية.

3- تبادل المعلومات الالكترونية: حيث تتيح خدمات الإنترنت للمشارك الفرصة لتبادل المعلومات الموجودة بجهاز كمبيوتر آخر ضمن الشبكة ، ولكن يتم ذلك بناء علي قواعد وقوانين وبروتوكول خاص بشبكة الإنترنت.

4- بناء موقع خاص بالمنظمة: تتيح شبكة الإنترنت للمنظمات والأفراد الفرصة لبناء مواقع خاصة بهم، يتم إعداده وتصميمه علي أيدي متخصصين ، حيث يتضمن ماهية المنظمة وتاريخها ونشاطها وتطورها وخدماتها وكيفية الاتصال بها والاستفادة من خدماتها باستخدام خدمة الإنترنت،

مميزاتها وعيوبها

من أهم ما يميز هذه الخدمة وجود الصوت والصورة المتحركة والفيديو والمجسمات ، التي تستدعي اهتمام المشترك بهذه الخدمة وتجذب انتباهه إلي المنظمة.

ولكن يعاب علي هذه الخدمة أنها باهظة التكاليف ، علاوة علي قلة عدد المشتركين بهذه الخدمة وخاصة في الدول النامية.

وهناك مجموعة من الخطوات التي يمكن اتباعها لجذب الجمهور عبر الإنترنت:

1- تحديد وتوضيح الموضوع ذو الصلة الوثيقة بين المنظمة والجمهور.

2- معرفة نوعية وخصائص الجمهور المستهدف، بحيث يتم تحديد الجماهير الواعية والنشيطة والكاملة .

3- تحديد شكل الوجود المناسب علي الإنترنت ، سواء كان ذلك من خلال تقديم المحتوى أو من خلال التصفح أو من خلال معرفة المشاكل التي سيعمل علي حلها الموقع أو من خلال معرفة المنافع التي سيحصل عليها من هذا الموقع.

4- تحديد الوسيلة المناسبة أو الاستجابة إلي احتياجات الزائرين لموقع المنظمة علي شبكة الإنترنت.

5- توفير إمكانية الوصول إلي المعلومات والمعرفة من داخل المنظمة وإدراجها علي موقع المنظمة علي شبكة الإنترنت، وذلك للوفاء بالاحتياجات الخاصة بالجمهور المستهدفة، ويمكن الحصول علي هذه المعلومات من الأفراد داخل المنظمة أو من المصادر الموجودة علي شبكة الإنترنت أو خارجها.

6- عند توافر المعلومات يجب تحديد القضايا التي تتفاعل مع مختلف جماهير المنظمة المستفيدة من العرض علي الإنترنت، وأيضاً تحديد الوسائل المستخدمة مثل وسائل الإعلام الإخبارية .

7- تنمية المهارات والخبرات في التعامل مع الإنترنت ، ومحاولة تطوير المحتوى والتأثير علي قنوات الاتصال ذات الصلة ، ويمكن أن يتم ذلك من خلال عمليات داخلية أو عن طريق الاستعانة بمستشارين خارجيين.

8- تقييم الخطة أو المبدأ الخاص بالتأثير علي السمعة والذي ينشأ عن :

- الانكشاف المترتب للمعلومات (تسرب المعلومات خارج المنظمة).
- الإتاحة الناتجة للمعلومات(المعلومات التي يتم إتاحتها بشكل مخطط عن المنظمة).
- انتقال المعلومات من شخص إلي شخص(الطريقة التي يعبر بها جمهور الإنترنت عن المعلومات المتاحة له، ثم عرض رؤيتهم عن المناقشة وإبداء الرأي علي الإنترنت).

9- تقييم العائد علي رأس المال(مثل هل ستؤدي إتاحة المعلومات إلي إيجاد خفض في التكلفة؟).

10- المتابعة لضمان عدم وجود أخطاء في النظام ولضمان عدم وجود أي تأثيرات أخرى مضادة قد تؤثر علي سمعة المنظمة وعلاقاتها.

11- استعراض الفرص المتاحة والنتائج المترتبة عليها، وذلك لمعرفة هل أحد الإجراءات سيؤدي إلي إيجاد فرصة أخرى ويجذب انتباه المزيد من الجماهير ، ويعطي مصداقية للمنظمة ويزيد من الفوائد؟.

12- تحديد الفرص بهدف تعزيز إتاحة المعلومات ومنح الموقع المزيد من المعلومات والشفافية والمصداقية ، فمثلاً يمكن لأحد الأندية أن يقدم التعليقات خلال المباريات أو لقاءات مع اللاعبين وغيرها من الأمور الأخرى.

13- رفع كفاءة الموقع عن طريق توفير الشعارات الخاصة بالماركات المسجلة الشهيرة ولقطات الأفلام وغيرها.

بعض التحذيرات والتوجيهات عند استخدام شبكة الإنترنت:

1. علي من يستخدم الإنترنت أن يكون مهذباً وأن يعرض رأيه بكياسة.
2. إذا حدث سوء فهم لابد من الاعتذار وتأكيد أن الذين يغضبون بسرعة يتسامحون بسرعة.
3. عدم التسرع، وهذا يعني الإعداد الجيد للمادة قبل عرضها.
4. احترام القيم السائدة واحترام أهل الخبرة والرأي.
5. أن يستخدم نظام الكتابة العادي ، وأن يفصل بين الفقرات بسطر خالي.
6. الالتزام بالأمانة في العرض.

إدارة الموضوعات المتعلقة بالمنظمة عبر شبكة الإنترنت

- 1- ليس مهماً أن يكون هدف مسئول العلاقات العامة هو منع وقوع أو وجود مشكلة معينة بين مستخدمي الإنترنت، وإنما يكفي أن يكون الهدف هو تغيير هذه المشاكل.
- 2- كمية المعلومات التي تعطي لجمهور الإنترنت لها أثر طيب في تكوين علاقة جيدة مع هذا الجمهور، ويتم ذلك من خلال معرفة القضايا والمشكلات ذات الصلة الوثيقة بالجمهور، ومن خلال معرفة الجمهور المستهدف.
- 3- يجب التأكد أنه من دون التقييم جداً لطبيعة الجمهور علي الشبكة يمكن أن تكون عملية تطوير الاستجابة مجرد خطر داهم.
- 4- في كل الأحوال يجب علي مسئول العلاقات العامة التحقق من العائد علي رأس المال حتي يتأكد من أنه لن تلحق استجابته أي مشكلة بسمعة المؤسسة.

التحديث المستمر للموقع علي الإنترنت

1. تقدير التكاليف مقابل الفوائد الناتجة عن الإدراج اليومي أو الأسبوعي أو الشهري لمحتوي جديد علي الموقع.
2. تحديد من هو المسئول عن تحديث الموقع.
3. تحديد التحديثات التي يمكن عملها يدوياً والتي تتم آلياً.
4. البحث عن برنامج يعمل علي تيسير عملية التحديث بالنسبة لغير المبرمجين في المنظمة.
5. تحديد جدولاً زمنياً لصيانة الموقع والالتزام به.
6. إخبار زائري الموقع بكل ما هو حديث عن الموقع.

البحث الثالث

العلاقات العامة في السودان

العلاقات العامة في الدول النامية:

لقد اتسم القرن العشرين بزيادة أعباء الحكومات وارتباط الفرد بحكومته ارتباطاً وثيقاً وبسبب اتساع خدمات الدولة نحو مواطنيها فقد أصبحت تسمى بدولة الخدمات الرفاهية ، وهي من هذا المنحنى أصبحت لا تشابه الدولة في القرن التاسع والتي كانت فلسفتها تأمين الأمن الداخلي والخارجي وعدم التدخل في شؤون الأفراد إلا لدى الضرورة.

ولكن بازدياد توقعات المواطنين وطموحاتهم فقد تحملت حكومة العصر الحاضر تبعات التنمية والتطور من أجل الصالح العام ، واستتبع هذا التوسع في الخدمات قيام اجهزة تنفيذية تنموية خدمية كبيرة ومتنوعة تتمثل في الوزارات المركزية ووحدات خدمية على مستوى الإقليم ، ولقد أدى هذا التوسع في الخدمات التعليمية والصحية والزراعية والتنموية بشكل عام إلى كثرة القوانين والأقسام الإدارية والتخصصات الفنية الدقيقة في المكاتب الحكومية وتوزيع العمل فيما بينها، مما أثار مشاكل التعطيل والتأخير في تقديم الخدمات للمواطن ، وأصبح المواطن في حاجة إلى مساعدة ليفهم تلك القوانين والإجراءات المكتبية لكي يتجاوب معها ، وأصبحت الحكومات من الجانب الآخر في حاجة إلى كسب تعاون المواطن ومشاركتهم في برامج التنمية القومية والمجتمعية.

ومن هنا ظهرت العلاقات العامة كنشاط إعلامي هادف يرمي إلى ربط الحكومة بالمواطن والمواطن بحكومته فالحكومة تريد أن تعلم الجمهور بسياساتها وخططها الإجتماعية والاقتصادية والسياسية ليقنتع بها ويتعاون معها في تحقيقها ،

والجمهور يريد أن يعرف ما تفعله حكوماته وهيئاتها ومؤسساتها المختلفة من أجله، ويريد أن يطمئن إلى كفاءة تلك الأجهزة وإلى أن ضرائبه التي تجبى قد استخدمت من أجل الصالح العام استخداماً سليماً يتسم بالعدالة والمعقولية ، ويريد أن يوصل إلى أجهزتها آراءه وأفكاره الرامية إلى تحسين الخدمة وتطويرها. (26. أبو سن: (1986م ، ص 274-275).

والعلاقات العامة في الدول العربية الإسلامية وفي الدول النامية بصفة عامة حديثة التكوين، فقد بدأت متواضعة في عهود الاستعمار السياسي استقطاباً لتأييد الجماهير المستعمرة لمجهوداتها الحربية والمشاركة الفعلية في جيوشها المحاربة، فسعت إلى الاتصال بالجماهير بمختلف وسائل الإعلام لكسب ثقتهم وإقناعهم بسياساتها، فاستخدمت زعماء العشائر والموظفين والمنشورات كوسائل اتصالية مباشرة وفعالة مع الجماهير، ذلك أن الإذاعات والصحف لم تظهر بعد كاجهزة إعلامية، وبعد الحرب العالمية الثانية بدأت حكومات الاستعمار في إنشاء مكاتب للاتصال العام تتكون من صحيفة يومية صغيرة أو من إعلام إذاعي يهدف إلى إبراز نشاط الحكومة ، ولقد كان اتصالاً من جانب واحد - هو جانب الحكومة فقط.

فلم تكن الحكومة تهتم كثيراً إلى ما يقوله الناس ، ولذلك لم تهتم إلى معرفة رجع الصدى ورد الفعل لما تقوم به من اتصال ، إلا إذا اشتد ضغط الناس وأصبح عارماً ، واتخذ شكلاً سياسياً جماعياً - كالإضراب والتخريب والاحتجاج الجماعي العنيف، عندئذ تهتم الحكومة المستعمرة بتغيير الأحوال بما يهدئ خواطر المواطنين ويعيد الموقف إلى طبيعته.

والعلاقات العامة نشاط إجتماعي يعتمد إلى حد كبير على الكلمة المقروءة والكلمة المسموعة ، وبما أن شعوب الدول النامية بدأت كشعوب مهملة ولم تطور

حكوماتها المستعمرة التعليم إلا بالقدر المحسوب الذي يخرج العدد الضروري من الموظفين والمعلمين، فقد ظلت الشعوب تركز في الجهل والامية ، وبالتالي لم يتطور الوعي الإجتماعي والسياسي بين الجماهير ولم تظهر الحاجة إلى إعلام الناس إلا بعد فتح المدارس والمعاهد وخروج الرعيل الأول من الوطنيين الذين نشروا الوعي بين صفوف الجماهير وأفهموها حقوقها السياسية والاجتماعية وجعلوها تطالب بها حكوماتها.(27.عجوة:2001م ، ص 16-162).

ولما مسكت ذمام الأمر حكومات وطنية فقد بادرت بتحمل مسؤولياتها الاجتماعية والاقتصادية نحو الجماهير، وبدأت تواجه ما يسمى بثورة التوقعات والتطلعات من جانب الجماهير ولا شك أن الإعلام العالمي سام كثيراً في نقل صورة هذه الحضارة والتقدم بالدول في الصناعة إلى جماهير الدول النامية الفقيرة، مما جعل هذه الجماهير تطمع في أن تختزل حكوماتها الزمن فتقدم لهم نفس مضمون التقدم ومظاهرة التي يرونها ويسمعون بها ونشأت فجوة كبرى بين التطلعات الجماهيرية وبين إمكانيات الدول الفقيرة المادية البشرية ، ووضع هذا الأمر عبئاً إعلامياً على الحكومات أساسه أن تقنع الجماهير بأنها غير قادرة على تنفيذ كل شئ مرة واحدة ، وأنها يتعين عليها أن تضع أسبقيات وأولويات للتنمية، وأصبح لزاماً عليها أن تقنع الجماهير بالصبر وتحمل المعاناة فترة من الزمن حتى تبلغ هذه الدول مرحلة الاستقلال الاقتصادي والاعتماد على النفس بعد التخلص من الرذيلة الاقتصادية للدول المستعمرة الصناعية والرأسمالية، ونسبة لضيق إمكانيات القطاع الخاص المادية الرأسمالية فلم يتمكن من المساهمة الفعالة في مشاريع التنمية القومية الأمر الذي زاد العبء على عاتق الحكومات في هذا المجال، وجعلها المحرك الأساسي والرئيسي للاقتصاد القومي والتنمية الحكومية والتغيير الاجتماعي وإلى اتساع النشاط الحكومي وتوليه للدور القيادي في التنمية،

وتوفر الحاجات للمواطنين يجعل الحديث عن برنامج العلاقات العامة في الدول النامية يعني حقيقة العامة في الحكومة وما يتبعها من مؤسسات خدمية وإنتاجية. (28. مفلح: 2000م ، ص 51).

إذا نحن أمام نوعين من العلاقات العامة :

أحدهم هو العلاقات العامة على النطاق القومي والذي يهدف إلى تقوية التفاهم بين الحكومة ومواطنيها ويعرفهم بأهدافهم وأغراض سياساتها وبرامجها ، ونوع آخر هو الذي تقوم به كل مؤسسة حكومية على حدة ، ويهدف إلى ربط المؤسسة ببيئتها الاجتماعية التي تستمد منها الحياة والاستمرارية.

مسؤوليات العلاقات العامة الحكومية في الدول النامية :

1. تهيئة الأذهان المفهوم القومي للتنمية بأبعادها الشاملة ، والتوضيحات التي تتطلب من الجماهير مقابل تحقيق أهداف معينه.
2. إقناع الجماهير بالتشريعات والإصلاحات الجديدة التي تملئها احتياجات المجتمع المتغيرة.
3. إعلام المواطنين بالإنجازات والمشروعات الناجحة التي تحققها الحكومة وتوضيح آثار هذه المشروعات على الخطة الشاملة.
4. التعرف على آراء الجماهير واتجاهاتها إزاء السياسات والبرامج المختلفة التي تصدر عن الحكومة ونقل صورة صادقة عن هذه الاتجاهات إلى المسؤولين.
5. تقديم المعلومات الوافية لرجال الإعلام عن خطط الحكومة وسياساتها حتى يتمكنوا من القيام بدورهم في توجيه الرأي العام ومواجهة الدعاية المضادة.

6. تبديد الشكوك والقضاة على حملات الهمس والشائعات التي يبثها أعداء النظام بهدف التشكيك في قدرته أو صدقه في تنفيذ برامجهِ وتحصين الجماهير ضد هذه الحملات المعايذة.
7. العمل على إزالة أسباب الصراع الداخلي بين أبناء الدولة ، ودعم الوحدة الوطنية ، وتأكيد الشعور بالانتماء القومي عند الجميع.
8. التعرف على أخطاء المسؤولين ومواجهتهم بها وتقديم النصح إليهم لكي يكونوا نماذج طيبة تقتدي بها الجماهير، وهذا يتطلب أن تتحمل القيادات نصيبها من التضحيات التي تطالب بها المواطنين.
9. تهيئة الجماهير للتغيرات التي ستحدث، وتفسير هذه التغيرات ومساعدة الجماهير على فهمها، والتكيف معها، والعمل على تحقيق التوتر والقلق الناتج عن الاحتكاك بين الاتجاهات التقليدية السائدة في المجتمع والاتجاهات العالمية الحديثة.
10. التنبؤ بالمشكلات التي يتوقع حدوثها ورسم الخطط والبرامج التي تؤدي إلى التغلب عليها ومواجهتها في مهدها بالتعاون مع الأجهزة القائمة باتخاذ القرارات السياسية أو التنفيذية.
- فعلى الرغم من أن نشاط العلاقات العامة قد بدأ يمارس في السودان منذ النصف الأول من القرن العشرين بواسطة الشركات الأجنبية التي دخلت البلاد مع المستعمر إلا أن نشاط العلاقات العامة في الخدمة المدنية السودانية ظل غير معروف طيلة فترة الاستعمار، ولعل السبب في ذلك يعود بالدرجة الأولى إلى عدم رغبة المستعمر في إدخال العلاقات العامة في الخدمة المدنية، باعتبار أن العلاقات العامة تسعى إلى الربط بين جمهور العاملين وتوحيد إرادتهم وآرائهم ، وهذا ما لا

يفضله المستعمر الذي يفضل سياسة التفرقة بين كافة قطاعات الجماهير السودانية، ولذلك لم يهتم المستعمر بإنشاء أقسام العلاقات العامة في مؤسسات الخدمة المدنية وعقب رحيل الاستعمار ومع تطور أجهزة الخدمة المدنية، وإحساس الإداريين والمسؤولين في قطاعاتها المختلفة بالحاجة إلى توصيل المعلومات للجماهير وتمليكها الحقائق، ظهرت في المؤسسات الخدمة المدنية بعض المسميات في شكل وظائف تقابل مصطلح العلاقات العامة في الوقت الحاضر، ومن هذه المسميات إدارة الشؤون العامة، و الإعلام، والسكرتير الصحفي والسكرتير الإعلامي..... الخ، وكانت هذه الوظائف تلحق في معظم الأحيان ببعض الإدارات مثل مكاتب الوزراء ومكاتب مدراء المؤسسات وكذلك إدارة المشتريات والمبيعات بهذه المؤسسات ويعتبر تلفزيون السودان أول من انشأ وحدة العلاقات العامة في يناير 1968م. (29. صالح: 2000م، ص47).

وفي أواخر يناير 1976م تمت اتصالات ومشاورات بين العاملين في مجال العلاقات العامة بشأن مستقبل تلك المهنة وكيفية تطويرها واتفق الجميع علي إنشاء جمعية العلاقات العامة السودانية، وتمكنوا من تسجيل الجمعية وانتخاب اللجنة التنفيذية، ووضع دستور لها، وكان على رأسها آنذاك رائد العلاقات العامة السودانية الأستاذ/جعفر حامد البشير، الشاعر والصحفي المعروف، عمل هو ورفاقه في حماس شديد وإخلاص، للتعرف بأهداف وأغراض الجمعية وإلقاء الضوء على أهمية مفهوم العلاقات العامة، وعلى اختصاصات ومهام وظيفة العلاقات العامة، وفي عام 1978م اتصل أعضاء مجلس المكتب التنفيذي لجمعية العلاقات العامة بلجنة ترتيب وتقويم الوظائف وقدموا شرحاً وافياً لواجبات العلاقات العامة السودانية في تذليل الصعوبات وحل المشاكل المتعلقة بالمهنة، إلى أن ولد اتحاد العلاقات العامة، وبذل أعضاء الاتحاد جهداً مكثفاً في التعريف

بمفهوم العلاقات العامة وأهميتها وإحداث أساليب ممارستها عن طريق المقالات الصحفية والبرامج واللقاءات الإذاعية والتلفزيونية لأجل استقطاب الرأي العام واهتمام المسؤولين. (30. موسى: 2005م ، ص 108-109).

فإن أداء أقسام العلاقات العامة في المؤسسات الخاصة في السودان قد أصبح مؤثراً في أنشطة هذه المؤسسات منذ أواخر التسعينات من القرن العشرين، ولعل من أمثلة المؤسسات الخاصة التي كان أداء العلاقات العامة واضحاً فيها ، الشركة السودانية للاتصالات ((سوداتل)) وهي شركة خدمات تحولت من القطاع العام إلى الخاص، فقد كان أداء العلاقات العامة في هذه الشركة واضحاً وإنجازاتها عظيمة جداً، ولعل أول موضوع تم التركيز عليه من قبل العلاقات العامة في هذه الشركة هو عملية طرح شعارات (سوداتل الطائر الذي لا يهدأ) ، وقد كان نجاح العلاقات العامة في الترويجي لمثل هذه الشعارات له دور كبير في انطلاق الشركة مما نتج عنه تفرع أقسام داخل الشركة وكلها يتكامل جهدها مع جهد العلاقات العامة بالشركة وكل قسم من هذه الأقسام تخصص مجال معين، ولعل أهم هذه الأقسام: (31. عبدالغني وآخرون: 2001م ص124).

1. قسم الإعلام : وهو يختص بالنشر و إصدار المطبوعات والكتيبات.
2. قسم الترويج : ويختص بالترويج للمشروعات الجديدة في الشركة.
3. قسم ثقافة الشركة : وهو يختص بالعمل الداخلي للشركة وتدريب العاملين فيها.
4. قسم خدمات المشتركين : وهو يختص بتدريب العاملين على طريقة التعامل مع المشتركين.

الصعوبات والمشاكل التي تواجه العلاقات العامة في السودان :

- 1 مفهوم العلاقات العامة غير واضح وما يزال المفهوم التقليدي للعلاقات العامة يسيطر على ممارستها لوظائف هامشية.
- 2 التهميش للعلاقات العامة في موقعها الإداري وعند تبعيتها للإدارة العليا وأن وجدت فهي تبعية صورية.
- 3 نظرة الإدارة العليا للعلاقات العليا قاصرة ولا تخطى بدعم منها.
- 4 أهداف العلاقات العامة غير محددة ويتركز عملها في عمليات الاتصال والإعلام الخارجي.
- 5 الاتجاه بالاهتمام بالجمهور الخارجي وعدم الاهتمام بالجمهور الداخلي.
- 6 عدم الاهتمام ببحوث ودراسات الرأي العام رغم أهميتها.
- 7 تداخل مهام واختصاصات العلاقات العامة مع الإدارات الأخرى وقيامها بأعمال لا تمت إلى اختصاصاتها بصلة.
- 8 لا تهتم العلاقات العامة بتقديم أنشطتها لتلافي أخطاؤها والعمل علي تصحيحها ومعرفة مدى نجاح عملها.
- 9 نقص المخصصات المالية للقيام بأنشطتها وعمل غير المتخصصين بها.

أولا تقويم وضعية العلاقات العامة بالسودان :

المداخل التي تعتمد عليها الدولة في تقويم وضعية العلاقات العامة بالسودان حتى تلعب دورها علي أساس دور رائد يتبقى أن تلعبه الدولة علي مستوى أجهزتها الحكومية أو شركاتها العامة وتتمثل أهم هذه المداخل في الآتي : (32. فضل الله: 2004م، ص 304-305).

1 - السعى لتكوين جهاز يتولى مسؤولية العلاقات العامة على مستوى الدولة بهدف تنظيم نشاطها ورعايتها والإطلاع بمسؤوليات تطويرها من خلال الاشراف علي تدعيم وتطوير أجهزة العلاقات العامة في كافة المرافق وتقوية قدرتها التنسيقية.

2 - أن يتولى هذا الجهاز مع الأجهزة الطوعية للعلاقات العامة مثل الاتحاد السوداني للعلاقات العامة ورعاية جهود إقرار دستور يحدد قواعد وأخلاقيات مهنة العلاقات العامة يلتزم بها جميع العاملين في هذا المجال.

3 - تشجيع جهود البحث العلمي في مجال العلاقات العامة وتوفير احتياجاته المادية والمعنوية بما يسهم في تنمية وترشيد ممارسة العلاقات العامة.

4 - إنفاذ خطة متكاملة علي صعيد الدولة لتدريب وتأهيل العاملين في العلاقات العامة في جميع مجالات أنشطتها.

ويقترح البعض عدة حلول لمشكلات العلاقات العامة الآتي (33. خلف الله: (2000م، ص 32).

1 أن يكون خريجاً من جامعة، أو له خبرة في مجال العمل الإعلامي.

2 أن يكون خريج كلية إعلام تخصص علاقات عامة.

3 أن يجيد اللغتين العربية والانجليزية مع معرفة الترجمة.

4 اللباقة والذكاء في التعامل وكيفية توصيل المعلومة بصورة جيدة وصحيحة ومقبولة.

ثانياً في مجال التنظيم الإداري :

أن يكون العدد مناسباً في كل إدارات العلاقات العامة وأن يكون هناك وضوح وظيفي في الهيكل التنظيمي بالنسبة للعلاقات العامة ويجب أن يكون موقع العلاقات العامة متصلاً بالمدير العام والمسؤول الأول حيث يحقق ذلك عملية الاتصال الهابط أو الصاعد والأفقي.

ثالثاً في مجال الإدارة العليا والتمويل :

ارتبط الحل المناسب للعلاقات العامة في معوقاتهما المالية بعدم التنظيم من قبل الإدارة العليا حيث أن تمويل العناصر الخاصة بالإدارة من تخطيط وتنظيم ومراقبة وتوجيه جميعها تقع علي عاتق الإدارة العليا ، وكل عنصر من هذه العناصر يتطلب التمويل اللازم له الذي بدوره يحل مشكلة العلاقات العامة في تحسين الإنتاج فتقوم العلاقات العامة بإيجاد المال من الإدارة العليا لتحقيق كل أهداف المؤسسة. (34. الشيخ: (79-1999م ص25).

رابعاً في مجال التدريب والبحوث :

يتمثل في تأهيل القوة البشرية وتدريبها داخلياً وخارجياً حتى تواكب التطورات التكنولوجية الحديثة، بالمواكبة لا تأتي بالتدريب المستمر حيث يأتي كل يوم جديد بتطور حديث ووسائل اتصالية جديدة ومن هنا تأتي أهمية التدريب كما تأتي أهمية البحوث في صناعة القرار فجمع المعلومات وحده لا يكفي إذ لابد من تحليلها علمياً وبمنهجية علمية صحيحة للتوصل إلي نتائج علمية تبني عليها القرارات المستقبلية.

العلاقات السودانية الدولية :

العلاقات العامة بين الدول تقوم علي أساس التفاهم والتبادل المصالح بصورة عامة، وقد أتاح شيوع الاتصال وانتشار وسائله المتعددة عدداً من الوظائف علي صعيد المجتمع الدولي، وأكثر هذه الظواهر التفاهم الدولي بين الشعوب تقارباً أو تباعداً ولم تكن تلك الظاهرة وفقاً علي متغيرات العلاقات السياسية الدولية علي المستوى الرسمي بل يتسع مفهوم العلاقات العامة ليشمل كافة الأنشطة الاتصالية التي تعبر الحدود من دولة إلي أخرى وتأخذ طريقها إلي

الشعوب مكونة صورة قومية تكاملية فيما بين الشعوب ((مجالس الصداقة الشعبية مثلاً))، وإذا كانت العلاقات العامة داخل أي منشأة أو مؤسسة عادية تتولي مسؤولية بناء وتحسين صورة تلك المنظمة بالاشتراك مع الإداريين والعاملين بها ، فإن الحكومة في أي دولة تقوم بذات الدور بمساعدة وسائل الاتصال الجماهيرية في تلك الدولة بالتعاون مع البعثات الدبلوماسية والتعليمية والتجارية والاقتصادية ، كل ذلك يتم بمساعدة وكالات العلاقات العامة الدولية وتعاون أجهزة الدولة الإعلامية. (35. العوض: (1989م، ص78).

ويقع السودان في الجزء الشمال الشرقي من إفريقيا، وهو يمثل منطقة انتقال طبيعية وحضارية بين إفريقيا شمال الصحراء وإفريقيا جنوب الصحراء. كما أن صلات السودان بالعالم الخارجي قديمة، فهو لم يعرف الدبلوماسية والاتصال بالعالم اليوم بل عرفها منذ زمن بعيد، حيث كان يستقبل في بلاطة الممالك القديمة، وإبان العهد السناري أرسل الأمراء والملوك وبعث الوفود والرسول إلي بلاد المجاورة فقد أقدم العصور على اتصال بالعالم الخارجي ولم يكن معزولاً عما حوله من الأمم والشعوب، وعندما يخطط السودان لأمنه القومي في مستواه الدولي يهتدي بالسياسات الخارجية التي تحقق المنفعة الوطنية فالدول تسعى في كثير من الأحيان إلي تحقيق أهدافها القومية عبر التجمعات الإقليمية والدولية الهادفة، أي الوفاق بدلاً من التصادم، وتسعي بجهودها بأن تكون مؤثرة في السياسة الدولية، وذلك لتفادي المخاطر والنزاعات والحروب فتكرس جهودها للتنمية والتعاون كركيزة للأمن القومي والعالمي. (36. عبدالرحيم و راغب: (1992م ص 43).

ويعد الإعلام الدولي وسيلة فعالة من وسائل السياسة الخارجية للدول، إذ أنه يسعى لتحقيق أهداف السياسات الخارجية من خلال المؤسسات الإعلامية المؤكل إليها ممارسة الإعلام، كما قد يتم تشكيل مباشر أو غير مباشر من خلال وكالات الأنباء الدولية والصحف والإذاعات المسموعة والمرئية واسعة الانتشار، وتزداد أهمية الإعلام الدولي كوسيلة من وسائل السياسة الخارجية بالنسبة للدول الكبرى كالولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا وغيرها، حيث تتزايد مصالح هذه الدول علي المستوى الدولي ، ويزيد دورها في السياسة الدولية، إذا فإنها تعمل جاهدة علي تقوية الوسائل المختلفة لسياستها الخارجية وفي مقدمتها وسائل الإعلام من أجل تحقيق مصالحها وتوسيع دائرة نفوذها وتعزيز وتقوية دورها السياسي علي الصعيد الدولي.(37. الجوهري:1971م، ص 343).

وهناك أهمية قصوى لوجود ملحق إعلامي بكل سفارة عربية في الدول الأجنبية يستطيع أن يعد النشرات والبيانات والكتابة في الصحف وتقديم الأحاديث الإذاعية وإقامة الحفلات وخاصة في المناسبات القومية والإشراف علي إقامة المعارض الفنية ودعوة الكتاب والمفكرين والشعراء العرب لتقديم الندوات والمحاضرات في البلاد التي توجد بها هذه السفارات ، ودعوة كبار الكتاب والمفكرين الغربيين لزيارة العواصم العربية وإلقاء المحاضرات في جامعاتها وإقامة العلاقات بينهم وبين نظرائهم العرب، كما يجب التأكيد علي أهمية التنسيق بين السفارات العربية في العواصم الأجنبية للاسم السياسات الإعلامية المشتركة والاتفاق علي المنطلقات الإعلامية التي تؤكد علي سلامة هذه المنطلقات وقوتها وعدم وقوعها في التناقض، وأهمية الأحاديث الصحفية التي يجب علي السفراء الإدلاء بها للصحف المحلية في العواصم التي يتواجدون فيها وذلك في مختلف المناسبات ولتوضيح الحقائق حول المواضيع المثارة سياسياً فيما يخص الأمة

العربية بالإضافة إلي إلقاء المحاضرات في الجامعات والمعاهد والمحافل المختلفة في العواصم التي يتواجدون فيها. (38، مجلس الوزراء: (1990م ، ص320).

فمسئولية رسم سياسات العلاقات الدولية السودانية تقع في دائرة الحقائق الوزارية التي تتولاها الدبلوماسية الرسمية ((وزارة الخارجية)) والبعثات الدبلوماسية والقنصليات العسكرية والأمنية، وتتمثل هذه مجتمعة في رسم سياسة السودان الخارجية، وهي تقوم بضبط وتنسيق التحرك الخارجي السياسي والفني بكافة أجهزة الدولة داخلياً وخارجياً ووزارة الخارجية تعتبر المستشار الأول لتطوير وبناء العلاقات الخارجية وأداة التنفيذ الرئيسية الدبلوماسية الرسمية والتي تعمل في إطارين هما. (39. معهد الإدارة العامة: (1992م ص 18).

الإطار الثنائي بين السودان والدول الأخرى والإطار متعدد الأطراف والذي يتمثل في علاقات السودان مع المنظمات والتجمعات الدولية ومؤسسات التمويل العالمية والقطرية كالأمم المتحدة والجامعة العربية ومنظمة الوحدة الإفريقية ومنظمة المؤتمر الإسلامي والبنك الدولي وصندوق النقد والسوق الأوروبية، كما يجب الإشارة إلي قضايا حقوق الإنسان مع مجلس الأمن. (40. حسين،: (1996م ، ص 89).

ولكي تتصدي الدبلوماسية لمخاطر السياسة الدولية التي تواجه السودان لأبد أن تتوخي الحذر وعدم تخطي الخطوط الحمراء لدى استراتيجيات دول الجوار الأمنية وهي : مصر، إثيوبيا، يوغندا، وأيضاً مع الولايات المتحدة وأوروبا ومراعاة حقيقة وود مصالح مشتركة لكل الأطراف في المنطقة، ويجب احترام آراء وشؤون الآخرين الداخلية، والتعلم من أخطاء الماضي لتقويم مسيرة الدولة نحو آفاق التعاون مع كافة الدول حتى تتحقق آفاق النهضة الشاملة، كما يمكن أن توظف حكومة السودان ايدولوجيا الدينية في التفاهم مع النظام الأمريكي الذي يطرح حرية التدين لكافة الدول تحت نظامه الديمقراطي وبذلك يتم التواصل مع

القومي الإقليمية والعربية الدولية لأنها كلها ترتبط مصالحها بأمريكا وحلفائها في كافة المجالات أو بعض منها.

إن وظيفة العلاقات العامة في إطار العلاقات الخارجية تتجسد في تطويع المهنة الاتصالية وتحويلها إلى أداة دبلوماسية بحيث أنها تبدو وكأنها المهمة الدبلوماسية نفسها، ووظيفة العلاقات العامة التي أهلتها للتكافل مع وظيفة الدبلوماسية والاندماج معها جاءت من دورها الرئيسي المطلوب في توفير الانسجام والتناغم بين المصالح الوطنية والقومية بين متطلبات السياسة الدولية، للحفاظ على الأمن القومي وتأمين علاقات طيبة في المحيط الدولي، ولكي يتهيأ للعلاقات العامة خلق هذا لانسجام والتناغم عليها أن تشارك جيداً في تحديد مسارات الدبلوماسية وأطرها ورسم حدود السياسة الخارجية بسعيها في إرساء أسس التفاهم وخلق أجواء الاحترام المتبادل مع الشعوب بوسائلها وأساليبها وخططها، وقد أدي تقدم تكنولوجيا الاتصال والمعلومات إلى تكوين رأي عام عالمي ذي طبيعة تتجاوز أحياناً الحدود الجغرافية المفروضة عليه ، ومما زاد في تفعيل هذه الظاهرة ما شهدته العلاقات الدولية من أزمات ومكالات كبرى، مما أتاح للرأي العام العالمي الإسهام في إعادة صياغة السياسة الدولية، فكانت الأمم المتحدة التي كان من بين معطياتها إبرام اتفاقية فيينا ((الثانية)) للعلاقات الدبلوماسية عام 1961م التي أبرمت تحت رعايتها، فالرأي العام العالمي كان أحد معطيات العلاقات العامة وعاملاً مؤثراً في توجيه السياسة الدولية وحل المشكلات الدولية، وأداة دبلوماسية بالغة الفعل والتأثير، وفي ظل نمو ظاهرة العولمة ومحلات مستغليها عبور حدود الآخرين واجتياح سيادة دولهم باستخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة خاصة الفضائيات والانترنت. (41. حافظ:2003م، ص207).

المبحث الأول

المنظمات الطوعية أسس ومهام ومفاهيم ونشأتها وأهدافها ووظائفها

مفهوم العلاقات العامة وأهميتها في إدارة المنظمات الطوعية :

العلاقات العامة في المنظمات الطوعية لها أهداف عدة متمثلة في الاهتمام بالجمهور الداخلي والخارجي للمنظمات والمنتجين والمانحين وهو تقديم أفضل الخدمات والمساعدات بما يخدم جماهير المتعاملين مع تلك المنظمات، خصوصاً فإن أغلب ذوي الحاجات يحتاجون إلى من يأخذ بأيديهم ويعكسها على المانحين أو الخيرين أو المحسنين أو المنتجين والعلاقات العامة في ظل تلك المعاني هي أقدر على تحقيق تلك الغايات من خلال أنشطتها ووظائفها المختلفة.

أذن العلاقات العامة في المنظمات الطوعية أعظم ورسالتها أسمى لأنها

المرآة (42). محمد زين: (2002م ، ص82).

الحقيقة التي تعكس تلك الحاجات، فهي همزة وصل بين أصحاب الحاجات ومنتخذي القرار لعكس الصورة الذهنية لهم، كما أنها الرابط بين المحسنين أو المنظمات من خلال نشاطها الإعلامي تستطيع أن تطمئن المحسنين أو المانحين أو المساهمين عبر وسائلها أن ما يقدمونه فعلاً يصل إلى أصحابه.

يمكن أن نتصور مفهوم العلاقات العامة من موقع التعريفات الكثيرة التي

ذكرها الباحثون والمختصون في مجال العلاقات البريطانية بأن هي: الجهود

الإدارية المخططة والمستمرة التي تهدف إلى تعزيز التفاهم المتبادل بين المنشأة وجمهورها.

أما جمعية العلاقات العامة الأمريكية فقد عرفت العلاقات العامة بأنها نشاط أي صناعة أو هيئة أو مهنة أو حكومة في إنشاء وتعزيز علاقات جيدة بينها وبين جمهورها كالعملاء والجمهور، فإن العلاقات العامة كعلم سلوكي واجتماعي وتطبيقي تتضمن الوظائف التالية :-

- قياس وتقييم وتفسير اتجاهات الجماهير المختلفة التي لها علاقة بالمنشأة. (43. أو أصبع:1999م ، ص277).

-مساعدة الإدارة في تحقيق الأهداف المتعلقة بزيادة تفهم الجماهير للمنشأة وتقبلها لمنتجات المنشأة وخططها وسياساتها وموظفيها.
-تحقيق التوازن بين أهداف المنشأة وبين مصالح وحاجات واهداف الجماهير المختلفة.

-تصميم وتنفيذ وتقييم البرامج بهدف اكتساب تفهم الجماهير وقبولها.

ومن أشمل التعريفات ذلك التعريف الذي قدمه أحد علماء الاجتماع وهو العلاقات العامة هي وظيفة إدارية متميزة تساعد في تأسيس خطوطو إصال وقبول وتعاون متبادل والمحافظة عليها وفي تأسيس التعاون بين المنظمات وجمهورها، وتشمل كذلك على إدارة المشكلات والقضايا وتساعد الإدارة في أن تظل على معرفة بالرأى العام وتستجيب له وتحدد وتؤكد مسؤولية الإدارة لخدمة مصالح الجمهور وتساعد الإدارة لتبقي يقظة وتخدم كنظام تحذير مبكر للمساعدة في توقيع الاتجاهات التي تستخدم التعبير بفاعيلة وتستخدم البحث والصوت في تكتيكات الإتصال كأدوات رئيسية.(44. علي:2002م ، ص4).

العلاقات العامة في المنظمات الطوعية -

تأتي أهمية إيراد الباحث نشأة العلاقات العامة، ولهذا نجد أن العلاقات العامة كنشاط قديم منذ قدم البشرية فقد مارسها الإنسان منذ أقدم العصور كوسيلة للتفاهم والتعاون مع باقي أفراد المجتمع الذي يعيش فيه، وبمرور الزمن تفهم القادة والزعماء مدى أهمية تأثير العلاقات العامة على الرأي العام للجمهور من خلال إقناعهم بأفكارهم وآرائهم، فقد كان أهل العراق قبل حالي 1811 عاماً قبل الميلاد ينقشون بنشراتهم على الحجارة حتى يتمكن المزارعون من الإطلاع عليها وتعميم آخر وسائل البذور والحصاد والرى، وهذا العمل يتشبه إلى حد كبير ما تقوم به الدوائر الحكومية في الوقت الحاضر عند إصدار نشرات الإرشادات الزراعية إلى المزارعين.

وبعد ذلك جاء عصر اليونان فكان لزعمائهم وقياداهم القدرة الجيدة في الخطابة وإقناع الجمهور بآرائهم وأفكارهم عن طريق الخطابة والمناقشات الحرة التي كان يساهم فيها جميع المواطنين، وقام الرومان بنفس الأسلوب حتى كان القياديون يتولون بأنفسهم آنذاك، وقد ظهر في تلك الفترة خطباء معروفين في التاريخ أمثال سيسروا ومارك اتطويو.

أما عند قدماء المصريين في أفريقيا فقد كانت النقوش في المعابد تذخر بالانتصارات الحربية للحكم، في أوقات السلم كان الإعلام يوجه إلى الأغراض الدينية والاجتماعية.

أما في العصر الحديث فإنه يمكن القول إنها نشأت في الولايات المتحدة الأمريكية في بداية القرن العشرين على يد رائدها والذي بدأت حياته في إحدى مؤسسات صناعة فحم الانتراسيات عام 1906م وفي تلك الأثناء حيث أن قام

عمال المناجم باضرابهم عن العمل حتى تستجيب الإدارة في مطالبهم، وقد رفض مدير المصنع آنذاك الإدلاء للصحافة بأى معلومات فيما يتعلق بالإضراب، ونجح في إقناع مدير المصنع بتغيير موقف وتزويد الصحافة بكافة المعلومات المطلوبة.

وقد سجل في إعلان وزعه على الصحف، وجاء في ذلك الإعلان: ليس مكتوباً سرياً للصحافة، فكل أعمالنا نقوم بها في وضوح النهار إننا نزودكم بالأخبار، وهذه ليست وكالة إن خططنا واضحة وهي تزويد الصحافة والجمهور بالمعلومات الصحيحة الشاملة عن الشركات والمؤسسات والمنظمات حول الموضوعات المهمة.

وقد ساهم في وضع مبادئ العلاقات العامة وربطها بنزعة الإنسانية وخصوصاً عندما قال ((إنني أترجم الدولارات من السنتات والأسهم والأرباح وخصوصاً المالية إلى مصطلحات إنسانية أى كان يحاول تفسير خدمات المنشأة على جماهيرها المختلفة من الزاوية النفسية والصحية والإقتصادية والإجتماعية)).

تطور مفهوم العمل الطوعي :-

فإن التوسع في مفهوم العمل الطوعي في الإطار الدولي انعكس على السودان، خاصة الخلفية التاريخية لهذا التطور الذي انعكس في مفهوم الأمم المتحدة بالحكم الراشد وأهمية منظمات المتحدة المدني في ذلك، وعلاقتها بهذا الحكم في شأن الديمقراطية وحقوق الإنسان، وفي ضوء ذلك انحصر مفهوم العمل الطوعي والمنظمات الطوعية في السودان وخارجها وحتى الثمانينيات على ذلك العمل وتلك المنظمات التي تقدم خدمات إجتماعية للمجتمعات

الضعيفة. (45. بلال: 2005م ، ص12).

وفي بداية السبعينات ونتيجة لموجات الهجرة المكثفة إلى المدن، انتشرت الجمعيات الخيرية في الأحياء والجمعيات والروابط القبلية والإقليمية في العاصمة وإلى ذلك يمكن مئات آلاف من الجمعيات التطوعية مثل (مجالس الأباء ولجان المساجد والكنائس والأندية الرياضية والاجتماعية وجمعيات ربوات البيوت والأسر المنتجة).

الاهداف والوظائف للمنظمات الطوعية :

والمنظمة كيان يقوم بأعمال وأنشطة لتحقيق أهداف معينة، ويتم ذلك من خلال قيام مجموعة من الأفراد بأدوار مختلفة لانجاز تلك الأهداف وتختلف المنظمات حسب **أهدافها:**

1. منظمات غير ربحية وهي غالبا منظمات عامة أو خيرية.
 2. منظمات ربحية خاصة تسعى إلى تحقيق عائد مادي من خلال تقديم خدماتها.
- ويكون الهدف العام للمنظمات تقديم خدمات اجتماعية وإنسانية وسياسية، وتتنوع المنظمات حسب نوع النشاط الذي تمارسه فهناك منظمات سياسية كالأحزاب، ومنظمات اجتماعية كالجمعيات الأهلية، ومنظمات اقتصادية كالتجارية والصناعية وغيرها. (46. جاد الرب: 2008م، ص 17-19).

وتعرف منظمات المجتمع الم —دني بأنها تلك المنظمات التي تعمل في المجال الجمعي بين الدولة ومنشآت القطاع الخاص والتي تهدف إلى تعظيم رأس المال الاجتماعي، بجانب الدفاع عن مصالح أعضائها والمصالح القومية وتقوم بعمل طوعي دون مقابل، كما أنها تختلف عن الأحزاب في أنها لا تسعى إلى السلطة. (47. بلال: بدون ، ص 38).

وتتكامل منظمات المجتمع المدني مع منظمات العمل الطوعي في تقديم خدمات اجتماعية وعلمية وتنقيفية، وفي كل المجالات التي يتقاصر فيها دور الدولة، لذلك يأتي دورها تصحيحي تكميلي في عملية التنمية والتغيير الاجتماعي.

المقصود بالمنظمة الطوعية هي المدنية غير الحكومية أي تنظيم يرعى حقوق أو مصالح أو تطلعات أي مجموعة من الأفراد أو قطاعات المجتمع —ع المدني (civil society)، حضري أو ريفي يسهم بصورة مباشرة أو غير مباشرة أو يشارك في تطوير المجتمع وله قانون أو نظام سياسي ولوائح تنظم أعماله، ويجد الاعتراف الحكومي بتسجيله حسب النظم المعمول به في دوائر المختصة بذلك، كما يري الباحثون أن التنظيمات القبلية يمكن أن تكون منظمات مجتمع مدني إذ يمكن أن تتحول إلي منظمات جمهورية أو إقليمية تسعى لخدمة إقليم بعينه، كما يري آخرون أن التنظيمات الدينية والإدارة الأهلية من منظمات المجتمع المدني بالرغم من أنها تقوم على علاقات أولية و علي الوراثة في تقليد المناصب والسبب في هذا الاتجاه هو أن هذه المنظمات تقوم بخدمات اجتماعية عظيمة تؤهلها لأن تصنف كمنظمات مجتمع مدني، وهذا المفهوم يتعارض مع مفهوم المنظمات الدولية كما يتعارض مع شروط الاتفاقيات الدولية التي تمنع قيام منظمات المجتمع علي علاقات الدم أو الوراثة باعتبار أن ذلك يمنع الحياد والاستقلالية، وهذا يتنافي مع قيمة العمل الطوعي كقيمة ومبدأ أساسي لمنظمات المجتمع المدني التي تتبني علي قبول الآخر طالما أنه يستطيع المشاركة في تقديم خدماته وتطوير مجتمعه.

الأهداف العامة للمنظمات ومجالات عملها

1. حشد الطاقات لمحاربة الجهل والفقر والمرض.

2. تشجيع العمل الطوعي بين فئات المجتمع المختلفة وحشد الطاقات.

3. المحافظة على البيئة وحماية الموارد واستخداماتها.

4. تشجيع ونشر ثقافة الإسلام.

5. الاهتمام بالقطاعات الضعيفة في المجتمع لاسيما الطفل، المرأة، والعجزة، والمعوقين.

6. التدريب وبناء القدرات للشباب وتشجيع مشاركتهم في المنظمات الحديثة.

7. الاهتمام بالريف والحضر ونشر الثقافة العامة والحفاظ على القيم الروحية والاجتماعية والعائلية .

8. تشجيع الشبكات للتنسيق والعمل الجماعي في المجال الواحد.

9. تشجيع التعاون والارتقاء بالعمل الحرفي وزيادة المهارات.

10. نشر وتشجيع ثقافة ومعرفة الحقوق والواجبات الفردية والجماعية ودرء الكوارث وفض النزاعات. (48.الهادي:2007م، ص3).

تركيبة المنظمة والمتطلبات الأساسية -

1/ الاسم الكامل الرسمي والمختصر وعنوان وموقع المنظمة والشخص أو الأشخاص الذين يرجع إليهم كممثلين للمنظمة.

2/ الوضع القانوني للمنظمة (إتحاد- جمعية وغير ذلك) ورقم التسجيل كمنظمة مركزية أو فرعية علي النطاق القومي أو الولائي أو المحلي: أو قرية أو مدينة.

3/ نوع الفعالية أو قطاع عملها: تعليم - صحة - بيئة - أمن غذائي - خدمات - حقوق إنسان - فض نزاعات - فئوية - درء كوارث - رعية - حضرية.

- 4/ الفئات المستهدفة:- الريف - الحضر - نساء - أطفال - نازحين - لاجئين - مزارعين - رعاة - مساجين - معوقين.
- 5/ تركيبة المنظمة : - مؤتمر عام - مجلس عام - مكتب تنفيذي.
- 6/ سجل الأعضاء وعددهم.
- 7/ إدارة المنظمة :- الموظفون بالراتب أو المتطوعين.
- 8/ الخطط والبرامج والمشروعات والتمويل والتقارير وتقويم الأداء.
- 9/ التعاون مع الدولة - الولاية - المحلية .
- 10/ التعاون المحلي - الإقليمي - العالمي .(49. بلال: ورشة، 2003م).

البحث الثاني

خلفية تاريخية للمنظمات الطوعية بالسودان

وموقعها الاجتماعي والسياسي وأمثلة منها :-

ظل دور منظمات المجتمع المدني في السودان يشوبه الكثير من الهواجس للكثيرين خاصة السياسيين وذلك لغموض دورها في بعض الأحيان ولأهميته الاجتماعية والسياسية وخاصة بعض كثرة الحديث عن هذا الدور في السنوات الأخيرة داخل وخارج السودان وما ينتظر ذلك الدور والمشاركة ولاسيما بعد اتفاقية السلام (نيفاشا) والتدخلات الإقليمية والعالمية والحث علي المشاركة الفعلية في السلطة والمؤسسات القديمة والمستحدثة. (50. الهادي: 2007م ص5).

بالرجوع للخلفية التاريخية للنشاط السياسي والاجتماعي في السودان فإن مفهوم منظمات المجتمع المدني لم تكن بالظاهرة الجديدة علي السودان والتي عرفت بمنظمات المجتمع الأهلي منذ قديم الزمان (المدارس الأهلية وغيره) وحسب التعريف العلمي الحديث فإن المنظمات الأهلية تقع تحت مسمي منظمات المجتمع المدني (أحزاب - منظمات - اتحادات - نقابات) فإن كلمة أهلي كانت أقرب للوجدان السوداني والمزاج السوداني لذلك تفاعلوا معها في المقاصد بالتبرعات (قرش التعليم وغيرها) ومؤتمر الخريجين الذي تكون في الثلاثينيات 1936 والذي بدأ الأستاذ/أحمد خير رحمة الله في مدني وانداح إلي الخرطوم وصار ملء السمع والبصر وقاد الجوانب الاجتماعية والسياسية وكان من أوائل المنظمات الأهلية أو المدنية بمفهومها الحالي . الذي انطلق وتجزر وكان بداية للأحزاب والتنظيمات المختلفة التي عملت على استقلال السودان المتوج في منتصف الخمسينيات. فظهرت من خلاله التنظيمات المختلفة الفئوية من اتحادات ونقابات العاملين واتحاد المزارعين والطلبة واتحاد النساء والشباب ومن ثم

الاتحادات والمنظمات المهنية والأكاديمية وظهرت الرياضة الأهلية والنوادي الرياضية والاجتماعية والثقافية وقد سبق كل ذلك التنظيمات الدينية والطرق الصوفية والتي كانت ولا تزال تحظى بخلق كثير وأدت ادوار تعليمية وعقدية واجتماعية والتي تحـاول السياسة في كثير من الأحيـان استقطابها للحشـد السياسي. (51. بشير: 2003م ، ص 5).

ظهر دور واثـر تنظيمات المجتمع المدني الفاعل في الساحة السياسية والاجتماعية في أكتوبر 1964م عندما قامت جبهه الهيئات المكونة من الاتحادات المهنية والفئوية بالحشد السياسي من اجل الوطن والديمقراطية بقيادة ثورة أكتوبر (21 - أكتوبر 1964م) ولا زال البعض يعتقد أن الأحزاب هي فيصل فاعل في منظمات المجتمع المدني لأنها تجمع العديد من الفئات من المجتمع الذين يساندون طرحها السياسي والاجتماعي ورؤيتها في الارتقاء بالمجتمع المدني لأنها سياسة بالدرجة الأولى ومنظمات المجتمع المدني يفترض أن لا تكون ذات صبغة سياسية رغم أن بعض الأحزاب تكون منظمات مجتمع مدني لدعم برامجها الاجتماعية و الحشد السياسي. (52. بلال: ورشة ص7).

منظمات المجتمع المدني يفترض فيها عدم الاهتمام بالسياسة كاداه للوصول إلى السلطة - رغم أن بعضها يعمل من اجل الديمقراطية (وهي كلمة سياسية) وحقوق وحرية الإنسان - وفي هذه الحالة هنالك خيط رفيع يفصل بين هذه المنظمات والأحزاب (والتي لا تعتبرها اتفاقية كوتونو ، كما نرى لاحقا جزءا من منظمات المجتمع المدني).

رغم كل ذلك فان بعض المنظمات قد تضع نفسها تحت إمرة وتصرف بعض الأحزاب السياسية بانحيازها لبعض الأطروحات وهذا قد ينطبق على بعض الاتحادات والنقابات ، وقد تغير بعض منظمات المجتمع المدني توجهها وتمارس السياسة المباشرة بتكوين حزب سياسي لضمان تنفيذ رؤاها كما حدث في منظمة

حماية البيئة في بعض الدول الأوروبية (مثل منظمة الخضر في ألمانيا - كان وزير الخارجية منهم). (53. نفس المصدر السابق) ص 9).

الجوانب السلبية لبعض المنظمات :-

كثرت في السنوات الأخيرة داخل وخارج السودان ، منظمات المجتمع المدني وتنوعت من طوعية ، خيرية وغير سياسية وغير ربحية بخلاف المنظمات الأخرى العامة والمتوجة على الجميع وعلى كل شئ ولا يستبعد بعضها الاتجاه للربح والاستثمار تحت مظلة إنماء المال لمزيد من الخدمات لأهدافها الاجتماعية. والمنظمات غير الحكومية فيها المحلية والإقليمية والعالمية والتي قد يكون لها فروع إقليمية ومحلية حسب الهدف ونوع النشاط، وتمثل هذه المنظمات التي تعمل في العون الإنساني والإغاثة ودرء الكوارث - وفي الصحة - التعليم والسلام والديمقراطية وحقوق الإنسان وفض النزاعات والجوانب الاجتماعية الأخرى وتقتصر في بعض الأحيان لضيق ذات اليد أو إن التحديات اكبر من طموحها.

كما يفترض أن تكون لهذه المنظمات شخصية اعتبارية مستقلة عن الحكومة وان يكون نشاطها موازى ومنسق مع الدول دون أن تكون تابعه لها، ولا بد أن نذكر أن بعض الدوائر الخارجية تريد أن تهمش دور بعض الحكومات بتقوية هذه المنظمات ذات العلاقة الخارجية لتمير بعض السياسات لصالح تلك الدوائر . ولا بد أن نشير أن هذه المنظمات لا بد من تسجيلها لدى الحكومات والتي قد تمارس التأثير والضغط عليها بالدعم المادي - ولكن نجاح هذه المنظمات يتوقف على مدى بعدها من الحكومات والمعارضة لضمان استقلاليتها رغم التشجيع على المشاركة والتنسيق مع دولتها - ولنجاح المبادرات السلمية والتضامنية داخل وخارج القطر، وطبيعيا لا بد من قبول استقلالية هذه المنظمات حتى يمكن قبولها للتوسط في التوحد القومي وفض النزاع.

ظهرت الكثير من المنظمات في الآونة الأخيرة وقد أفرزت هذه الظاهرة سلبيات كثيرة منها:-

1. الكسب السياسي والميل إلى بعض الأحزاب.
2. الكسب الاجتماعي الإثني والقبلي .
3. الكسب المادي والشخصي والاجتماعي.

التي يأمل منظمها في الحصول على الأموال أو المكاسب العينية وقد فشلت الكثير من المنظمات الهامة بأسباب المنطلقات الشخصية الفردية أو بضعف التمويل. (54. عبد الصمد:1989م، ص9-10).

أمثلة لبعض المنظمات:

- 1.الاتحادات والنقابات الفئوية.
- 2.الاتحادات والنقابات المهنية.
- 3.المنظمات الطوعية الاجتماعية (المرأة - الشباب - الطلاب - السلام - التنمية - البيئة - محاربة الفقر - الرياضة -وهي المنظمات القاعدية في الريف.
- 4.المنظمات الدينية والدعوية.
- 5.الإدارة الأهلية.
- 6.التنظيمات الزراعية (جمعيات تعاونية - تنمية ريفية).
- 7.منظمة الكوارث.البيئة والمحافظة عليها.
- 8.درء الكوارث.
- 9.العون الإنساني
- 10.العادات الضارة.
- 11.المعوقون.
- 12.منظمات خيرية: حماية الطفولة والعجزة.
- 13.الحقوق الإنساني (المرأة والطفل).

14.منظمات حرفية. وبناء القدرات.

15.منظمات حرفية.

16.روابط ثقافية، رياضية، دينية دعوية.

17.حماية المستهلك.

18.منظمات تعليمية.

19.منظمات فض النزاع.

20.منظمات رعوية وإدارية وغيرها. (55. المجلس السوداني: (2007م ص 4).

شرعية المؤسسات غير الحكومية :-

تعمل المنظمات غير الحكومية تحت مظلة قانون العمل العام وتتكون شرعيتها من الالتزام الصارم بالقوانين التي تنظمها وهي تمنع المنظم من أن لا يهدف إلى الربح الخاص ، مع إمكانية أن تقوم بعض النشاطات التي تؤدي إلى تحقيق إرباح تصرف في الغايات والأهداف التي نشأت من اجلها الجمعية .
وللمنظمات شخصية معنوية مستقلة ولها حقوق وواجبات تعمل في جميع المجالات السياسية والاقتصادية والثقافية والتربوية والرياضية بشرط عدم الإخلال بأمن الدولة والآداب العامة.

وتستمد شرعيتها من أهدافها ومصالح أعضائها، ويتم تسجيلها بموافقة

الدولة ولكنها ليست أذرع للدولة بل تتمتع باستقلاليتها التامة.

وتؤسس هذه المؤسسات من قبل أفراد أو من قبل الدولة أو من قبل الاثنين

معاً وفق القوانين والتشريعات المعمول بها ويكون من بين أهداف هذه المؤسسات

أو المنظمات السعي إلى تأمين الخدمات الاجتماعية على أن تكون شاملة ومتعددة

الوجوه: تربوية وثقافية، صحية، كشفية، رياضية .. الخ.

كما أن الخدمات يمكن أن تطال فئة أو شريحة صغيرة من المجتمع أو تطال جميع المواطنين دون استثناء، وتحترم المؤسسات المواثيق الدولية والإقليمية لحقوق الإنسان، وأهمها الحق في التنظيم والتعبير. (56. حمور: ورقة علمية، 2007م).

الدور الاجتماعي:

تسعي هذه المنظمات لتوسيع مشاركة المرأة ومساهمتها في المجتمع بصورة كبيرة بعد أن تأكد نجاحها في أدوار كانت قاصرة علي الرجال والعمل علي دفع المرأة للمشاركة في القرار السياسي وذلك بزيادة تمثيلها في البرلمان وتوسيع مشاركتها في منظمات المجتمع المدني ورفع قدراتها .

أما في مجال الشباب فدور المنظمات هو معالجة أوضاع الخريجين وإيجاد برامج ومشاريع تستوعب عدد كبير منهم للمساهمة في دفع عمل التنمية في البلاد وتدريبهم وتأهيلهم التأهيل الذي يتناسب مع قدراتهم وتخصصاتهم.

كما أن الاهتمام بالطفل والصحة العامة من أهم أولويات عمل هذه المنظمات ، ورفع الوعي والتنظيف الصحي ونشر ثقافة الوقاية خير من العلاج باعتبار أن الاهتمام بالصحة أحد أهم مقومات التنمية والإنتاج وذلك بالتعاون بين منظمات المجتمع المدني ومؤسسات الدولة العاملة.

الدور الأمني:

ولما كان السودان من أكثر الدول الإفريقية التي تعاني من الاحتراب والنزاعات لعقود طويلة فقد كان لابد لهذه المنظمات أن تعمل في هذا المجال وذلك بتفعيل أسلوب الحوار والمفاوضات بين الأطراف المتحاربة ونبذ العنف، و العمل مع الحكومة لحل النزاعات بالصورة السلمية دون اللجوء للحل العسكري الذي تتعاظم معه الخسائر المادية والبشرية مما يؤثر سلباً علي التنمية وموارد البلاد المختلفة .

كما تعمل المنظمات غير الحكومية علي جلب الدعم المادي والتمويل من الدول المانحة ومن المنظمات العالمية لتمويل عمليات فض النزاع ، وتكوين لجان مستقلة لمتابعة نزع السلاح ومكافحة الألغام وإعادة تعمير المناطق المتأثرة بالحرب، وتعزيز السلام بين الأطراف المتنازعة ومراقبة تنفيذ بنود السلام وإنزاله إلي أرض الواقع، وقد تمثل ذلك في إتفاقية نيفاشا التي انعقدت بين الحكومة والحركة الشعبية ، وقد تم إشراك منظمات محلية ودولية .

كما تقوم المنظمات بمعالجة المشاكل التي تؤدي للنزاع كالتهميش وعدم المساواة في توزيع الثروة بين ولايات البلاد، والاستفادة من عائدات النفط بصورة عادلة وسليمة .

الدور الاقتصادي:

أصبح الاقتصاد هو أكبر العوامل المؤثرة في توجيه سياسة البلدان محليا وعالميا ، ومؤشر التنمية هو الذي يعكس مدي تطور الأمم وذلك بتنشيط التجارة الدولية والاتجاه نحو التعاون الدولي والإقليمي وخفض معدلات التضخم والاستفادة من موارد البلاد المحلية وتنميتها وإن اخطر مهددات العمل التطوعي في السودان هو عدم وجود إستراتيجية مالية واضحة والاعتماد علي التمويل الأجنبي الذي كما نعلم له إفرازاته السلبية وأثاره علي توجه العمل التطوعي الحر. (57. ورشة:2006م).

هذه ملامح عامة لمنظمات المجتمع المدني في السودان باعتبارها وسيط بين الحكومة والمواطن من خلال تحركات اجتماعية تحتفظ باستقلالها، وتدفع الحكومة من أجل التعبير الاجتماعي وتحقيق الديمقراطية والدفاع عن الحقوق والمجتمع المدني الحقيقي هو الذي يجد فيه المواطن الفرصة للتأثير علي السلطة عن طريق هذه المنظمات عبر الحكومية.

وهناك علاقة كبيرة بين الديمقراطية والمجتمع المدني إذ لا يستطيع محل منها أن يتحقق في غياب الآخر ولا يمكن للمجتمع المدني أن يحقق التنمية ويجد

مساحة للحركة إلا إذا آمنت الدولة بالتعدد السياسي والفكري وسمحت بحرية وإقامة التنظيمات والمؤسسات السياسية والاجتماعية والثقافة، ومنحت حق الرقابة السياسية واحترام مبدأ تداول السلطة.

وللمنظمات الحق في مناشدة الحكومات ورؤساء الدول في قضايا الوطن المختلفة لاسيما المتعلقة بالأمن والسلام وفض النزاعات وحقوق الإنسان والحكم الراشد وتأمين الحريات العامة.

وتنمو وتزدهر منظمات المجتمع المدني في إطار مبدئين أساسيين:

1-حياد الدولة إزاء قوى المجتمع المختلفة.

2-توفر القنوات الرسمية التي تمكن القوى الاجتماعية كلها من التعبير عن

نفسها في المجالس النيابية ووسائل الإعلام المختلفة.(58. حمور ، ورقة علمية:2007م).

ولتفعيل دور هذه المنظمات أنشئت تجمعات لهذه المنظمات ولطالما

اشتركت في الأهداف فإن تعاونها على تحقيق هذه الأهداف يؤكد فاعليتها وتأثيرها

في المجتمع ، ومن بين هذه المنظمات والجمعيات وأهمها المجلس السوداني

للجمعيات التطوعية (إسكوبا) (Scova) فهو إتحاد للمنظمات الطوعية الوطنية

أنشئ عام 1979م لتحقيق أهداف أساسية أهمها:

1-التنسيق بين المنظمات الوطنية الطوعية وتبادل المعلومات بينها وتوحيد

خطتها وبرامجها.

2-بناء قدرات العاملين فيها عبر برامج التدريب.

3-تشكيل حلقة اتصال بينها وبين الجهات الحكومية.

4-المناصرة والترويج الإعلامي لنشاط هذه المنظمات عبر الوسائل

المقروءة والمسموعة والمرئية.

كما أن هناك شراكة أو إتفاقية بين المنظمات المحلية والدولية أهمها إتفاقية كوتونو وهي شراكة بين منظمات الدول الأفريقية والكاريبية والباسيفيكية وبين منظمات دول الإتحاد الأوربي، والتي تهدف أساساً إلى تخفيف حدة الفقر وتحقيق التنمية، وتوفر الإتفاقية مساعدات مالية للإسراع بعملية التنمية الاقتصادية وتشرط هذه الإتفاقية تمويل البرامج التنموية إذا توفرت عناصر أساسية هي احترام حقوق الإنسان ومبادئ الديمقراطية وحكم القانون. (59، ورشة: 2000م).

هذه نماذج من تجمعات منظمات المجتمع المدني المحلية والعالمية لتعمل سويماً على تحقيق أهداف مشتركة، وللحصول على دعم مالي يساهم في تنفيذ البرامج التنموية المختلفة هذا ما قامت به بعض المنظمات أو الجمعيات أو تقوم به في الساحة الوطنية اليوم ولكن أحسب أن هذه الجمعيات والمنظمات يقع عليها عبء كبير في الفترة القادمة خاصة وأن البلاد تمر بمرحلة مصيرية دقيقة ، ومن أهم هذه الأعباء هو دورها في مراقبة الانتخابات ونزاهتها والعمل على تبصير الناس بأهمية التعبير عن رأيهم حتى نخرج منها بحكومة راشدة وقومية وقوية تذلل الصعاب وتحل المشاكل الجذرية التي ظلت تؤرق البلاد لفترة طويلة.

البحث الثالث

أهمية وخصائص المنظمات الطوعية في السودان

يوجد بالسودان حالياً أكثر من المائتين و خمسين منظمة طوعية، تقدم خدمات في مجالات متعددة، داخل وخارج السودان مصدر المعلومات هو كتيب صادر من المجلس السوداني للجمعيات الطوعية، و مصادر الكترونية اخرى. (60. خليفة:2006م ص بدون).

مقدمة :

العمل الطوعي ممارسة في المجتمع السوداني ، وما يتمثل في نجدة الجاه وإعانة المحتاج، والمشاركة في الحصاد والمساعدات المادية عند الفرح والنكبات، وإيواء طلبة العلم وتشبيد المساجد والخلوي وانتشار الوقف وخصوصاً في عهد سلطنة الفور في القرن السادس الميلادي، وفي عهد السلطنة الزرقاء حيث اشترى ملوك سنار أرض بمكة والمدينة المنورة أوقفت لخدمة الحجاج السوانيين (عبارة عن أرض وعقارات اشتهرت بالعقارات السنارية) وفي عام 1846م أنشئ رواق السنارية بالقاهرة لخدمة طلبة العلم السودانيين. (61. بشير، السودان:1898م) ، بيروت:1983م ، ص65).

وتتابع الوقف ومازال وخير مثال لذلك في الوقت الحاضر المسجد الكبير في كل من (دنقلا - الخرطوم - امدرمان - بحري) ومن المدارس (محمد حسين - علي السيد - سعد أبراهيم) ومن المكتبات (التجاني الماحي - الشنقيطي) ومن المستشفيات (أبراهيم مالك - أحمد قاسم.....الخ) والمراكز الصحية (عبدالمنعم محمد - الأرض التي شيد عليها قاعة الصداقة رئاسة شركة سوداتيل حالياً). (62. علي: بدون ، ص15).

بهذا المفهوم يكون العمل الطوعي موجوداً أساساً منذ فجر التاريخ وفي كل قطر يقيم فيه الإنسان السوداني ، حيث أن العمل الطوعي فيه يبرز بأشكال عديدة نشأت منها طبائع أهل السودان.

وترى الباحثة أن هذه الطبائع والعادات والتقاليد والأعراف هي التي تجعل أهل السودان متميزين في العمل الطوعي ، ومن أهم هذه الأعراف أو الصفات ما يلي:-

المجاملة : وهي تنازل شخص عن حقه وقت الحاجة الماسة إليه لشخص آخر أشد حاجة إليه أو مساوياً له في الحاجة ابتغاء مرضاة الله طمعاً في خلق علاقة ودية وطيدة بينه وبين المحسن إليه على حد رأى الباحثة.

مصطفى محمد علي يرى أن المجاملة هي تطيب خاطر الشخص بفعل شئ يحبه لتدوم العلاقة بالمجامل، وهي من أميز ما يميز خلق السوداني حتي عرفه بها العالم، وهي أن كانت ذات جوانب لا تحمد لكنها في الواقع تدفع صاحبها إلي التضحية من أجل خاطر آخر. (63. صالح: ورقة عمل ، ص7).

مهما يكن من اختلاف التعريفين إلا أن أهل السودان يوصفون بأنهم كرماء وخاصة المتدينين منهم نسبة لمعرفة موقف الإسلام تجاه الفقراء والكرم والجوده عن السودانيين ليس بالمال فحسب ولكن بالمعني الشامل له مثل النجدة وخير مثال ذلك عند السودانيين (الجود بالمجود).

البساطة وهي من الصفات التي يتميز بها السودانيون، حيث لا يظهرون بمظهر التعقيد والإنفاق بل إنهم منفتحون فمن السهل أن تدخل في قلب السوداني وتخلق علاقة ودية بينك وبينه، وهذا خصوصاً إذا ما أضيف إليها الدين فإنك تجد أن العمل الطوعي قد أكتمل حقاً فيهم بلا مبالغة.

النفير وهو عبارة عن تجمع للناس من أجل قضاة أمر يحض فرداً منهم أو جماعة أو هم تعبئة الجماهير لعمل خير من أجل التكافل والتراحم والتعاطف بين المواطنين وقضايا عامة وخاصة مثل فساد ثمار الزراعة وبناء دور إيواء المساكين والتبرع للمرضى في المستشفيات بالدم والمال.

إنشاء دور العلم هو ما يقوم به الشيوخ من المحسنون من تأسيس خلاوي القرآن الكريم والمعاهد الدينية والمستشفيات ودور الإيواء ومراكز القرآن الكريم والمكتبات القرآنية.

إيواء طلاب العلم والغرباء هو أيضاً يقوم به شيوخ محسنون، حيث يقوم ولي أمر الطالب أو الطالبة بالبحث عن أسرة طيبة تتولي إسكانه ورعايته عندما يتم قبول الطالب في حالة دراسة في مكان لا يكون فيه أهله، وهي صفات موجودة حتى الوقت الحاضر.

أهمية المنظمات الطوعية يأتي الحديث عن الإتصال كعنصر أساسي في عملية إدارة وتنظيم المنظمة، وكوظيفة من وظائف العلاقات العامة، لذلك يقتضي تناول وعرض موضوع الإتصال المباشر أو الشخصي، بدءاً من التعريف على ماهية الإتصال بأنه النشاط الذي يستهدف تحقيق العمومية أو الزیوع أو الإنتشار أو الشیوع أو الآراء أو الإتجاهات من شخص أو جماعة إلى أشخاص أو جماعات باستخدام رموز معني موحد ومفهوم بنفس الدرجة لى كل الطرفين.

ووفقاً لهذا التعريف نجد أساس كل تفاعل إعلامي ثقافي، حيث ينتج نقل المعارف والمعلومات ويسرى التفاهم بين الأفراد والجماعات، وهناك فروق أساسية بين الإتصال والإعلام. (64. حسين: 1989م، ص 89).

ويذهب سمير محمد حسين إلى أن الإعلام هو كافة أوجه النشاط الإتصالي التي تستهدف تزويد الجمهور بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة عن القضايا والموضوعات والمشكلات ومجريات الأمور بطريقة موضوعية بدون تحريف، مما يؤدي إلى أكبر درجة ممكنة من المعرفة والوعي بكافة الحقائق والمعلومات الموضوعية الصحيحة عن هذه القضايا و الموضوعات وما يسهم في تنوير الرأي الصائب لدى الجمهور في الوقائع والموضوعات والمشكلات المثارة. (65. طلعت: (1919م، ص56).

دور العلاقات العامة في معالجة الأزمة -

أن معالجة إدارة الأزمات من مسئولية الإدارة العليا بالدرجة الأولى ولكن العلاقات العامة ينبغي لها الدور الرئيسي في معالجة التخطيط والتنظيم والتنفيذ والمتابعة لهذه الأزمات.

ولقد تضمن دور العلاقات العامة في هذا المجال وضع خطط للطوارئ وحضور الاجتماعات علي كافة المستويات وعقد المؤتمرات الصحفية وتمثل الشركة أمام وسائل الإعلام علي استفساراتهم بهذا قد تكون هنالك خطط جاهزة للطوارئ يتم إعدادها من قبل الإدارة لتنفيذها عند حدوث الأزمة.

وهذه الخطط يجرى وضعها للأزمات عندما يكون هناك متسع من الوقت لإعدادها حتى إذا حدثت أية أزمة من الأزمات فإن الخطة تكون جاهزة للتنفيذ في الوقت الذي تكون فيه بحاجة إلي كل دقيقة وكل مجهود. (66. علوية: (1970م ، ص12).

ففي كل حالة حدوث أي طارئ هنالك خطة للطوارئ يجب إتباع تعليماتها، وهذه الخطة قد تتضمن معلومات عن أسماء وعناوين وأرقام هواتف الأشخاص والدوائر الوجب إتباعها عند حدوث أزمة، والتي يمكن سردها كما يلي :-

- عند وقوع أي حادث فإن علي الموظفين المعنيين إتخاذ الإجراءات اللازمة لمحاصرته ومعالجته أولاً قبل كل شئ.
- الإتصال فوراً بمدير الأمن والسلامة (أو من ينوب عنه) بالإضافة إلي إستدعاء الطبيب المناوب في عيادة الشركة.
- الإتصال بمدير المصنع ومدير العلاقات العامه وإبلاغها بما حدث والتفاصيل الكاملة عن بدء الوفيات أو الإصابات وعن حجم الحادث والأزمة وإقرار الحقائق المفروض التصريح بها.
- قيام مدير العلاقات العامه بالإتصال بوسائل الإعلام لإبلاغهم بتفاصيل الحادث مع مراعاة تحريف الحقائق أو المبالغة فيها.

المعوقات التي تواجه المنظمات الطوعية بالسودان -

مشكلة ايجاد تمويل :-

من أهم المشاكل التي تواجه العمل الطوعي بشقيه الوطني والاجنبي مشكلة ايجاد تمويل لمشروعاتها، فالمنظمات تعتمد عادة على التبرعات والهبات وهي مصادر تمويل ثابتة مما يؤدي إلى تأثر بعض المشروعات وعدم التمكن من بدء مشروعات جديدة، كما أن المنظمات الاجنبية وتنفيذ مشروعات أقل من 6% وقد يؤدي ذلك إلي تردد الممولين وتمويل أي دولة أخرى، كما أن المنظمات التي تضطر إلي اسيتيراد معظم احتياجاتها بدلاً من التعامل مع الأسواق المحلية وإفادة الاقتصاد الوطني.

وأما الضغوط السياسية من الحكومات علي المنظمات يؤثر ذلك في خطط وبرامج المنظمات الطوعية وكذا تغيير الحكومات وبالتالي السياسات التي تنتهجها تؤثر في خطط وبرامج المنظمة الطوعية والشك في أهداف المنظمة وذلك لإنحراف بعضها عن أهدافها.

المجتمع المدني :-

يأت الحديث عن المجتمع المدني لأنه يمثل الأرضية الحقيقة التي تقوم عليها منظمات العمل الطوعي، فمفهوم المجتمع المدني يعتبر مفهوماً ملتبساً، حيث أن جميع مفاهيم العلوم الإنسانية هي في الأصل قابلة جوهرياً للجدل فقد وجدت رواجاً وشعبية متزايدة أضافت إلي كم إثراء المفهوم من خلال تطوره التاريخي، لقد عرفه احد العلماء أنه يعني مفهوم (كل الأشياء لكل الأشخاص). (67. أحمد: 2002م ، ص60).

كما عرفه البعض بأنه هو الميدان أو الفضاء الممتدين مؤسسات المجتمع المدني ومنظمات وجمعيات طوعية، نقابات عمالية مهنية وحرفية واتحادات وأحزاب والأجهزة الرسمية.

العمل الطوعي في عهد النبي صلى الله عليه وسلم -

الحكومة الإسلامية في عهد النبي صلى الله عليه وسلم نجد أن بيت المال كجهاز رسمي لم يلق عليه العبء وحده في كل ما يحتاجه المسلم من ضرورياته المعيشية لذلك نجد أن النبي صلى الله عليه وسلم يستنفر المسلمين بالتطوع والتصدق والعمل ويرغب بعضهم الأجر عند الله فكان للجهود الطوعية الأمر الكبير في مشاركة بين المال في دفع المعاناة عن المجتمع المسلم آنذاك، خير مثال لذلك ما رواه أبوهريرة رضي الله عنه قال : ((جاء رجل إلي النبي صلى الله عليه وسلم فقال اني مجهود فارس إلي بعض نسائه فقالن مثل ذلك، قلن كلهن مثل ذلك: إلا والذي بعثك بالحق ما عندي إلا الماء فقال النبي صلى الله عليه وسلم من يضيف هذا الليلة؟ فقال رجل من الأنصار: أنا يار رسول الله فانطلق به إلي رحله فقال لامراته: أكرمي ضيف رسول الله صلى الله عليه وسلم وفي رواية قال لامراته هل عندك شيء؟ فقالت: إلا قوت صبيان ، فقال عليهم بشيء وإذا إزادوا الغشاء فنومهم، وإذا دخل ضيفنا فاطفئى السراج وأريه أنا ناكل فقعدوا فاكل

الضيف وباتا طاويين فلما أصبح غدا علي النبي صلي الله عليه وسلم يسأل النبي صلي الله عليه وسلم فقال: لقد عجب الله من صنعكما بضيفكما الليلة. (68) البخاري: (4889هـ ، ص638).

فهذا الرجل جاء يسأل النبي صلي الله عليه وسلم هو رئيس الدولة ولم يكن عنده بشئ، لو كان في خزانة الدولة من شئ لارسله ليعطي منها، فحث أصحابه علي التصديق علي الرجل والتطوع بضيافته وهذا يدل علي عظمة شخصية النبي صلي الله عليه وسلم في التواضع والتساوي مع أفراد المجتمع في الحاجات المعيشية فهذا الرجل شارك الجهة الرسمية المتمثلة في النبي صلي الله عليه وسلم في رفع المعاناة وجاء بناقة مختومه فقال: هذه في سبيل الله فقال رسول الله صلي الله عليه وسلم لذلك بها يوم القيامة سبعمائه ناقة كلها مختومه، أي من الختام وهو الزمام أيضاً فيه دلالة وأضحة علي التطوع.

ولقد ركز الرسول صلي الله عليه وسلم وخلفاؤه الراشدون على أهمية الاتصال الشخصي والجمعي كوسيلة من وسائل العلاقات العامة بجماهير العرب والمسلمين، وبرزت ثلاثة صور من صور الاتصال الشخصي والجمعي هي :

1 الاتصال الشفهي : وهو الأسلوب الأساسي الذي اعتمد

الرسول الكريم صلي الله عليه وسلم في نشر الدعوة الإسلامية وفي تفسير كثير من المواقف. وكانت وسائله صلي الله عليه وسلم ، المقابلة الشخصية للأفراد والوفود وزعماء العشائر والقابل وإيفاد القراء والمعلمين من الصحابة رضوان الله عليهم للأنصار والمدن، ويتفقد صلي الله عليه وسلم الرعاية بالليل وزيارة الخلفاء للأنصار ومقابلة الجماهير وجهاً لوجه.

2 **الاتصال الكتابي** : وجاء في صورة رسائل الرسول صلي الله

عليه وسلم للملوك والرؤساء والرسائل التوجيهية المرسله منه صلي الله

عليه وسلم والخلفاء الراشدون للولاة بالامارات الإسلامية.

3 **الاتصال الجمعي** : في الأعياد والجمع وماسم الحج ، حيث تتم

فيها مشاركة المسلمين واستشارتهم في أمور الدولة وإعلامهم بما يجد من

سياسات وبرامج وخطط حربية ونظم مدنية.

المبحث الأول

المنظمات الطوعية

أولاً نبذة تعريفية عن منظمة الزبير الخيرية -

من المنظمات الطوعية السودانية التي ولدت بقوة وإحتلت مكانتها البارزة فى ساحة العمل الانساني (مؤسسة الزبير الخيرية) ، والتي تأسست فى مارس عام 1998م من أجل تخليد وتأكيد ومواصلة الجهد الإنسانى المبارك الذى أرسى دعائمه الشهيد الزبير محمد صالح النائب الأول لرئيس الجمهورية، نالت الوسام الدولى للحمايه المدنيه (طبقة الفارس) من المنظمة الدولية للحماية المدنية بجنيف، كما نالت وسام الإنجاز من السيد رئيس الجمهورية كأول منظمة طوعية تنال هذا الشرف.

قامت كمؤسسة خيرية طوعية عالمية تعمل فى مختلف مجالات العمل الطوعي ساعية لتفعيل الدور الشعبي بهدف تعميق التكافل والتعاون الإنسانى وتقوية الوحدة الوطنية ونشر ثقافة السلام وإنشاء ورعاية مراكز الخدمات العامة ونشر الوعي وروح التسامح بين المواطنين ، وإستطاعت أن ترتاد آفاقاً بعيدة فى مجالات العمل الإنسانى، وامتد عطاؤها الى اقطار عديده فى ذات الوقت الذى شهد حضورها التميز على الساحة السودانية بتنفيذ البرامج العديده فى مجالات الإغاثة والعمل الإجتماعى تجاه المعوزين والمحتاجين عبر برامج ومشاريع كفالة الأيتام وتمليك وسائل الإنتاج والمشاريع الموسمي ة كإفطار الصائم وفرحة العيد وفرحة الأضحى والحقيبة المدرسية فى ولايات السودان المختلفة والتعليمية والثقافية وتوفير مياه الشرب النقية للمناطق التي تعاني من شح مياه الشرب، وفي مجال العمل الطبي توصل قوافل الأطباء الوافدين الذين يقدمون خدماتهم التشخيصية والعلاجية والعمليات الجراحية الدقيقة مجاناً.

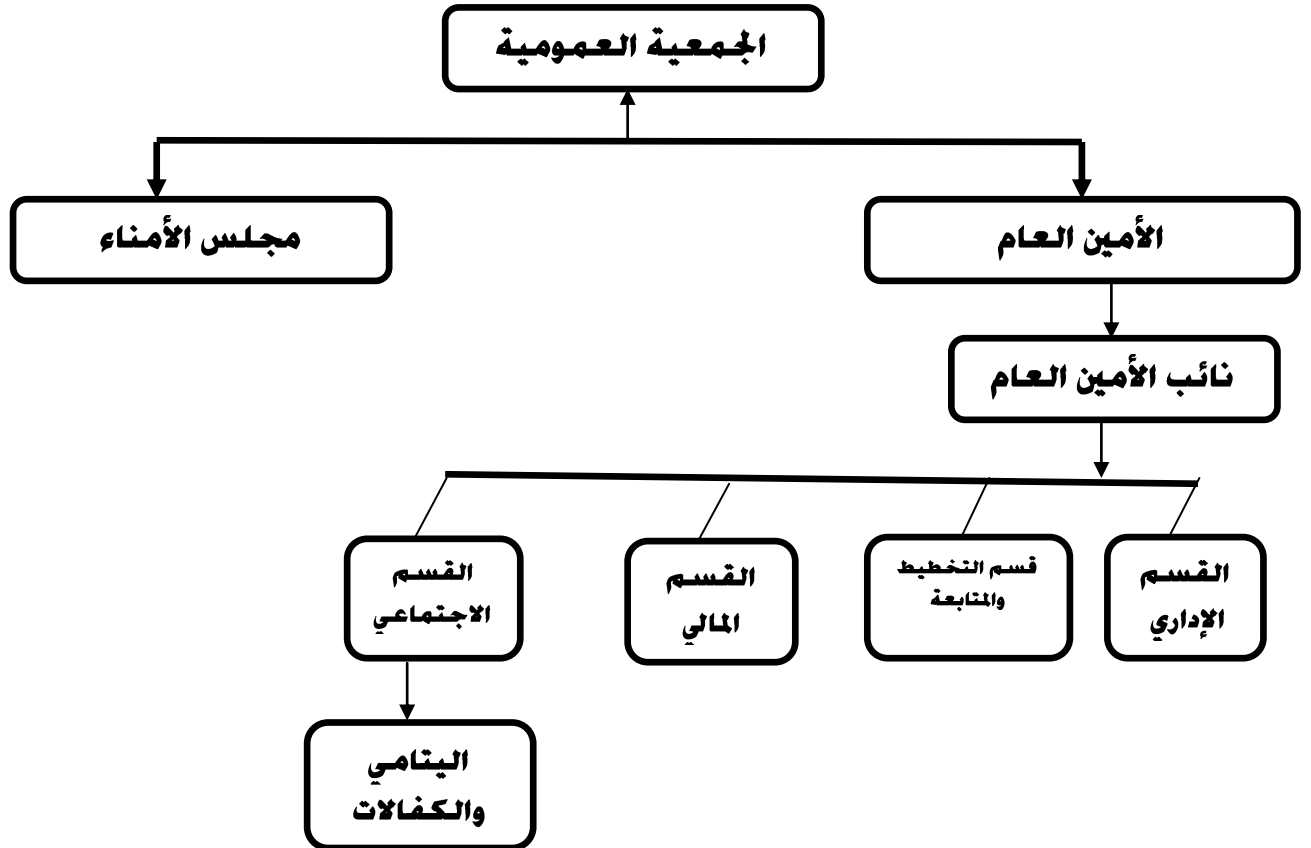
سيرة الشهيد الزبير محمد صالح

مولده ونشأته : فى ليلة من ليالى اسابيع عام 1944م. وقبل ان يتبينوا الخيط الابيض من الخيط الاسود من الفجر ولد ذكر، اشاع البهجه والسرور على الدار، ومر اسبوع والتهانى تنهال على محمد صالح بمولوده الجديد ويوم السمايه اجتمع خلق كثير من القدار والقرى المجاوره وتم اختيار (الزبير) اسماً للمولود الجديد و ذهب بعضهم الى اختيار الاسم تيمنا بجده لأمه عبدالله بن الزبير الأنصاري (الذى كان يلقب " بكبد الحله "). (69. قورتي ، مقابلة: (2016/11/20م).

الهيكل الإداري

بمؤسسة الزبير الخيرية

تقوم المؤسسة على قسمين رئيسين على النحو التالي:



الاهداف والوسائل -

تسعى المؤسسة إلى تحقيق التكافل الإجتماعى والتعاون الإنسانى بين فئات المجتمع وأفراده بدعم المحتاجين والفقراء والمساكين وكفالة الأيتام ورعاية الأرامل والمعاقين والمشردين وإغاثة الملهوف وتقديم الخدمات الإجتماعية والصحية والتعليمية.

كما تسعى إلى تقوية الوحدة الوطنية وتأكيد الثقة بين السودانين جميعاً بنشر ثقافة السلام ودعم تحقيقه، والمساهمة في إعادة التعمير والتوطين فى المناطق المتأثرة بالحرب.

وتولى المؤسسة عناية خاصة لدعم تكاملة المشاريع التي بدأها الشهيد الزبير محمد صالح ورعايتها.

وتهتم المؤسسة بنشر الوعي بين المواطنين وتثقيفهم وترقية إدراكهم للقضايا الوطنية والقومية وشحذ هممهم للمشاركة فى حركة البناء والتنمية بالبلاد. ولتحقيق هذه الأهداف فإن المؤسسة تقوم بإنشاء المؤسسات الخدمية والاجتماعية والتعليمية والبحثية والصحية والاقتصادية .

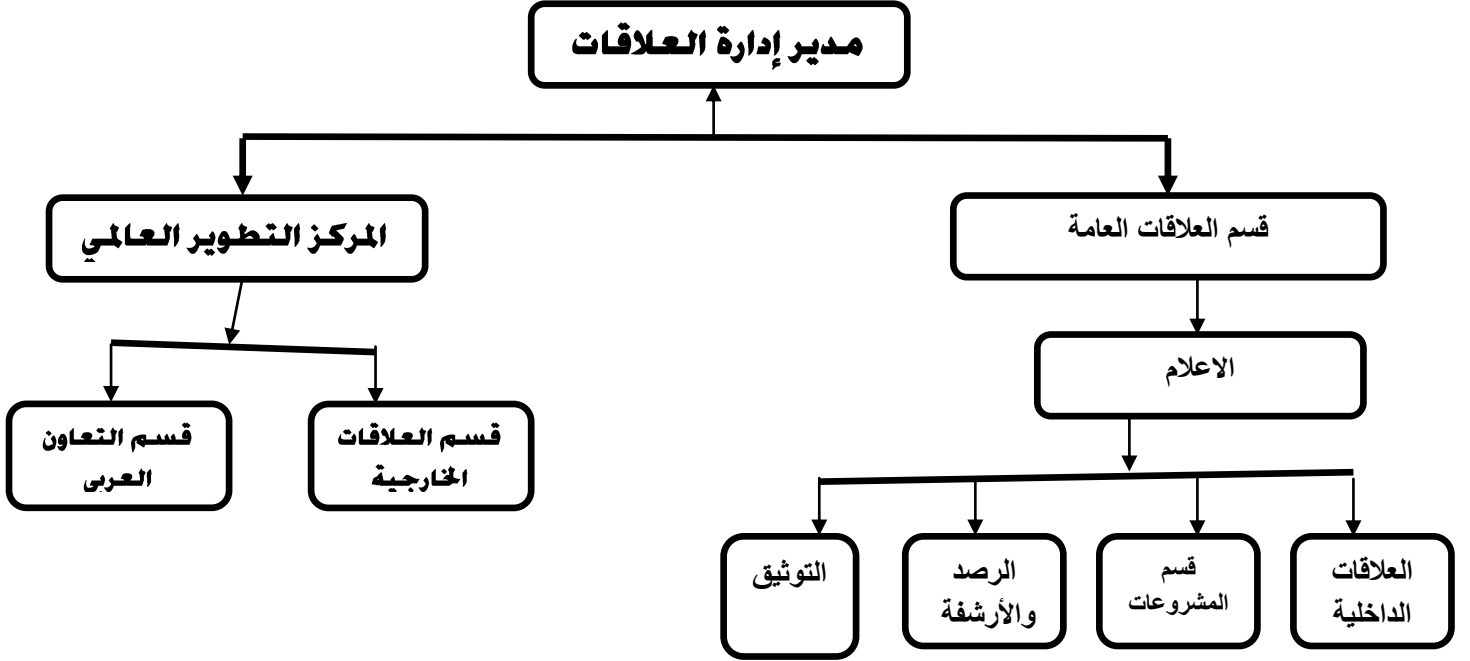
وتجرى الدراسات العلمية وتضع الخطط والبرامج والمشروعات المستندة إلى معلومات ميدانية وتقيم المشاريع الإستثمارية لتنمية الموارد المالية للمؤسسة وتستقطب الدعم المالى والفنى من المؤسسات والمنظمات الخيرية المحلية والدولية، الحكومية وغير الحكومية، والخيرين من أفراد الشعب السودانى كافة.

كما تقيم علاقات وصلات متينة مع الأفراد المهتمين بالعمل الطوعى والخيرين داخل وخارج القطر، أما فى جانب التبشير برسالتها تقوم بنشر الكتب والمطبوعات والدوريات وإستخدام الإعلام المسموع والمنظور وتستعين بكل وسائل التأثير والخطاب العام لتحقيق أهداف المؤسسة.

الهيكل الإداري والتنظيمي للعلاقات العامة

بمؤسسة الزبير الخيرية

تقوم الإدارة على قسمين رئيسيين مكملين لبعضهما البعض على النحو التالي:



إدارة العلاقات العامة :-

تتفق الفلسفات الاجتماعية المختلفة على أن هنالك أهدافاً عامة تشكل الخطوط الرئيسية لوظيفة العلاقات العامة تتمثل

فدي الآتي :- (70. نفس المسؤول: 2016/11/21م).

1. تعريف الجمهور بنشاط المؤسسة وشرح سياستها وأهدافها.
2. تنمية التفاهم المشترك والمتبادل بين المؤسسة والجمهور.
3. تعزيز ثقة الجمهور بأنشطة المؤسسة.
4. العمل كجهاز إنذار مبكر يساعد المؤسسة على اتخاذ القرارات المناسبة.

5. حماية المؤسسة واداراتها ضد أي هجوم يقع عليها نتيجة أخبار كاذبة أو غير صحيحة بالتنسيق مع الجهات ذات الارتباط .
6. طبع الكتب والنشرات الدورية والبحوث وعقد الندوات والمؤتمرات.
7. تسهيل مهمة الوفود الأجنبية الزائرة وتنظيم زيارات داخلية تعريفية وترفيهية لهم.
8. بحث شكاوى العاملين والمتعاملين مع المؤسسة ومحاولة إزالة أسبابها.
9. الاهتمام بالإصدارات الشهرية التي تظهر مواهب العاملين في المجالات المختلفة.
10. أداء كل ما يتعلق بتكوين صورة ذهنية متميزة عن المؤسسة لدى المتعاملين معها وكذلك الرأي العام.
11. تشجيع الاتصال بين إدارات المؤسسة المختلفة تحقيقاً لفعالية التنسيق وإيجاد التفاهم والانسجام المتبادل بينهما.
12. العمل بشكل متقارب وتنسيق تام مع الأقسام الأخرى في الأمور المشتركة.
13. التوصية بتقديم الإعانات والدعم الاجتماعي للعاملين الذين يواجهون مشكلات تؤثر على أدائهم. وكذلك التوصية بتحفيز المبدعين رفعاً للروح المعنوية لمزيد من البذل والعطاء.
14. اعداد المطبقات والملصقات.
15. توفير جهات داعمة لانشطة المؤسسة .
16. اى تكاليف اخرى تصدر من الإدارة العليا.

أقسام المنظمة

قسم الايتام :

أنشطة مجال كفالة الأيتام :

- توزيع كفالات.
- توزيع ملابس للأيتام.
- توزيع لحوم الهدى.
- إقامة للمخيم الصيفي للأيتام .
- توزيع الحقيبة المدرسية + الملابس.
- إقامة مشروع افطار الصائم للأيتام + الاسر المتعففة.

1-محور صرف الكفالات (الدفع المالي للأيتام) :

يقوم القسم بالتنسيق مع قسم الشؤون المالية بصرف الكفالات المالية للأيتام خلال السنة حيث يتم صرف المبالغ المالية كل ثلاثة أشهر لكل منظمة إضافة إلى المبالغ الإضافية حيث يتم حضور ولى امر اليتيم إلى المؤسسة وصرف مستحقات اليتيم .

معظم العمل فى هذا القسم عمل تنفيذى والعمل على مدار العام حيث هنالك 2094 يتيم يتم الاتصال بهم 4مرات فى السنة لكل يتيم وكذلك كتابة 4000 تقرير سنوياً وإرسالها إلى الكفلاء إضافة الى المقابلات وحل المشكلات التي تتعلق بالأيتام مع أوليا اومور الأيتام ، وأيضا من أعمال القسم التسويق الذي يتم فيه حصر الاستثمارات وتصنيفها وادخاله ا فى الكمبيوتر لإرسالها الى التسويق مع تحضير الشهادات وكل المستندات الرسمية التي تخص الايتام فقد تم تسويق هذا العام عدد 560 يتيم وارسال مستنداهم وتصويرها ، ووضعها داخل ملفات خاصة، وكذلك تم تصميم 2094 ملف لكل يتيم يتحوى على مستنداته الأساسية وبالحروف الابجدية حتى يتم تنظيم العمل.(71. نفس المسؤول:(2016/11/22م).

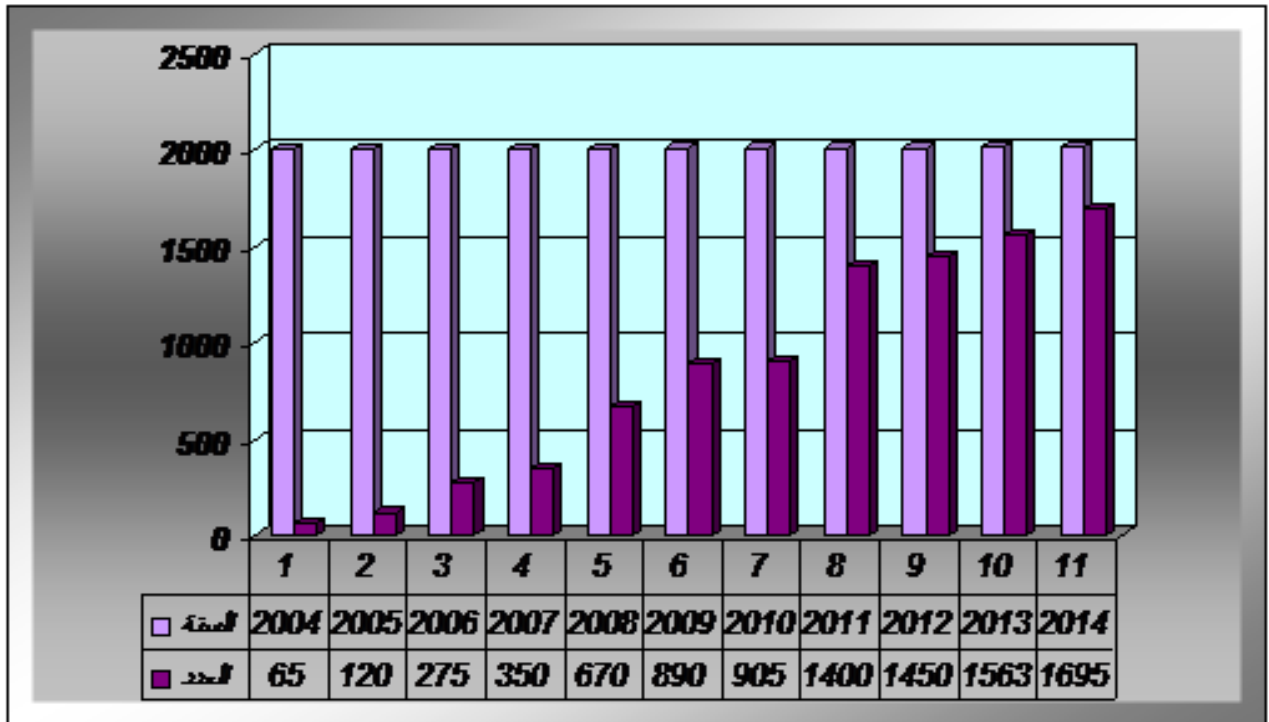
2- العمل المباشر للايتام

فى هذا القسم العمل المباشر لكفالة الايتام حيث يتم التنسيق فى هذا العمل مع جمعية الشارقة الخيرية بدولة الإمارات العربية المتحدة.

اما الكفالة الداخلية فتضم مجموعة سودائل للاتصالات حيث كانت البداية لمشروع الكفالة الوطنية حيث تمت الاستجابة من مجموعة سودائل للاتصالات وتمت كفالة 121 كفالة شهرية.

كما تمت كفالة 5 ايتام مقدمة تبرع شخصى من محسن سوداني. ومن العام 2004م وحتى العام 2015م تزايد عدد الايتام بصورة جيدة حيث وصل اجمالى الايتام المكفولين 1768 يتيم.

الرسم البياني (1) : عدد الكفالات من عام 2004م وحتى عام 2014م



العمل الاجتماعي مشاريع عام 2015م

م شروع افطار صائم:-

يعد هذا المشروع من المشاريع الكبيرة التي تنفذها المؤسسة حيث كونت لجنة عليا لتنفيذ المشروع برئاسة السيد نائب الامين العام عملت اللجنة من منتصف رجب الى شعبان كلجنة جمع وقامت بالاتصال ب 25 جهة خارج وداخل السودان وتم جمع الاتي :-

1/ تم توريد 50 الف جنيه من ديوان الزكاة.

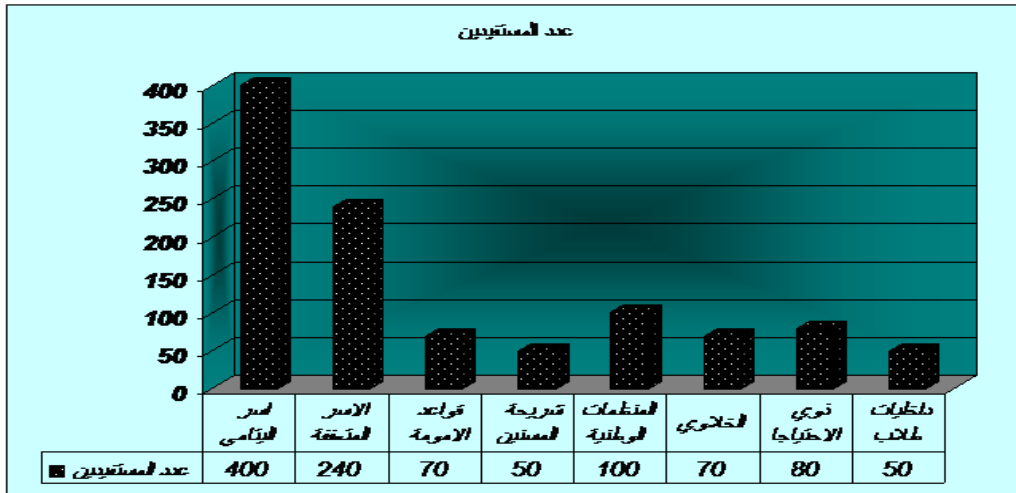
2/ تم توريد مبلغ 37 / 500.

3/ تم التبرع لعدد 2 جوال سكر من خيرين.

تم تجهيز عدد 1050 كيس حيث احتوي الكيس علي سبعة اصناف (سكر - بلح - كيكبي - كركدي - دقيق - شعرية - زيت).

وتم تنفيذ المشروع في احتفال كبير بمباني المؤسسة بتشريف ممثل الأمين العام لجهاز السودانين العاملين بالخارج وبحضور قيادات من المنظمات الطوعية والجهات ذات الاختصاص واستهداف الشرائح الخاصة (الاقزام والمسنين) المجمعات الطلابية والخلاوي والأسر المتعفة و أسر الأيتام و تم توزيع كيس الصائم الذي يحتوي علي مواد تعين الصائم علي اداء فريضة الصوم.

الرسم البياني (2) : عدد المستفيدين من مشروع افطار صائم



مشروع فرحة عيد الفطر المبارك يوليو 2015م

وهو من المشروعات الموسمية التي درجت المؤسسة لتقديمها لليتامى والأسر المتعففة وذوي الاحتياجات الخاصة وتم تدشين المشروع في احتفال شرفه السيد الرئيس المناوب للمجلس التنفيذي للمؤسسة وممثل والى ولاية الخرطوم السيد معتمد محلية الخرطوم وبحضور وممثل سفير دولة ا لأمارات العربية المتحدة بالسودان و رئيس الاتحاد الوطني للشباب السوداني وعدد من قيادات المنظمات الوطنية وتم توزيع فرحة العيد لأسر اليتامي والأسر المتعففة.

مشاركات

- المشاركة فى لقاء المنظمات بالسيد/رئيس الجمهورية فى قاعة الصداقة مارس 2009م.
- منتدى الإعلاميين للتوعية بقضايا السكان (حول بطالة الشباب) ابريل 2009م.
- منتدى المجلس القومي للسكان حول الاستعداد للكوارث - يونيو 2009م.
- جلسة نقاش بعنوان الفقر في السودان معطيات جديدة بدعوة من مركز دراسات المجتمع - نوفمبر 2009م.
- يوم مفتوح لبيك يا غزة مركز الشهيدة سعاد طمبل الإجتماعية.
- تأثير ادعاءات المحكمة الجنائية الدولية على السلم الإجتماعي منبر سند.
- منتدى الجنوح وجرائم الاطفال وزارة الرعاية الإجتماعية ومجلس الوزراء.
- حضور افتتاح مركز احباب لتنمية مهارات المرأة والطفل.
- ورشة عمل عن إنفاذ السودان لالتزاماته الدولية فى اعداد وتقديم التق ارير الدولية المجلس الاستشاري لحقوق الإنسان بالتعاون مع بعثة الأمم المتحدة.
- المشاركة فى ذكرى الشهيد الزبير محمد صالح بالشمالية.

التقليل من حدة الفقر والمساعدات

- تم تنفيذ (20) مشروع بعضها بالتنسيق مع بنك الأسر وبعضها بدعم من جهات خيرية متمثلة في مشاريع مختلفة (اتصالات + بوتيكا + تجارة).
- تم دعم (100) حالة مختلفة بالاتصال ببعض الخيرين (دعم شخصي) نسبة لظروف طارئ).
- تمت زيارة لمركز الداعيات وتقديم محاضرة ودعمهم ببعض المواد الغذائية.
- تمت زيارة للمستشفى التركي قسم الأطفال وتقديم محاضرة عن التغذية السليمة للأطفال ودعمهم ببعض مواد التغذية (لبن + زيت + حلويات....).
- دعم مركز المشردين ببعض المواد الغذائية.
- تم تقديم 1170 كيس يحتوى على ملابس وأدوات صحية ابان الفيضانات وقد تم توزيعها بمنطقة الازهرى وسوبا كما تم توزيع عدد 250 جركانة مياه.

برامج اجتماعية -

- فى اطار السعى لتوسيع دائرة العمل الاجتماعى عقد لقاء مع السيدة وزيرة الرعاية والضمان الاجتماعى تم بموجبه التصديق بأمر مستديم للعمل الاجتماعى الخاص بمؤسسة الزبير الخيرية.
- فى اطار دعم الشرائح الضعيفة والاعانات المباشرة تم تقديم اعانات مباشرة للطلاب والمحتاجين الذي يتون مباشرة الى المؤسسة.
- تم عقد اجتماع مع منظمة ادرا و المجلس القومى لرعاية الطفولة والشبكة السودانية للتعليم للجميع، افضى الى توقيع مذكرات تفاهم بخصوص العمل المشترك مع المنظمة العالمية للأمم و الطفولة لتدريب قواعدها بالمحليات المختلفة. (72. نفس المسؤول: 2016/11/24م).

المشاريع الموسمية

1- إفطار صائم.

2- فرحة العيد.

3- مشروع الأضاحي.

4- زكاة الفطر.

الدورات التدريبية للقواعد بالمحليات المنفذة عبر منظمة ادرا:-

1. تدريب 50 امرأة بمحلية شرق النيل وامبدة في (تصميم الأعمال اليدوية -

صناعة المخبوزات - الخياطة - اسعافات الاولية - مكافحة الايدز).

2. تدريب متدربات بمحلية جبل اولياء وامبدة كميترات للعمل مع المنظمة.

3. تدريب عدد 2 كميترات للقيام بحملات النظافة اصحاب البيئة.

4. دعم السيدات بائعات الشاي للمعدات التي تعينها في مهنتها الشريفة.

5. تملك وسائل الإنتاج لمساعدة الأسر المتعفة لمجابهة احتياجاتها

اليومية متمثلة في الثلجات.

6. إعداد قافلة دعم الأمهات للمتضررات جراء الأمطار والسيول والفيضانات

تحتوي على مواد (غذاء - كساء - إيواء) بمحلية شرق النيل - الشقطة

شمال.

7. قدمت المنظمة العالمية للامومة والطفولة الإعانات المباشرة وساهمت في

حل كثير من الاحتياجات العاجلة للمحتاجين من الطالبات للرسوم الدراسية

على مستوى كل المراحل والامهات الذين ياتون الى مقر المنظمة حيث

بلغت جملة الاعانات المباشرة بمبلغ وقدره 52.000 ج فقط اثنان وخمسون

الف جنيه سوداني لاغير.

قسم العمل الخارجي العام 2014م (التعاون العربي والإسلامي): أولاً المشاركات

- في فعاليات معرض ومؤتمر ديهاد للإغاثة والتطوير بدولة الإمارات العربية المتحدة في دورته العاشرة زار المؤسسة وفد من مؤسسة محمد بن راشد آل مكتوم للأعمال الخيرية والانسانية الاستاذ/صالح زاهر المدير التنفيذي (إغاثة) ، شاركت المؤسسة في فعاليات الإجتماع الأول للمكتب الإستشاري المنظمات الاعضاء بالتعاون الاسلامي في جدة - ابريل.
- اجتمع السيد الأمين العام في موسم الخريف بوفد تحالف مؤسسة الوفاق للعمال الخيرية والدعوية الذين احضروا طائرة اغاثية لمت ضروري السيول والامطار.

العلاقات الافريقية والاسيوية المشاركات

- 1- شارك السيد/الأمين العام ونائبه في فعاليات الدورة 23 للاتحاد الافريقي. حيث المؤسسة تترأس المجموعة الوطنية لحقوق الإنسان وهي مجموع ة منظمات طوعية غير حكومية تضم في عضويتها أكثر من 38 منظمة من منظمات المجتمع المدني السودانية عشرون منها حائزة على الصفة الاستشارية للمجلس الإقتصادي والإجتماعي التابع للأمم المتحدة، وحاصلة على عضوية المجلس الإقتصادي والإجتماعي الثقافي الأفريقي وأيضاً عدد من هذه المنظمات حاصلة على صفة المراقب بالمفوضية الأفريقية لحقوق الإنسان والشعوب، ودرجت المجموعة دوماً على المشاركة الدورية الراتبية في فعاليات اعمال القمة الأفريقية حيث استطاعت من خلال المشاركة في اعمال القمة الثانية والعشرين للاتحاد الأفريقي والتي انعقدت في اديس ابابا في الفترة من 24-31 ينا 2014م عكس امكانيات السودان الإقتصادية والإجتماعية

والزراعية وكانت فرصة سانحة لمنظمات المجتمع المدني لعكس دورها الرائد في دعم مسيرة السلام والتنمية في البلاد ، وبناء على ماتم شاركت المجموعة في فعاليات هذه القمة من خلال اقامة معرض يعكس مفاهيم الحق في الغذاء وعكس لإمكانيات السودان الزراعية والصناعية والعمل على اقامة ندوة كبرى عن الحق في الغذاء والمشاركات في فعاليات اخرى نشير اليها في تقريرنا هذا تباعاً.

الانشطة التي تمت

1- عقدت بالمقر الرئيسي للإتحاد الأفريقي ندوة كبرى عن الحق في الغذاء في افريقيا وحظيت الندوة بحضور نوعي مميز وتم تغطيته اعلاميا من جانب القنوات المحلية والدولية.

شارك السيد/ الامين العام ونائبه في الندوة الى جانب الأنشطة في الندوة الخاصة بالمحكمة الجنائية الدولية والتي قدمها الخبير القانوني الدكتور ديفيد هويل والبروفسور محمد الحبيب - استاذ القانون الدولي بجامعة اديس اب - ابـ والتي تناول فيها ابعاد قضايا المحكمة الجنائية وتدشين كتابه الجديد الذي صدر تحت عنوان (The I.C.C : Europe's Guantanamo Bay).

اجتماعات الاوكسوك -

2- شارك السيد/طارق عبد الفتاح نائب الأمين العام للمؤسسة رئيس دائرة افريقيا بالمجموعة نائب المجلس الإقتصادي والإجتماعي بالإتحاد في إجتماعات جانبية ضمت أعضاء اللجنة الدائمة مع الدكتورة/ناكسوزا زوما رئيس مفوضية الأتحاد الأفريقي والذي تم فيه مناقشة مواضيع هامة تتعلق بأنشطة المجلس ومنها انتخابات مجلس الاوكسوك ووضع خارطة طريق للانتخابات القادمة للمجلس .

3- تحضير مشاركة المجموعة الوطنية في القمة رقم 23 للإتحاد الأفريقي -
غينيا الأستوائية-ملايو - في الفترة من 23-27 يونيو 2014م حيث نفذت
الانشطة التالية:-

اولا المعرض

شاركت المجموعة بمعرض من عشرة لوحات عكس الإمكانيات الزراعية
والتنموية بالسودان وقدرة السودان الكبيرة على المساهمة في تحقيق الأمن الغذائي
الإفريقي.

ثانيا ندوة بعنوان العقوبات الاقتصادية القسرية الاحادية:

العلاقات الاوربية والامريكية المشاركة في دورات مجلس حقوق الإنسان بجنيف،
تترأس المؤسسة الحملة الدولية للتدابير القسرية الانفرادية الذي بادرت بها
المؤسسة.

أهداف الحملة

1. دعم الجهود الدولية، خاصة في مجلس حقوق الإنسان، الرامية إلى منع
التدابير القسرية الانفرادية ومساءلة من يفرضها.
2. إستقطاب الدعم الرسمي وغير الرسمي وطنياً وإقليمياً ودولياً عبر العالم
لإنهاء التدابير القسرية الانفرادية.
3. التوثيق الكمي والنوعي للآثار السالبة للتدابير القسرية الانفرادية على تمتع
المواطنين في الدول المستهدفة بحقوق الإنسان في سياق ضمان مساءلة
أولئك المسؤولين عن إنتهاكات حقوق الإنسان الناجمة عن تطبيق التدابير
القسرية الانفرادية ضد أي دولة.
4. تقديم الدعم لضحايا فرض التدابير القسرية الانفرادية لتقديم شكاوى إلى
الآليات الدولية والإقليمية المناسبة.

5. التوعية والتثقيف بأثر التدابير القسرية الإنفرادية على التمتع بحقوق الإنسان ونشر كافة التقارير والدراسات والقرارات الدولية والإقليمية والجهود المختلفة المتصلة بالأمر.

التعاون العربي والإسلامي العام 2015م المشاركات

متابعة المخاطبات التي تمت مع المنظمات بدولة قطر وهي (مؤسسة الشيخ جاسم بن جبر - جمعية الهلال الأحمر - جمعية قطر الخيرية - جمعية عيد الخيرية - مؤسسة الشيخ ثاني بن عبدالله للخدمات الإنسانية "راف") ، ومتابعة تسجيل المؤسسة بوزارة الخارجية لتمكينها من تمويل المشروعات ، جاري التحضير للمؤتمر العربي الليتامي بالتنسيق مع هيئة الاغاثة الاسلامية بالسعودية وذلك حسب التكليف الصادر من أجمع الثاني لمجلس المنظمات الحاصلة على الصفة الإستشارية بمنظمة التعاون الإسلامي الذي اقيم في قطر مايو 2014م. في فعاليات معرض ومؤتمر ديهاد للإغاثة والتطوير بدولة الإمارات العربية المتحدة في دورته العاشرة وتفعيل العمل الثنائي المشترك بين المؤسسة ومؤسسة محمد بن راشد للاعمال الخيرية والأنسانية اذ عقد أجمع ضم المؤسستين لدفع خطي العمل المشترك.

العلاقات الافريقية والاسيوية

المشاركات

اولاً: شاركت المؤسسة متراسة وفد المنظمات الوطنية في القمة الأفريقية .
الأنشطة التي تمت

- 1- المشاركة في فعاليات قمة رؤساء الدول.
- 2- شاركت المؤسسة في الندوة الخاصة بالمحكمة الجنائية الدولية والتي قدمها الخبير القانوني الدكتور/ديفيد هويل و السيد/جوزيف شنقي رئيس المجلس الإقتصادي الإجتماعي الثقافي بالاتحاد الأفريقي حيث تم خلال الندوة تسليم كافة

وسائل الإعلام الدولية كتاب عن كتاب عن تداعيات المحكم مة الجنائية واذواجية المعايير تأليف الخبير البريطاني والناشط الحقوقي د/ديفيد هويل وكما تم توزيعه لرؤساء الدولة الافريقية.

3- عقد ندوة بمقر الأتحاد الأفريقي - العقوبات الإقتصادية القسرية الأحادية).

المعرض

- شاركت المجموعة الوطنية لحقوق الإنسان بمعرض متكامل عن دور السودان في حركات التحرر الإفريقية .

- أثر التدابير القسرية الإنفرادية على المواطن السوداني بصفة عامة وعلى المرأة بصفة خاصة .

ثانيا: شارك السيد نائب الأمين العام في الأتجماع الذي نظمته مفوضية الشؤون السياسية بالأتحاد الإفريقي لأرشاء المعهد الإفريقي للتدريب على حقوق الأنسان والذي اقيم بكينيا في الفترة من 20-24/ يوليو حيث تم نقاش الأطار العام للنظام الأساسي للمعهد وهذا العمل يمكن المؤسسة من ان يكون لها عضوية دائمة بالمعهد الذي يوفر التدريب لكوادر المنظمات ا لإفريقية بكامل تمويله من قبل الأتحاد الإفريقي، وعلي هامش الأتجماع تم لقاء السيد نائب الأمين العام بسعادة السيدة/امينة محمد وزيرة الخارجية الكينية.

ثالثا: تم ترتيب الأتجماع الخاص بالمكتب الدائم للمجلس الاقتصادي الاجتماعي الثقافي بالأتحاد الافريقي بالخرطوم في الفترة من 23 - 29/ مايو.

العلاقات الاوروبية والامريكية:

المشاركة في دورات مجلس حقوق الأنسان بجنيف الدورة (28)، تترأس المؤسسة مجموعات المنظمات السودانية في مشاركات المجلس والتي كان ابرزها خلال الدورة 27 التي دشنت فيها الحملة الدولية لمناهضة التدابير القسرية

الانفرادية الذي بادرت بها من خلال عقد ندوة وتقديم بيانات و أعداد معرض يحوي الأثر السالب للتدابير والتي افضت الى تعيين مقرر خاص للتدابير الفسرية.

مركز الطوارئ والإسعاف اغاثات 2007م

حملة إغاثة غزة العام 2009م -

إثر تعرض سكان غزة للعدوان الإسرائيلي و تدهور الأوضاع الإنسانية بصورة مريعة كونت المؤسسة لجنة عليا لإغاثة المتأثرين و تم تجهيز عدة أطنان من الأدوية و الأغذية و الأغذية، حيث تم التعاون مع منظمات طوعية وطنية و معارج - و الهلال الأحمر و تم إرسال طائرة محملة بـ 36 طن من المواد المختلفة يرافقه فريق طبي حيث هبطت الطائرة في مطار العريش و تم توصيل المساعدات عبر معبر رفح إلى المتأثرين.

إغاثة المتأثرين من الأمطار بولاية الخرطوم:-

تعرضت أجزاء واسعة من ولاية الخرطوم في خريف هذا العام للسيول و الأمطار الذي أدى لتدمير عدد كبير من المنازل و المؤسسات التعليمية و الصحية و غيرها بمحلياتها المختلفة إلا أن أكثر المناطق تضرراً كانت محليات جبل أولياء - شرق النيل - الخرطوم، و فور هطول الأمطار بغزارة تم تكوين غرفة عمليات بالمؤسسة قامت بعمل مسوحات ميدانية و تم تقديم العون العاجل المتمثل في أغذية للمتأثرين بمنطقة سوبا محلية جبل أولياء ، و تم فتح عيادة ثابتة و عيادة متحركة لتقديم الخدمات الصحية.

- تم وضع الإسعاف في حالة تأهب تام و تم بحمد الله إنقاذ حياة عدد كبير من المصابين من داخل المناطق المدمرة والتي لا توجد بها وسيلة أخرى لإنقاذ المصابين.

- كما تم توفير مياه الشرب الصالحة نسبة لتلوث المياه بالمنطقة ، و تم استخدام عربة تانكر لتوزيع المياه الصالحة حتى توفرت مياه الشرب وكان لجهود المؤسسة

دوراً كبيراً في السيطرة على الأوضاع الصحية ومنع تفشي الأوبئة ، وذلك من خلال مشاركة متطوعي منظمة شباب النجدة.

حملة إصاح البيئة بشرق النيل:-

نسبة لعدم وجود تصريف لمياه الأمطار تحولت أحياء الخرطوم لمستنقعات و مياه راكدة أدت لتوالد الذباب و البعوض بصورة كبيرة مما شكلت خطراً على الصحة العامة و بالتنسيق مع الشبكة الوطنية لإصاح البيئة التي ترأسها مؤسسة الزبير الخيرية عبر المركز العالمي للطوارئ والإسعاف تم توزيع ولاية الخرطوم **ثلاثة مناطق: الخرطوم الكبرى - أم درمان الكبرى - بحري الكبرى.**

تم تكليف مؤسسة الزبير بمنطقة بحري الكبرى و هي تشمل محليتين بحري و شرق النيل، و بالفعل ح ركت المؤسسة عدد 20 من متطوعي منظمة شباب النجدة وكميات كبيرة من المبيدات و 20 طلّمة رش ضبابية و 10 طلّمات رش يدوية و عدد ثلاثة طلّمات ساحبة كبيرة و استمرت الحملة لمدة أسبوع تم فيه التنسيق مع سلطات المحلية والمنظمات (معارض - الجمعية الطبية - مبادرون) و تم تنفيذ حملة بكل المقاييس و تم تقييم للعمل بإصاح البيئة حيث جاءت شرق النيل في المرتبة الأولى و أشاد المجلس التشريعي في أجمع التقييم لكارثة الأمطار بمؤسسة الزبير الخيرية.

حملة إصاح البيئة بولاية الجزيرة:-

نفذت المؤسسة بالتعاون مع الشبكة الوطنية لإصاح البيئة حملة إصاح بيئة بمدينة ود مدني بولاية الجزيرة و استمرت الحملة لمدة 4 أيام تم فيها رش المدينة بالطلّمات الضبابية و الرزازية و الرش للطور اليرقي بواسطة الطلّمات اليدوية و كان للحملة أثر كبير في السيطرة على الأوضاع الصحية بالمدينة .

الحملة الثانية لإصحاح البيئة بشرق النيل :-

أبدت منظمة الإصحاح و الرعاية الرغبة في التعاون مع المؤسسة في مجال إصحاح البيئة و تم الاتفاق على تنفيذ حملة محلية شرق النيل شاركت المؤسسة بمتطوعي منظمة شباب النجدة والطلّمبات و إدارة الحملة و يعتبر المشروع شراكة ناجحة وميدانية لتعاون مستمر بإذن الله مع منظمة الإصحاح و الرعاية.

ثانيا : دارفور :-

بدأت مؤسسة الزبير الخيرية نشاطها بدارفور في العام 2002م وتم فتح مكتب البعثة في شمال دارفور في العام 2004م بمدينة الفاشر. في مجال الإيواء والصحة والغذاء وغيرها من الأنشطة الإنسانية ونسبة لظروف إدارية وامنية توقف نشاط المؤسسة في العام 2005م. تم إعادة نشاط المؤسسة في ابريل 2009م و أعيد تأسيس المكتب و تعيين الكادر العامل واستأنف العمل بمعسكر ابوشوك للنازحين لعدد 54,000 شخص ومعسكر طويلة والمناطق الريفية الأخرى بعدد 24,000 شخص.

كساء الصيف :-

- تم تنفيذ برنامج كساء الصيف لعدد 2 ألف أسرة بمعسكر أبوشوك للنازحين، كما تم توزيع عدد 700 مشمع بأبوشوك، وتوزيع حليب للأطفال لعدد 2.000 أسرة.

المناسط :-

- بدأ نشاط المؤسسة بإصحاح البيئة بمعسكر أبوشوك للنازحين حيث يتم رش المعسكر شهرياً لمكافحة نواقل الأمراض.
- تم تنفيذ حملة نقل نفايات حيث تم في الحملة الأولى نقل 40 طن من النفايات والتخلص منها بمعسكر ابوشوك والسلام.

طوارئ الخريف:-

نفذت مؤسسة الزبير عمل حملات إصاح بيئة بمعسكرات زمزم و مدينة
الفاشر والسلام.

مشروعات المياه:-

تعتبر أنشطة المؤسسة في العام 2008م و 2009م نقله كبيرة في مجال
العمل الإنساني بدارفور حيث تحولت الأنشطة من إغاثية إلى تنموية بالتركيز على
مجال المياه الذي يأتي في أولويات التنمية بدارفور.

في هذا المجال تم تنفيذ 15 مشروع بجنوب دارفور و في هذا العام بدأ
التنفيذ لعدد 7 محطات مياه.

مشروعات شهر رمضان المعظم:-

- تمثل نشاط المؤسسة بدارفور في رمضان في مشروع كيس الصائم حيث تم
توزيع كيس الصائم لعدد 450 أسرة بمنطقة تورتورا و هي تبعد من الفاشر مسافة
30 كيلومتر، يحتوي الكيس على سكر - بلح - دقيق سيقا - كركدي - عدسية.
- تم تنفيذ إفطار جماعي بمعسكر أبوشوك للنازحين.

ان الخريف الذي انتظم كل أنحاء البلاد بأمطار غزيرة وفيضانات عارمة
اجتاحت العديد من الشواطئ بكل أنحاء البلاد، هب الشعب السوداني بكل فئاته
وقطاعاته لنجدة المناطق المتأثرة بالفيضانات والأمطار والسيول وانطلقت القوافل
نحو تلك المناطق المتأثرة كافة وفي مقدمتها منطقة (ابوكرشولا) التي تعرضت
إلى استهداف مسلح واجه خلاله المواطنون الموت وسلب ونهب الممتلكات
وتحطيم وتدمير المنشآت الخدمية، وكانت القوافل المحملة ترد تلك المناطق من كل
أجزاء البلاد في ملحمة شعبية شهد بها الناس.

واستقبلت البلاد بالترحاب كله الطائفة الاغاثية الضخمة التي صوبتها
مؤسسة محمد بن راشد ال مكتوم للاعمال الخيرية والانسانية والتي هبطت مطار

الخرطوم حاملة عشرات الاطنان من مواد الاغاثة والايواء والكساء والمعدات الطبية واستقبلت المناطق المتأثرة هذا الدعم الاتي من دولة الامارات العربية الشقيقة التي درجت على الوقوف بجانب السودان واهله في كل الملمات كما استقبلت البلاد مساعدات نظيرة من العديد من الدول العربية في مقدمتها ليبيا . وشكلت الإغاثة اكبر مناشط المؤسسة ا لإنسانية الطوعية وتوجهت خدمات الإغاثة الى كل مناطق البلاد المتأثرة ، تحركت قافلة إغاثية للمتضررين بدولة سوريا جراء الحرب واستهدفت القافلة 1400 اسرة بالأغذية و الأغطية ووصلت عبر الاراضى التركية بالتعاون مع منظمة (هل من احد) التركية .

بتوجيهات من اللجنة العليا للإغاثة تحركت قافلة إنسانية عاجلة الى المتضررين من أحداث الاعتداءات الغاشمة على ولاية شمال كردفان (أم روابة - أبو كرشولا) تحتوى على مواد غذائية و مواد إيواء ، وشاركت فيها المنظمات الآتية : (مؤسسة الزبير الخيرية - منظمة معارج للسلام والتنمية - المؤسسة الصحية العالمية - منظمة حواء (باسم اللجنة العليا للإغاثة) وذلك بتاريخ 30 ابريل 2013م.

تحرك وفد لجنة الإغاثة لإجراء مسح ميدانى فى مناطق جنوب الخرطوم التى بها اكبر كثافة وتمركز للنازحين (حسب المعلومات المتوفرة) لمعرفة حجم السكان والاحتياج الحقيقى .. شملت الزيارة الأحياء الآتية :-

الأزهرى . النصر (م - ايو) . عد حسين . الإنقـاذ . العدد الكلى للنازحين (3400 نازح) - (حتى تاريخ 14 / 5 / 2013م) . عدد الأسر (850 أسرة) - (1700 طفل - 1200 إمراة - 500 رجل)، بعدها تم إرسال قافلة إغاثية محملة

بالمواد المطلوبة ووزعت عليهم ، اثناء كارثة السيول و الأمطار التى ضربت

مختلف ولايات و مدن و قرى السودان المختلفة كانت المؤسسة تملك زمام

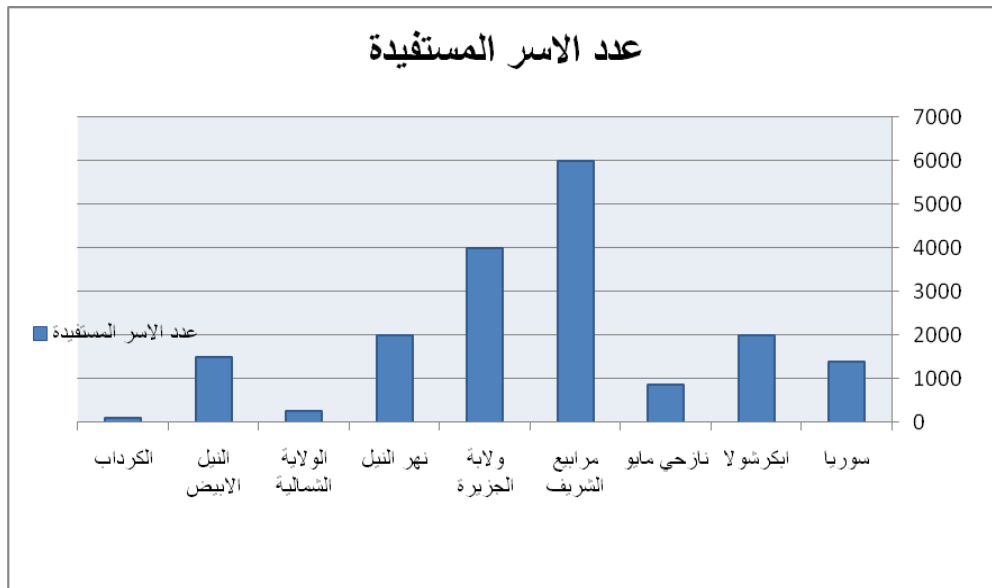
المبادرة بإطلاقها نداء عاجل للمنظمات الطوعية ليتم التنسيق فيما بينها تأهبا لدرء

- آثار الكارثة و تخفيف اضرارها ، فسارت مجموعة من القوافل التي اطلقتها المؤسسة بالتعاون مع جهات مختلفة من داخل و خارج السودان شملت الاتى :
1. سارت ثلاثة قوافل مستهدفة عدد 6000 ألف اسرة بمنطقة (مراييع الشريف) تم توزيع وجبة افطار الصائم لهم فى منازلهم و داخل احياء المنطقة عبر متطوعى شباب النجدة فى الفترة من 4- 7 أغسطس 2013م.
 2. كذلك وصلت قوافل المؤسسة الى ولاية الجزيرة مستهدفة اكثر المحليات تضررا (محلية ام القرى - محلية المناقل) لتوفر احتياجات 4000 ألف اسرة من (الدقيق و المشمعات و الذرة و السكر و ملابس الأطفال و الخيش) 8/11 - 2013/9/13م.
 3. وولاية نهر النيل فى محلية ابو حمد وصلتها قافلة إغاثية استفاد منها عدد 2000 أسرة (مشمعات - دقيق - سكر) 15 اغسطس 2013م.
 4. الولاية الشمالية وصلتها قافلة للمتضررين بمنطقة (اوربى) استهدفت 250 اسرة تم امدادهم بالسكر و المشمعات 2013/8/6م.
 5. ولاية النيل الابيض (محلية قلى) وصلتها قافلة محملة ب 10 أطنان من المواد الاغاثية المختلفة استفاد منها عدد 1500 أسرة من المتضررين بالتعاون مع (مؤسسة الطاهر الزاوى- ليبيا) ضمن التنسيق بين منظمات دول التعاون الإسلامى 5 سبتمبر 2013م.
 6. كذلك وصلت قافلة إغاثية الى منطقة (الكرداب) بولاية الخرطوم (محلية شرق النيل) ليتم توزيع طرود غذائية لعدد 100 أسرة متضررة و ذلك بالتعاون مع ممثلى الجالية السودانية بولاية (دالاس) الامريكية 2013/9/14م.

الجدول (1) ادناه عدد الأسر المستفيدة من القوفل الإغاثية التي قامت بها المؤسسة للمتضررين جراء السيول والفيضانات في فصل الخريف حيث نجد ان اكثر الأسر المستفيدة كان بمراييع الشريف بمحلية شرق النيل.

م	جهة الاغاثة	عدد الاسر المستفيدة	النسبة %
1	سوريا	1400	8 %
2	ابوكرشولا	2000	11 %
3	نازحي مايو	850	4 %
4	مراييع الشريف	6000	33 %
5	ولابة الجزيرة	4000	22 %
6	نهر النيل	2000	11 %
7	الولاية الشمالية	250	2 %
8	النيل الابيض	1500	8 %
9	الكرداب	100	1 %
		18100 أسرة	100 %

الرسم البياني (3) : عدد الاسر المستفيدة



من خلال عمل المؤسسة في عمليات الإغاثة ودرء كوارث فيضانات وانقاذ المتضررين جراء السيول والفيضانات في جميع انحاء السودان لهذا العام نال استحسان كل الأجهزة المعنية ادي ذلك للتكريم من المجلس الاعلي للدفاع المدني التابع لوزارة الداخلية الذي يرأسه السيد وزير الداخلية وذلك ضمن الاحتفال باليوم

العالمي للحماية المدنية وصلت للمؤسسة طائرة اغاثة من منظمة الوفاق الليبية وتم توزيع المساعدات للمتأثرين من السيول والامطار والفيضانات بولاية الخرطوم حيث شمل العمل اغاثة المنكوبين والمتضررين في قرى جبل اولياء وشمال امدرمان (الفتح) - دار السلام حيث شملت الاغاثة مواد كساء وبطاطين حيث تم توزيع عدد اكثر من 36 كرتونة سعة 12 دسنة ملابس رجالية ونسائية واطفال وعدد اكثر من 100 بطانية.

تعرضت افريقيا الوسطي لاحداث امنية مؤسفة ادت لنزوح عدد كبير خاصة المسلمين الذين تعرضوا لآبادة جماعية - وبمبادرة من مفوضية العون الانساني شاركت المؤسسة في حملة اغاثة المتأثرين بافريقيا الوسطي وتم تسيير طائرة محملة بالمواد الغذائية والادوية والاعطية والملابس ساهمت فيها المؤسسة - كما مثل المؤسسة في الوفد المصاحب للطائرة **الاستاذ/مصطفى شريف حسين** رئيس قسم الاغاثة.(73. نفس المسؤول:(2016/11/27م).

ثانياً : الإجراءات المنهجية :

تناول البحث وصفاً للطريقة والإجراءات التي أتبعتها في تنفيذ هـ، ويشمل ذلك وصفاً لمجتمع الدراسة وعينته، وطريقة إعداد أدواتها، والإجراءات التي اتخذتها للتأكد من صدقها وثباتها، والطريقة التي اتبعتها لتطبيقها، والمعالجات الإحصائية التي تم بموجبها تحليل البيانات واستخراج النتائج، كما يشمل المبحث تحديداً ووصفاً لمنهج الدراسة.

أولاً: مجتمع وعينة الدراسة:

يقصد بمجتمع الدراسة المجموعة الكلية من العناصر التي تسعى إليها الدراسة أن يعمم عليها النتائج ذات العلاقة بالمشكلة المدروسة. ويتكون مجتمع الدراسة الأصلي من 50 شخصاً. (74. نفس المسؤول: (2016/11/29م).

أما عينة الدراسة فقد تم اختيارها بطريقة عشوائية من مجتمع الدراسة، حيث قامت الباحثة بتوزيع عدد (31) استمارة استبيان على المستهدفين من بعض الذكور، والإناث، واستجاب (27) فرداً أي ما نسبته (90%) من المستهدفين، حيث أعادوا الاستبيانات بعد ملئها بكل المعلومات المطلوبة. وللخروج بنتائج دقيقة قدر الامكان حرصت على شمولية عينة البحث :

- 1 -الأفراد من الجنسين (الذكور والإناث).
- 2 -الأفراد من مختلف الفئات العمرية (20 عاماً، 21-31 عاماً ، 31-40 عاماً ، أكثر من 41 عاماً).
- 3 -الأفراد بحسب حالتهم الإجتماعية (عازب، متزوج،مطلق،أرمل).
- 4 -الأفراد من مختلف المؤهلات العلمية (الثانوي فما فوق ، جامعي ، فوق الجامعي).
- 5 -الأفراد من حيث المهنة (موظف، عامل، أخرى).

6 الأفراد من مختلف سنوات الخدمة (أقل من 5 سنوات، 6-10 سنوات، 11-20 سنة، 21 سنة فأكثر).

وصف الاستبيان:

أرفق مع الاستبيان خطاب للمبحوث، تم فيه تنويره بموضوع الدراسة وهدفه وغرض الاستبيان. وأحتوى الاستبيان على قسمين رئيسيين: (راجع الملحق رقم (2))
القسم الأول: تضمن البيانات الشخصية لأفراد عينة الدراسة، حيث يحتوي هذا الجزء على بيانات حول: النوع، العمر، الحالة الاجتماعية، المستوى التعليمي، المهنة، عدد سنوات الخدمة.

القسم الثاني: يحتوي هذا القسم على عدد (11) عبارة.

ثالثاً: ثبات وصدق أداة الدراسة:

الثبات والصدق الظاهري:

للتأكد من الصدق الظاهري لاستبانة الدراسة وصلاحيه عباراته ا من حيث الصياغة والوضوح تم عرض الاستبانة على عدد من المحكمين الأكاد يهيين والاختصاصيين فى مجال الدراسة والبالغ عددهم (3) محكمين (راجع المل ح ق رقم (1)) ومن مختلف المواقع الوظيفية والتخصصات العلمية ، وبعد استعادة الاستبانة من المحكمين تم إجراء التعديلات التي اقترحت عليها.

الثبات والصدق الإحصائي:

يقصد بثبات الاختبار أن يعطي المقياس نفس النتائج إذا ما استخدم أكثر من مرة واحدة تحت ظروف مماثلة ، ويعني الثبات أيضاً أنه إذا ما طبق اختبار ما على مجموعة من الأفراد ورصدت درجات كل منهم، ثم أعيد تطبيق الاختبار نفسه على المجموعة نفسها وتم الحصول على الدرجات نفسها يكون الاختبار ثابتاً تماماً. كما يعرف الثبات أيضاً بأنه مدى الدقة والاتساق للقياسات التي يتم

الحصول عليها مما يقيسه الاختبار ، ومن أكثر الطرق استخداماً في تقدير ثبات المقياس هي:

- 1- طريقة التجزئة النصفية باستخدام معادلة سبيرمان-براون.
- 2- معادلة ألفا-كرونباخ.
- 3- طريقة إعادة تطبيق الاختبار.
- 4- طريقة الصور المتكافئة.
- 5- معادلة جوتمان.

أما الصدق فهو مقياس يستخدم لمعرفة درجة صدق المبحوثين من خلال إجاباتهم على مقياس معين، ويحسب الصدق بطرق عديدة أسهلها كونه يمثل الجذر التربيعي لمعامل الثبات. وتتراوح قيمة كل من الصدق والثبات بين الصفر والواحد الصحيح. ومقياس الصدق هو مع رفة صلاحية الأداة لقياس مـ ا وضعت له. (75. عبد الدائم: 1984م ، ص355).

قام الباحث بإيجاد الصدق الذاتي لها إحصائياً باستخدام معادلة الصدق الذاتي هي:

$$\text{الصدق} = \sqrt{\text{الثبات}}$$

وقامت الباحثة بحساب معامل ثبات المقياس المستخدم في الاستبيان بطريقة التجزئة النصفية حيث تقوم هذه الطريقة على أساس فصل إجابات أفراد عينة الدراسة على العبارات ذات الأرقام الفردية عن إجاباتهم على العبارات ذات الأرقام الزوجية، ومن ثم يحسب معامل ارتباط بيرسون بين إجاباتهم على العبارات الفردية والزوجية وأخيراً يحسب معامل الثبات وفق معادلة سبيرمان-براون بالصيغة الآتية. (76. عبد الرحمن: 1998م ، ص149).

$$\text{معامل الثبات} = \frac{2 \times r}{r + 1}$$

حيث: (ر) يمثل معامل ارتباط بيرسون بين الإجابات على العبارات ذات الأرقام

الفردية والإجابات على العبارات ذات الأرقام الزوجية.
ولحساب صدق وثبات الاستبيان كما في أعلاه قام الباحث بأخذ عينة استطلاعية
بحجم (15) فرداً من مجتمع الدراسة وتم حساب ثبات الاستبيان من العينة
الاستطلاعية بموجب طريقة التجزئة النصفية وكانت النتائج كما في الجدول الآتي:

جدول رقم (2)

الثبات والصدق الإحصائي لإجابات أفراد العينة الاستطلاعية على الاستبيان

معامل الارتباط	معامل الثبات	معامل الصدق الذاتي
0.63	0.77	0.88

يتضح أن جميع معاملات الثبات والصدق لإجابات أفراد العينة الاستطلاعية على
العبارات المتعلقة بكل فرضية من فرضيات الدراسة، وعلى الاستبيان كاملاً كانت
أكبر من (50%) والبعض منها قريبة جداً إلى (100%) مما يدل على أن استبيان
الدراسة تتصف بالثبات والصدق الكبيرين جداً بما يحقق أغراض البحث، ويجعل
التحليل الإحصائي سليماً ومقبولاً.

رابعاً: الأساليب الإحصائية المستخدمة

لتحقيق أهداف الدراسة وللتحقق من فرضياتها، تم استخدام الأساليب

الإحصائية الآتية:

- 1- الأشكال البيانية.
 - 2- التوزيع التكراري للإجابات.
 - 3- النسب المئوية.
 - 4- معامل ارتباط بيرسون.
 - 5- معادلة سبيرمان-براون لحساب معامل الثبات.
- وللحصول على نتائج دقيقة قدر الإمكان، تم استخدام البرنامج الإحصائي SPSS
والذي يشير اختصاراً إلى الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية Statistical
Package for Social Sciences ، كما تمت الاستعانة بالبرنامج Excel لتنفيذ
الأشكال البيانية المطلوبة في الدراسة.

وفيما يلي وصفاً مفصلاً لأفراد عينة الدراسة وفقاً للمتغيرات أعلاه (خصائص المبحوثين):

1- النوع:

يوضح الجدول رقم (3) والشكل رقم (3) التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفق متغير النوع.

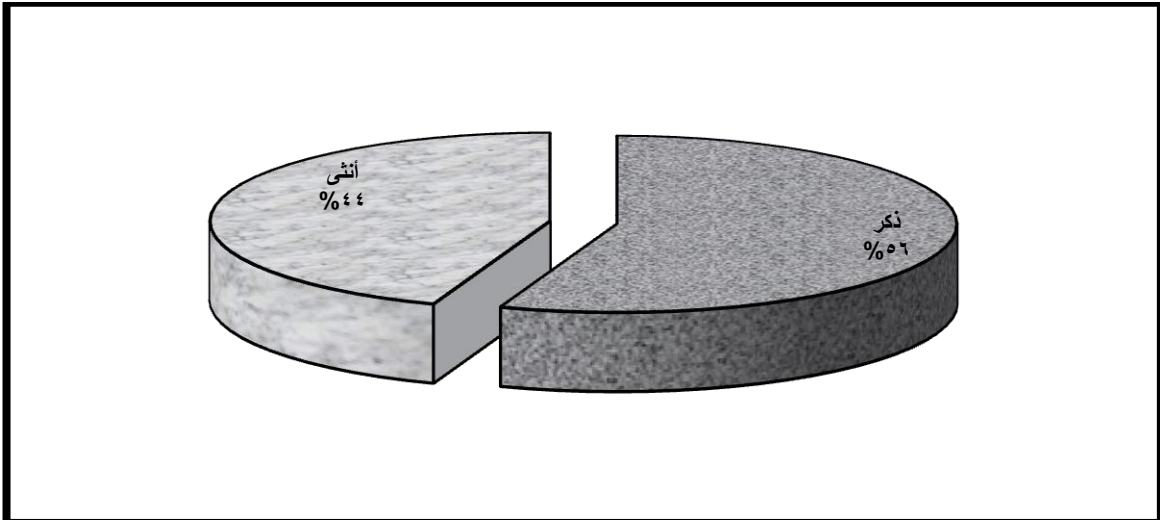
جدول رقم (3)

التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفق متغير النوع

النوع	العدد	النسبة المئوية
ذكر	15	55.6%
أنثى	12	44.4%
المجموع	27	100%

شكل رقم (3)

التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفق متغير النوع



يتبين أن غالبية أفراد عينة الدراسة هم من الذكور، إذ بلغ عددهم في العينة (15) فرداً ويمثلون ما نسبته (55.6%) من العينة الكلية، في حين بلغ عدد الإناث في العينة (12) فرداً ويمثلون ما نسبته (44.4%) من العينة الكلية أثبتت الدراسة أن نسبة الذكور طاقية على الإناث وحققت هدف البحث.

2- العمر:

يوضح الجدول رقم (4) والشكل رقم (4) التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفق متغير العمر.

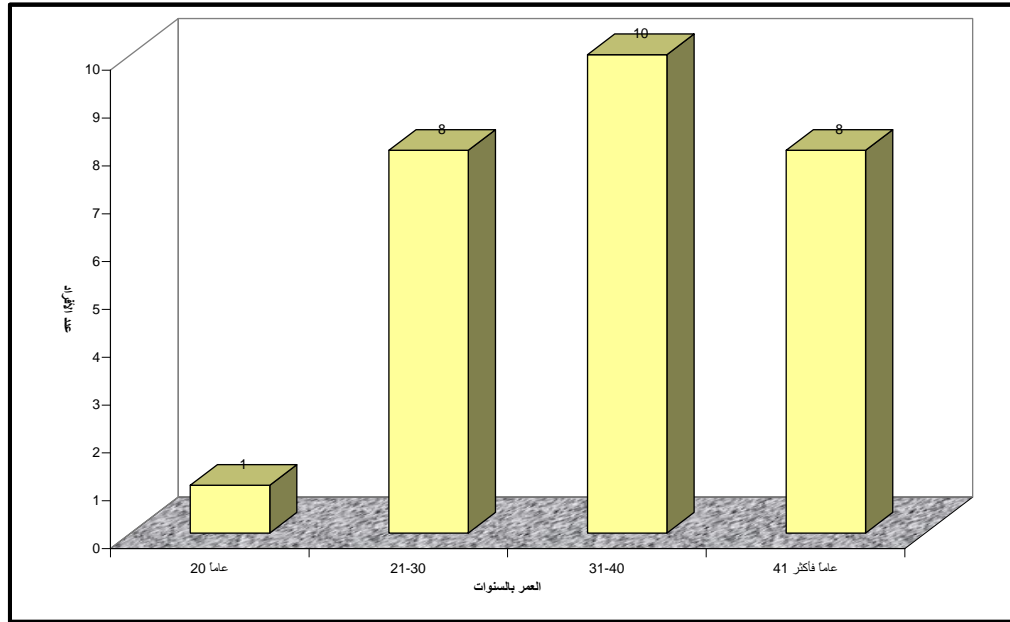
جدول رقم (4)

التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفق متغير العمر

العمر بالسنوات	العدد	النسبة المئوية
20 عاماً	1	3.7%
21-30	8	29.6%
31-40	10	37.0%
41 عاماً فأكثر	8	29.6%
المجموع	27	100%

شكل رقم (4)

التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفق متغير العمر



يبين

أن غالبية أفراد عينة الدراسة أعمارهم ما بين (31-40) عاماً، فقد بلغ عدد هؤلاء الأفراد (10) فرداً وبنسبة (37.0%) من العينة الكلية، وبلغ عدد الأفراد الذين أعمارهم ما بين (21-31) عاماً (8) أفراد وبنسبة (29.4%)، كما بلغ عدد الأفراد الذين أعمارهم (أقل من 20) عاماً فرداً واحداً وبنسبة (3.7%). كما تضمنت العينة على (8) أفراد وبنسبة (29.6%) أعمارهم (41 عاماً فأكثر)، أثبتت الدراسة وجود فئة عمرية كبيرة بالمنظمة هم الاغلبية.

3- الحالة الاجتماعية:

يوضح الجدول رقم (5) والشكل رقم (5) التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفق متغير الحالة الاجتماعية.

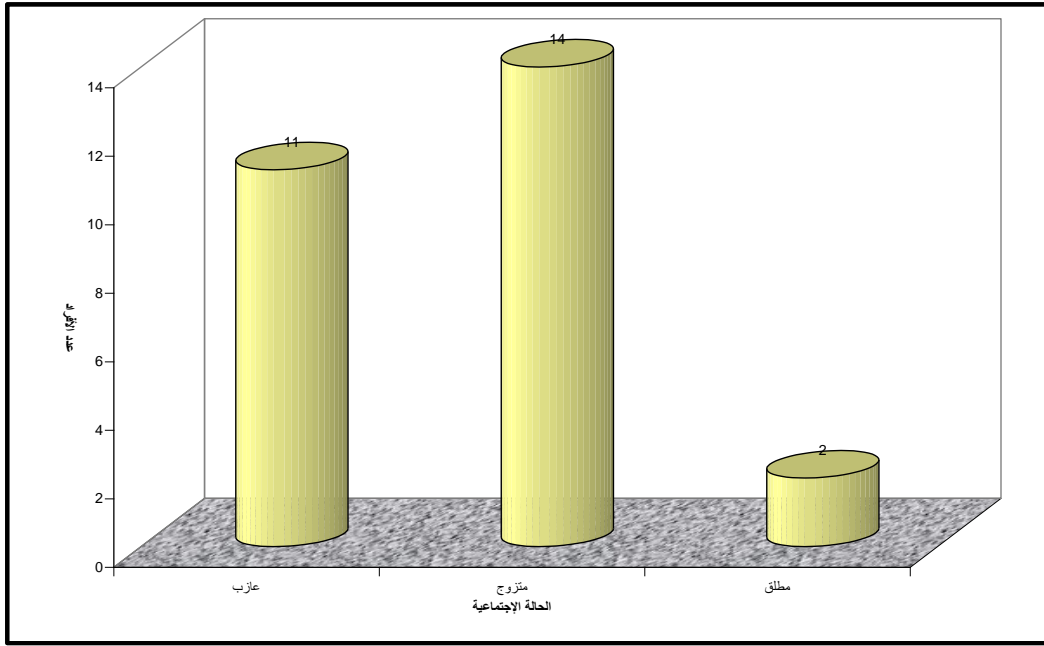
جدول رقم (5)

التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفق متغير الحالة الاجتماعية

النسبة المئوية	العدد	الحالة الاجتماعية
%40.7	11	عازب
%51.9	14	متزوج
%7.4	2	مطلق
%100	27	المجموع

شكل رقم (5)

التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفق متغير الحالة الاجتماعية



نجد أن هناك غالبية أفراد عينة الدراسة من المتزوجين، فقد بلغ عدد الأفراد المتزوجين (14) فرداً وبنسبة (%40.7)، بينما بلغ عدد الأفراد الغير المتزوجين (11) فرداً وبنسبة (%40.7). تضمنت العينة على فردين وبنسبة (%7.4) حالتهم الاجتماعية مطلق، أثبتت الدراسة أن العاملين من المتزوجين هم أكثر نشاطاً بالمؤسسة.

4- المستوى التعليمي:

يوضح الجدول رقم (6) والشكل رقم (6) التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفق متغير المستوى التعليمي.

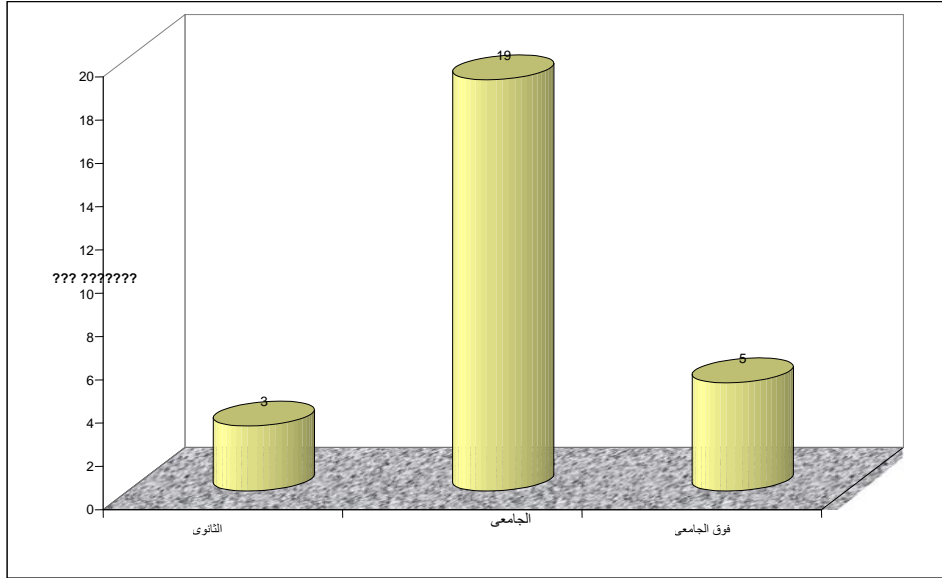
جدول رقم (6)

التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفق متغير المستوى التعليمي

النسبة المئوية	العدد	المستوى التعليمي
11.1%	3	الثانوي
70.4%	19	الجامعي
18.5%	5	فوق الجامعي
100%	27	المجموع

شكل رقم (6)

التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفق متغير المستوى التعليمي



يتبين أن غالبية أفراد عينة الدراسة هم من حملة الشهادة الجامعية ، حيث بلغ عددهم (19) فرداً ويمثلون ما نسبته (70.4%) من العينة الكلية، وتضمنت العينة على (5) أفراد وبنسبة (18.5%) من حملة فوق الجامعية. كما تضمنت العينة على (3) أفراد وبنسبة (11.1%) من حملة الشهادة الثانوية فمافوق، أثبتت الدراسة أن الغالبية هم من حملة الشهادة الجامعية.

5- المهنة:

يوضح الجدول رقم (7) والشكل رقم (7) التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفق متغير المهنة.

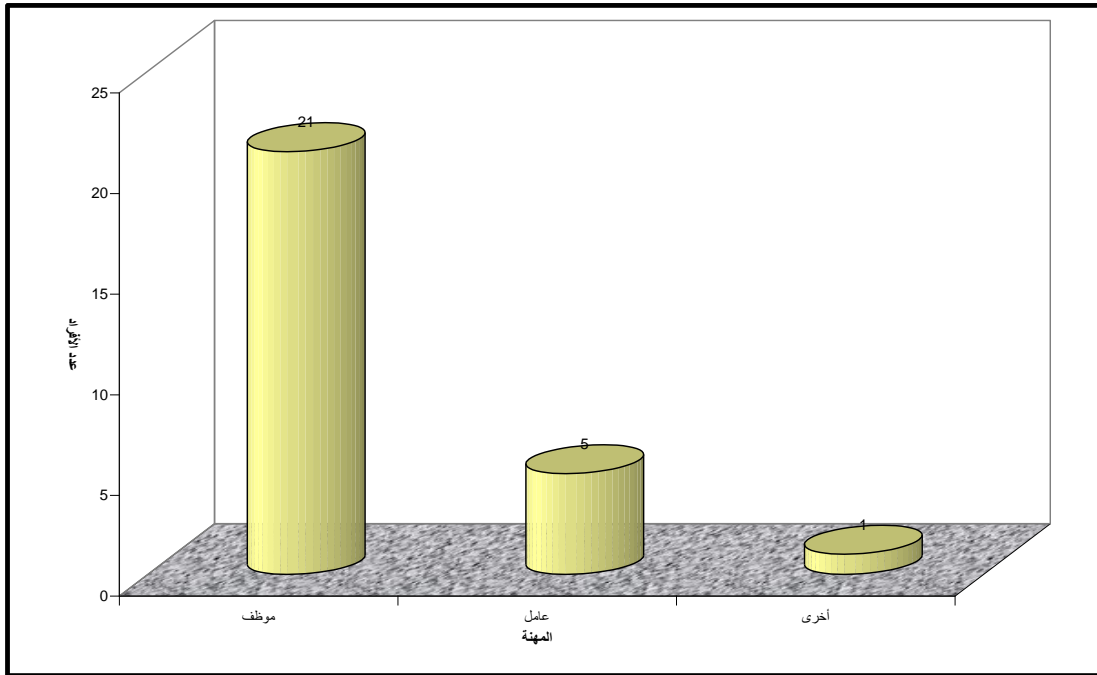
جدول رقم (7)

التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفق متغير المهنة

النسبة المئوية	العدد	المهنة
77.8%	21	موظف
18.5%	5	عامل
3.7%	1	أخرى
100%	27	المجموع

شكل رقم (7)

التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفق متغير المهنة



يتبين أن غالبية أفراد عينة الدراسة هم من الموظفين ، حيث بلغ عددهم (21) فرداً ويمثلون ما نسبته (77.8%) من العينة الكلية، و (5) أفراد وبنسبة (18.5%) من عاملين. كما تضمنت العينة على فرداً واحداً وبنسبة (3.7%) لهم مؤهلات مهنية أخرى. أثبتت الدراسة عدم وجود وظائف أخرى وأغلب الذين هم يعملون موظفين.

6- عدد سنوات الخدمة:

يوضح الجدول (8) والشكل (8) التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفق متغير عدد سنوات الخدمة.

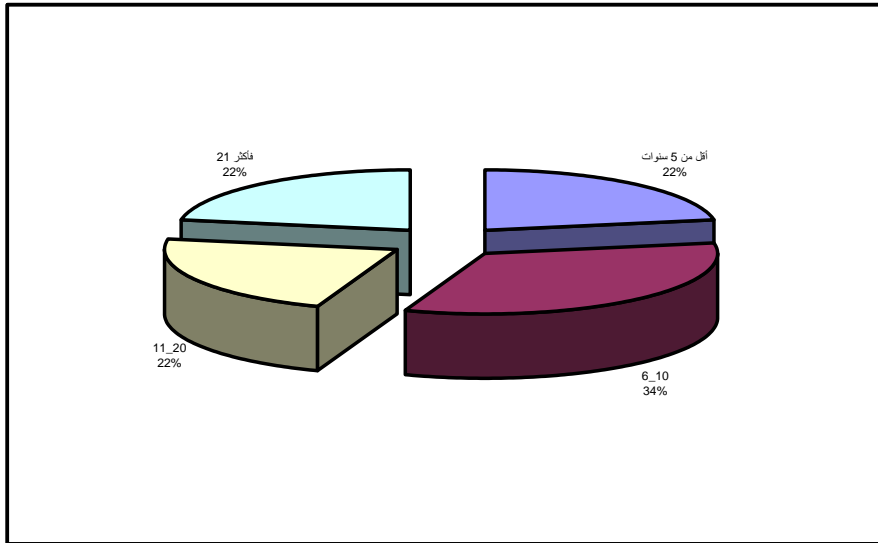
الجدول (8)

التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفق متغير عدد سنوات الخدمة

عدد سنوات الخدمة	العدد	النسبة المئوية
أقل من 5 سنوات	6	22.2%
6-10	9	33.3%
11-20	6	22.2%
21 فأكثر	6	22.2%
المجموع	27	100%

الشكل (8)

التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفق متغير عدد سنوات الخدمة



يتبين أن غالبية أفراد عينة الدراسة لهم سنوات خبرة (5-10سنوات)، إذ بلغ عددهم (9) أفراد وبنسبة (33.3%)، وبلغ عدد أفراد العينة الذين لديهم سنوات خبرة (أقل من 5سنوات) (6) أفراد وبنسبة (22.2%)، كما بلغ عدد أفراد العينة الذين لديهم سنوات خبرة (11-20سنوات) (6) أفراد وبنسبة (22.2%)، في حين تضمنت العينة على (6) أفراد وبنسبة (22.2%) لديهم سنوات خبرة عملية ما بين (21 فأكثر)، أثبتت الدراسة أن وجود الموظفين بالمنظمة بخصوص الخبرة ما بين (6-10)سنوات.

محور البيانات الموضوعية:

العبرة الأولى: تساهم العلاقات العامة بمؤسسة الشهيد الزبير الخيرية في دعم سياسة المنظمة.

يوضح الجدول رقم (9) والشكل رقم (9) التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الأولى.

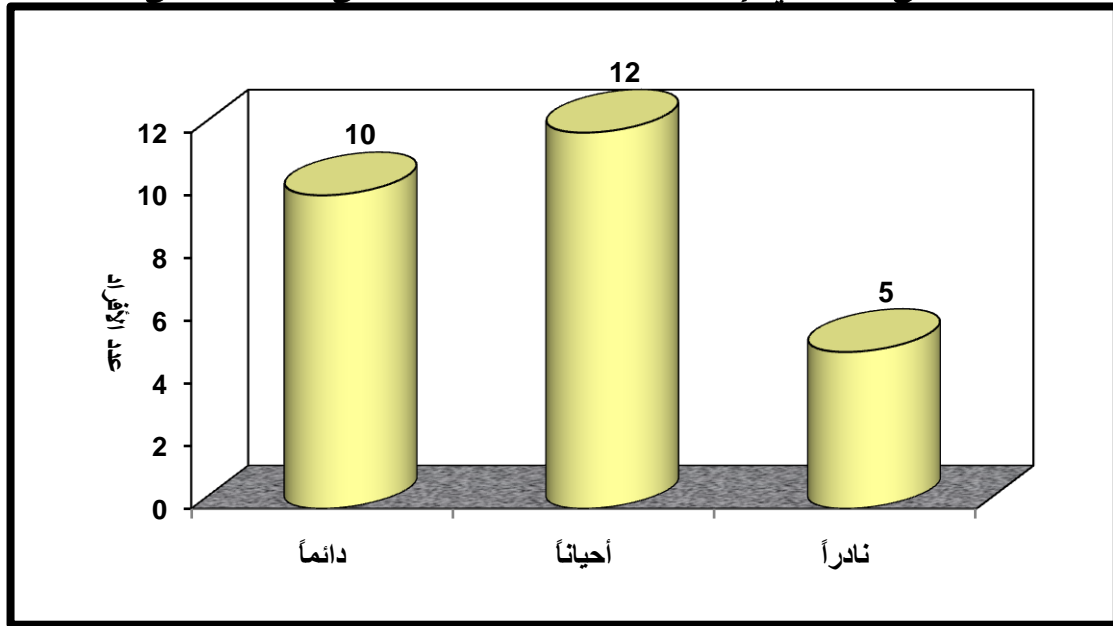
جدول رقم (9)

التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الأولى

النسبة المئوية	العدد	الإجابة
37.0%	10	دائماً
44.4%	12	أحياناً
18.5%	5	نادراً
100%	27	المجموع

شكل رقم (9)

التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الأولى



يتبين أن (10) أفراد في عينة الدراسة وبنسبة (37.0%) وافقوا بشدة على أن تساهم العلاقات العامة بمؤسسة الشهيد الزبير الخيرية في دعم سياسة المنظمة ، كما وافق (12) فرداً وبنسبة (44.4%) على ذلك، وكان هناك (5) أفراد وبنسبة (18.5%) محايدين بخصوص ذلك. (أثبتت الدراسة أن غالبية اجابة أفراد العينة أثبتوا أن العلاقات العامة ساهمت في سياسة المنظمة).

العبارة الثانية: تسعى الإدارة العليا بمؤسسة الشهيد الخيرية لتحسين أساليب وممارسة العلاقات العامة ومع إدارات العلاقات العامة في المنظمات الطوعية الأخرى. يوضح الجدول رقم (10) والشكل رقم (10) التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الثانية.

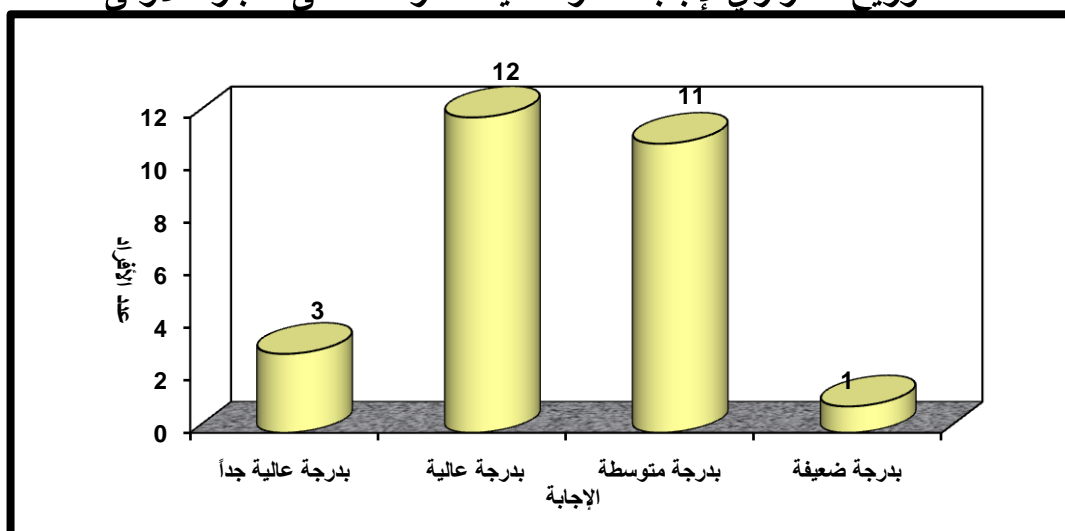
جدول رقم (10)

التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الثانية

النسبة المئوية	العدد	الإجابة
11.1%	3	بدرجة عالية جداً
44.4%	12	بدرجة عالية
40.7%	11	بدرجة متوسطة
3.7%	1	بدرجة ضعيفة
100%	27	المجموع

شكل رقم (10)

التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الأولى



يتبين أن (6) أفراد في عينة الدراسة وبنسبة (22.2%) اجابوا بدرجة عالية جداً على أن تسعى الإدارة العليا بمؤسسة الشهيد الخيرية لتطوير أساليب وممارسة العلاقات العامة في المنظمات التطوعية ، و (12) فرداً وبنسبة (44.4%) اجابوا بدرجة عالية على ذلك، وكان هناك (11) فرداً وبنسبة (40.7%) اجابوا بدرجة متوسطة بخصوص ذلك، وكان هناك فرداً واحداً وبنسبة (3.7%) اجاب بدرجة ضعيفة على ذلك. (هذا يعني أن غالبية أفراد عينة الدراسة متفقون على ان المؤسسة تسعى لتطوير الأساليب بالمؤسسة).

العبرة الثالثة: تنسق إدارة العلاقات العامة الأنشطة المختلفة مع الإدارات الأخرى في منظمة الشهيد الزبير الخيرية.

يوضح الجدول رقم (11) والشكل رقم (11) التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الثالثة.

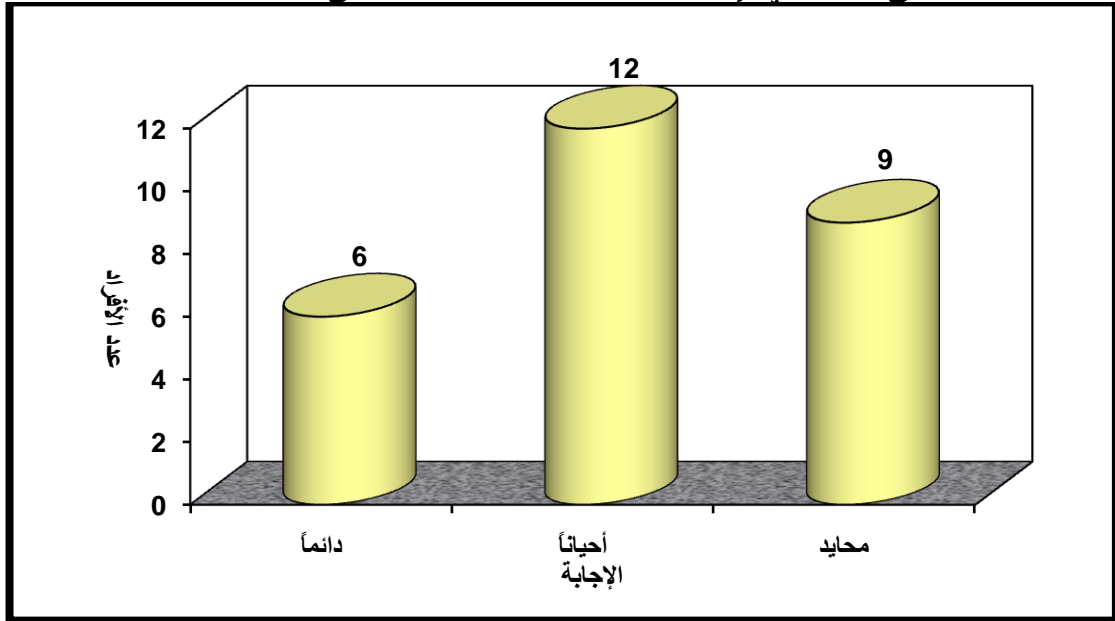
جدول رقم (11)

التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الثالثة

النسبة المئوية	العدد	الإجابة
%22.2	6	دائماً
%44.4	12	أحياناً
%33.3	9	نادراً
%100	27	المجموع

شكل رقم (11)

التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الثالثة



يتبين أن (6) أفراد في عينة الدراسة وبنسبة (%22.2) وافقوا بشدة على أن تنسق إدارة العلاقات العامة مع الإدارات الأخرى في منظمة الشهيد الزبير الخيرية ، كما وافق (12) فرداً وبنسبة (%44.4) على ذلك، وكان هناك (6) أفراد وبنسبة (%33.3) محايدين بخصوص ذلك، أثبتت الدراسة أحياناً تنسيق إدارة العلاقات العامة مع المنظمات الطوعية الأخرى بدرجة كبيرة جداً.

العبرة الرابعة: أساليب ممارسة العلاقات العامة في الشهيد الزبير الخيرية لاتزال دون مستوى الطموح.

يوضح الجدول رقم (12) والشكل رقم (12) التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الرابعة.

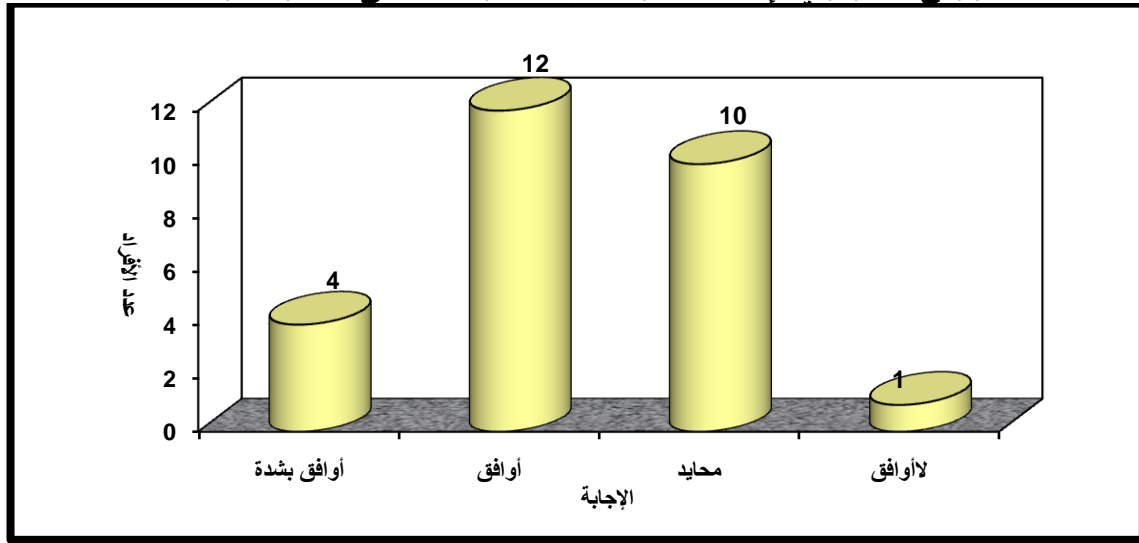
جدول رقم (12)

التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الرابعة

النسبة المئوية	العدد	الإجابة
%14.8	4	أوافق بشدة
%44.4	12	أوافق
%37.0	10	محايد
% 3.7	1	لا أوافق
%100	27	المجموع

شكل رقم (12)

التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الرابعة



يتبين أن (4) أفراد في عينة الدراسة وبنسبة (14.8%) وافقوا بشدة على أن أساليب ممارسة العلاقات العامة في الشهيد الزبير الخيرية لاتزال دون مستوى الطموح ، كما وافق (12) فرداً وبنسبة (44.4%) على ذلك، في حين كان (10) أفراد وبنسبة (37.0%) محايدين بخصوص ذلك، ولم يوافق فرداً واحداً وبنسبة (3.7%) على ذلك. (خلصت الدراسة على أن أفراد العينة وافقوا بشدة على أن أساليب ممارسة العلاقات العامة بالمؤسسة لاتزال دون مستوى الطموح).

العبرة الخامسة: يقتصر نشاط العلاقات العامة بمؤسسة الشهيد الزبير الخيرية على تقديم خدمات (كفالات + مخيمات + مشاريع...الخ).
يوضح الجدول رقم (13) والشكل رقم (13) التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الخامسة.

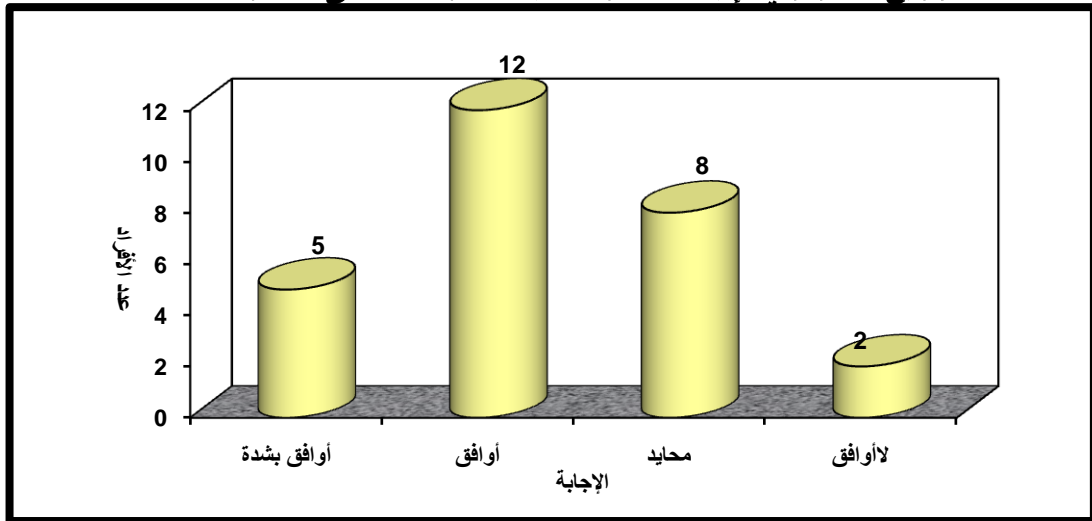
جدول رقم (13)

التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الخامسة

النسبة المئوية	العدد	الإجابة
%18.5	5	أوافق بشدة
%44.4	12	أوافق
%29.6	8	محايد
% 7.4	2	لا أوافق
%100	27	المجموع

شكل رقم (13)

التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الخامسة



يتبين أن (5) أفراد في عينة الدراسة وبنسبة (18.5%) وافقوا بشدة على أن يقتصر نشاط العلاقات العامة بمؤسسة الشهيد الزبير الخيرية على تقديم خدمات (كفالات + مخيمات + مشاريع...الخ) ، كما وافق (12) فرداً وبنسبة (44.4%) على ذلك، في حين كان (8) أفراد وبنسبة (29.6%) محايدين بخصوص ذلك، ولم يوافق فردين وبنسبة (7.4%) على ذلك. (توصلت الدراسة على أفراد العينة موافقون على أن نشاط مؤسسة ينحصر في تقديم معينات(كفالات + مخيمات + مشاريع...الخ).

العبارة السادسة: مهام العلاقات العامة بمؤسسة الشهيد الزبير الخيرية غير ملموسة وتتداخل مع الوظائف الأخرى لإدارات المؤسسة. يوضح الجدول رقم (14) والشكل رقم (14) التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة السادسة.

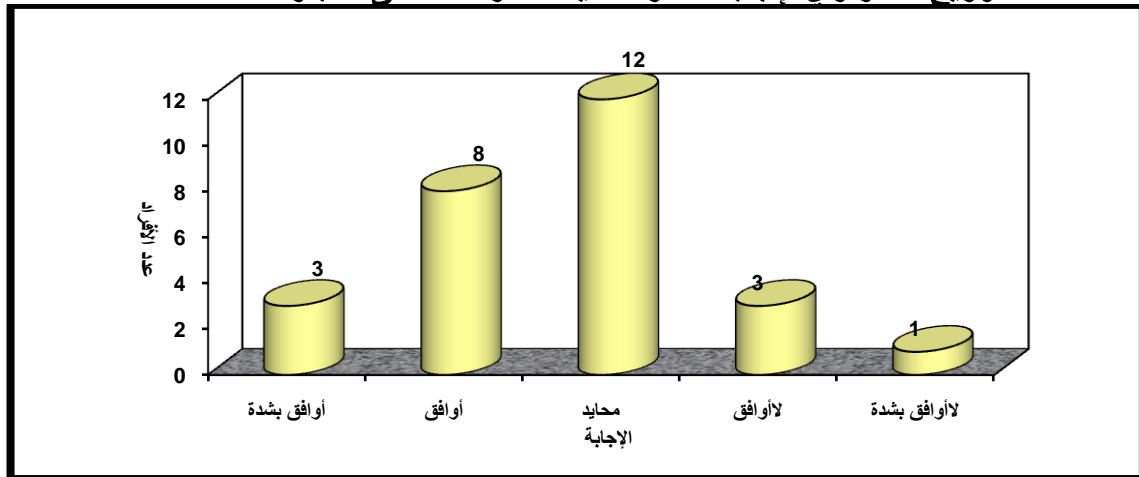
جدول رقم (14)

التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة السادسة

النسبة المئوية	العدد	الإجابة
11.1%	3	أوافق بشدة
29.6%	8	أوافق
44.4%	12	محايد
11.1%	3	لاأوافق
3.7%	1	لاأوافق بشدة
100%	27	المجموع

شكل رقم (14)

التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة السادسة



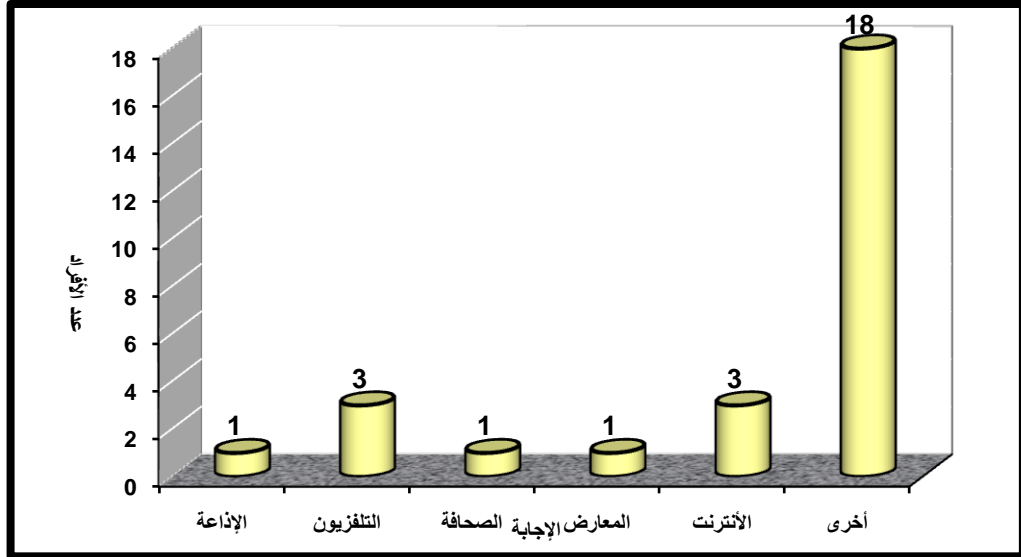
يتبين أن (3) أفراد في عينة الدراسة وبنسبة (11.1%) وافقوا بشدة على أن مهام العلاقات العامة بمؤسسة الشهيد الزبير الخيرية غير ملموسة وتتداخل مع الوظائف الأخرى للإدارات المؤسسة ، كما وافق (8) أفراد وبنسبة (29.6%) على ذلك، وكان هناك (12) فرداً وبنسبة (44.4%) محايدين بخصوص ذلك، ولم يوافق (3) أفراد وبنسبة (11.1%) على ذلك، وكذلك لم يوافق بشدة فرداً واحداً وبنسبة (3.7%) على ذلك. (اتضح من اجابات أفراد العينة المحايدين أن مهام العلاقات العامة بالمؤسسة غير ملموس ومتداخل مع الوظائف الأخرى).

العبرة السابعة: أهم الوسائل الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة بمؤسسة الشهيد الزبير الخيرية. يوضح الجدول رقم (15) والشكل رقم (15) التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبرة السابعة.

جدول رقم (15)
التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبرة السابعة

النسبة المئوية	العدد	الإجابة
3.7%	1	الإذاعة
11.1%	3	التلفزيون
3.7%	1	الصحافة
3.7%	1	المعارض
11.1%	3	الأنترنت
66.7%	18	أخرى
100%	27	المجموع

شكل رقم (15)
التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبرة السابعة



يتبين من الجدول رقم (14) والشكل رقم (14) أن فرداً واحداً في عينة الدراسة وبنسبة (3.6%) اجابوا في الإذاعة على أن أهم الوسائل الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة بمؤسسة الشهيد الزبير الخيرية ، و (3) أفراد وبنسبة (11.1%) في التلفزيون ، و فرداً واحداً وبنسبة (3.1%) اجاب الصحافة ، و فرداً واحداً وبنسبة (3.1%) اجاب في المعارض ، و (3) أفراد وبنسبة (11.1%) اجابوا في أخرى، و (18) فرداً وبنسبة (66.7%) اجابوا كل الوسائل التي ذكرت. (أن غالبية الإجابات كانت تشير إلى وجود وسائل اتصالية مختلفة بأنواع و هذا يدل على أن المؤسسة تستخدم الوسائل الإتصالية).

الثامنة: جهود العلاقات العامة بمؤسسة الشهيد الزبير الخيرية فعاله لدي العمل بالمؤسسة.

يوضح الجدول رقم (16) والشكل رقم (16) التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة التاسعة.

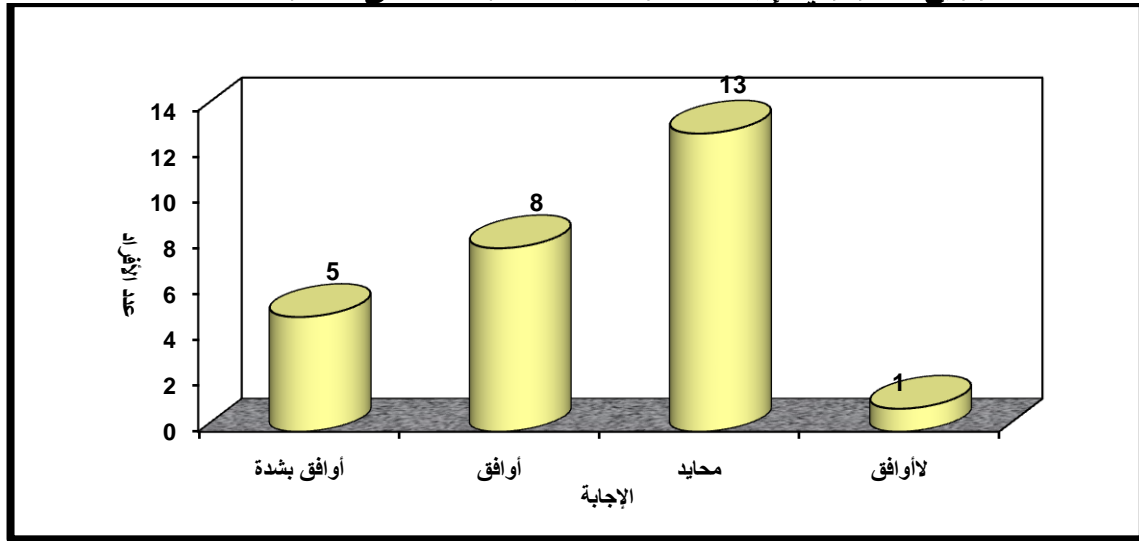
جدول رقم (16)

التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة التاسعة

النسبة المئوية	العدد	الإجابة
%18.5	5	أوافق بشدة
%29.6	8	أوافق
%48.1	13	محايد
% 3.7	1	لا أوافق
%100	27	المجموع

شكل رقم (16)

التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة التاسعة



يتبين أن (5) أفراد في عينة الدراسة وبنسبة (18.5%) وافقوا بشدة على أن جهود العلاقات العامة بمؤسسة الشهيد الزبير الخيرية فعاله لدي العمل بالمؤسسة ، كما وافق (8) أفراد وبنسبة (29.6%) على ذلك، في حين كان (13) فرداً وبنسبة (48.1%) محايدين بخصوص ذلك، ولم يوافق فرداً واحداً وبنسبة (3.7%) على ذلك. (من إجابات أفراد العينة اثبتوا جهود العلاقات العامة بالمؤسسة).

العبارة التاسعة: أذكر بعض من العوائق والمشاكل التي تواجه العلاقات العامة بمؤسسة الشهيد الزبير الخيرية.

1. عدم وجود الوسائل المتاحة التي تساعد على الاتصالات.
 2. عدم تعاون بعض الجهات التي ترتبط بعمل العلاقات العامة.
 3. ضعف الميزانية.
- (أن غالبية إجابات أفراد العينة أثبتوا معوقات تعيق إدارة العلاقات العامة بالمؤسسة)

العبارة العاشرة: ما مقترحاتكم لتطوير عمل العلاقات العامة بمؤسسة الشهيد الزبير الخيرية في السودان.

1. اقترح ان يتم انشاء محطة أذاعه أو تلفزيون.
 2. اقترح ان يتم فتح مجالات التعاون بصورة أكبر من وسائل الاتصالات الأخرى.
 3. يجب توفير وسائل الاتصالات الحديثة.
- (أن غالبية إجابات أفراد العينة مقترح انشاء محطة أذاعة أو تلفزيون يكون خاصة بالمؤسسة).

العبارة الحادية عشر: ما تقويمكم لأداء العلاقات العامة بمؤسسة الشهيد الزبير الخيرية.

1. تؤدي إدارة العلاقات العامة كل ما يوكل اليه من مهام بصورة جيدة.
2. دور العلاقات العامة قائم على اشراف على السفريات والحجز والاستقبال والوداع.
3. تعمل العلاقات العامة كجهاز أنذار مبكر يساعد المؤسسة على اتخاذ القرارات المناسبة.

(أن غالبية الإجابات لأفراد العينة متفقون على أهمية دور إدارة العلاقات العامة بمؤسسة الشهيد الزبير الخيرية).

ثالثاً : عرض وتفسير البيانات

الخاتمة:

لقد حاولت من خلال هذا البحث المتواضع تسليط الضوء على فاعلية العلاقات العامة في تحسين أداء المنظمات الطوعية في السودان، وذلك لإيماني التام بأن المنظمات الطوعية من الصعب أن تمارس نشاطاً إيجابياً في المجتمعات دون إدارة العلاقات عامة ، وخاصة في ظل التطور التكنولوجي الحديث ، وارتفاع المستوى التعليمي والثقافي في المجتمع.

وقد لاحظت أن بعض القائمين على المنظمات الطوعية اهتموا بإنشاء إدارة العلاقات عامة في المنظمات التي يتولون إدارتها وحرصوا أن يكون مجهزاً بكافة الإمكانيات.

أما البعض الآخر فما زال ينظر إلى العلاقات العامة بأنها وظيفة هامشية تؤدي عملاً روتينياً ، وليست ذات أهمية بالغة تؤدي دوراً بارزاً في المنظمة.

وأسأل الله العلي القدير أن يكون هذا العمل خالصاً لوجهه الكريم.

النتائج

1. توصلت الدراسة علي أهمية دور العلاقات العامة بمنظمة الشهيد الزبير الخيرية في دعم سياسة المنظمة.
2. أثبتت الدراسة بدرجة عالية جداً أن الإدارة العليا بمنظمة الشهيد الزبير الخيرية أسهمت في تطوير أساليب وممارسة العلاقات العامة في المنظمات الطوعية.
3. بينت الدراسة أن أهم الوسائل الإتصالية التي تستخدمها إدارة العلاقات العامة بمنظمة الشهيد الزبير الخيرية كافة الوسائل لمستويات مختلفة.
4. كشفت الدراسة علي أن هناك بعض من المشاكل التي تواجه العلاقات العامة بمنظمة الشهيد الزبير الخيرية.
5. أكد البحث أن إدارة العلاقات العامة وتتمثل في الآتى : تؤدى كل ما يوكل اليه من مهام بصورة جيدة.
6. أوضح البحث أن عمل العلاقات العامة مرتبطاً بطبيعة سياسة عمل منظمة الشهيد الزبير.
7. تتمثل نشاط العلاقات العامة بمنظمة الشهيد الزبير الخيرية في تقديم خدمات (كفالات + مخيمات + مشاريعالخ).
8. بين البحث ان هناك تنسيق بين إدارة العلاقات العامة مع الإدارات الأخرى في منظمة الشهيد الزبير الخيرية.
9. أفاده البحث بضعف الميزانية الموصورة للعلاقات العامة من قبل المنظمة.

التوصيات:

- توصل البحث من خلال النتائج على جملة من التوصيات المهمة على النحو الآتى:
1. كيف نهتم بزيادة فاعلية برامج العلاقات العامة في منظمة الشهيد الزبير الخيرية.
 2. علي إدارة منظمة الشهيد الزبير الخيرية تطوير أساليب ممارسة العلاقات العامة.
 3. توضيح مهام العلاقات العامة بمنظمة الشهيد الزبير الخيرية دون تداخل مع وظائف أخرى.
 4. يجب علي المنظمة توفير ميزانية كافية لأداء برامج العلاقات العامة.
 5. علي منظمة الشهيد الزبير الخيرية فتح مجالات التعاون مع وسائل الاتصالات الأخرى.
 6. علي إدارة منظمة الشهيد الزبير الخيرية عدم الاعتماد علي الجهود الفردية لموظفي العلاقات العامة.
 7. علي إدارة منظمة الشهيد الزبير الخيرية تدريب وتأهيل الكادر البشرى في إدارة العلاقات العامة.

قائمة المصادر و المراجع

(أ):المصادر

القرآن الكريم

السنة النبوية

1. البخاري، اخرجه البخاري(4889)، في كتاب التفسير ، باب 6 حكم الحديث.

المعاجم والقواميس:

(أ) معجم المعاني الجامع عربي.

(ب) قاموس المحيط

الرسائل والأوراق العلمية:

1. إدريس، خالد سليمان إدريس، العلاقات العامة بمنظمات الأمم المتحدة العاملة

بافريقيا، ماجستير غير منشورة، جامعة أمدرمان الإسلامية، كلية الاعلام.

2. حافظ، عبده محمود داود حافظ (2003م)،العلاقات العامة في هيئات الاستثمار

السودانية ودروها في الترويج للاستثمار، جامعة أم درمان الإسلامية رسالة

ماجستير غير منشورة.

3. خلف الله، خالد خلف الله(200م)، البناء الاتصالي للعلاقات العامة في السودان،

رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أم درمان الإسلامية، كلية الإعلام

علاقات عامة.

4. الشيخ، نجاح إبراهيم الشيخ (1999م)، العلاقات العامة في المجال الصحي،

أمدرمان الإسلامية، رسالة ماجستير غير منشورة.

5. صالح، صالح عبد الرحمن صالح (2000م)، دور العلاقات العامة في تطوير

كفاءة المؤسسات الاجتماعية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أم درمان

الإسلامية.

6. الصباغ، عبد السلام محمد علي الصياغ (2001م)، تفعيل دور الجمعيات

الأهلية المصرية في التعليم في ضوء خبرات بعض الدول المتقدمة، رسالة

ماجستير، تخصص أصول التربية.

7. العبيد، نماء جعفر العبيد، دور العلاقات العامة في المنظمات التطوعية، ماجستير غير منشورة، جامعة أمدرمان الإسلامية، معهد بحوث ودراسات العالم الإسلامي.
8. علي، سامية إبراهيم علي (2002م)، الجمعيات التطوعية ودورها في نشر الوعي البيئي، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الشريعة والدراسات الإسلامية، قسم الإعلام، جامعة أفريقيا العالمية.
9. علي، مصطفى محمد علي، الأثر التربوي للعمل التطوعي في السودان، رسالة ماجستير، معهد دراسات الكوارث، جامعة أفريقيا العالمية.
10. العوض، سيف الدين حسن، فن العلاقات العامة، محاضرات لطلاب البكالوريوس والدبلوم العالي، غير منشورة.
11. محمد زين، منصور عثمان (2002م)، دور العلاقات العامة في المنظمات التطوعية الإسلامية، رسالة ماجستير، كلية الشريعة والدراسات الإسلامية، قسم الإعلام، جامعة أفريقيا العالمية.
12. مفلح، أمين، (2000م)، العلاقات العامة في الجامعات الأردنية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أم درمان الإسلامية.
13. موسى، صالح موسى علي موسى (2005م)، التقنيات الحديثة وأثرها في إدارة العلاقات العامة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أم درمان الإسلامية.

(ب) المراجع:

الكتب العربية:

14. أمام، إبراهيم أمام (1985م)، العلاقات العامة والمجتمع، مكتبة الانجلو المصرية، القاهرة، ط1.
15. أمام، إبراهيم أمام (بدون)، فن العلاقات العامة، ط3.
16. اخوارشيدة، عالية خلف (2006م)، المساءلة والفاعلية في الإدارة التربوية عمان: دار مكتبة الحامد.

17. ابو أصبع: ابو عرجه، صالح ابو أصبع: تيسير ابو عرجه (2010م)،
الاتصالات في العلاقات العامة القاهر: الشركة العربية المتحدة للتسويق
والتوريدات.
18. أحمد، محمد عبدالحميد محمد أحمد (2002م)، دور مؤسسات المجتمع المدني
في مواجهة العولمة، رسالة ماجستير منشورة، معهد دراسات الكوارث
واللاجئين، جامعة أفريقيا العالمية.
19. فهد: عبود، إبراهيم فهد: كنجو عبود (2011م)، العلاقات العامة وإدارتها،
مدخل وظيفي، عمان: دار الوراق.
20. البادي، محمد محمد البادي (1991م)، المشكلات المهنية في العلاقات العامة،
ط1 القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية.
21. المشاقبة، بسام المشاقبة (بدون)، نظريات الإعلام، للمزيد من الاطلاع.
22. الفار، محمد جمال الفار (بدون)، معجم المصطلحات الإعلامية.
23. العوضي، عادل بن عبد الله العوضي وآخرون (2004م)، العلاقات العامة
(النظرية والتطبيق)، الشركة الكويتية العربية للدعاية والإعلان والنشر
والتوزيع، الطبعة الأولى، الكويت.
24. أبو سن، أحمد إبراهيم أبوسن (1986م)، العلاقات العامة في الدولة الحديثة،
دبي، الطبعة العصرية، بدون ط.
25. أحمد، محمد أحمد (2010م)، إعداد وتنظيم الاجتماعات والحفلات، زمزم
ناشرون وموزعون، الطبعة الأولى.
26. الجوهرى، محمود الجوهرى (1971م)، الاتجاهات الجديدة في العلاقات
العامة، القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية.
27. الهادي، هاشم محمد الهادي (2007م)، منظمات المجتمع المدني ، مركز
قرطبة للتدريب.
28. أبو أصبع، صالح خليل أبو صبع (1999م)، الإتصال الجماهيري، عمان،
دار الشروق للنشر والتوزيع.

29. برغوث، علي محمد برغوث (2013م)، العلاقات العامة اسس نظرية ومفاهيم عصرية.
30. حجاب، محمد منير حجاب (2007م)، الاتصال الفعال للعلاقات العامة، ط 2، القاهرة: دار الفجر للنشر.
31. كشك، محمد بهجت كشك (بدون)، العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية، بدون ط.
32. حسين، سمير محمد حسين (1989م)، دراسات في العلاقات العامة، ط 1، القاهرة، عالم الكتب.
33. حسين، سمير محمد حسين (1995م)، العلاقات العامة، القاهرة، عالم الكتب، ط 2.
34. حسين، سمير محمد حسين (1996م)، التخطيط الاستراتيجي في العلاقات العامة والعين، جامعة الإمارات المتحدة.
35. روزفل: القطامين-حمدي روزفل:أحمد القطامين (1999م)، العلاقات العامة النظرية و الأساليب، عمان، دار حنين للنشر والتوزيع، ط 2.
36. ناصر، محمد جودت ناصر (2003م)، الدعاية والإعلان والعلاقات العامة، عماد، دار مجدلاوي.
37. عجوة، علي عجوة (2001م)، العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، القاهرة، عالم الكتب، ط 1، 1421هـ.
38. رجاء الحرب، عباس رجاء الحرب (2012م)، العلاقات العامة الإدارة العليا، عمان، دار أسامه.
39. يوسف، محمود يوسف (بدون)، مقدمة في العلاقات العامة.
40. الضبع، رفعت عارف الضبع (2008م)، الاتيكييت فن السلوك الانساني وفقاً للاديان السماوية، دار الفكر، الطبعة الأولى.
41. حجاب:وهبي-محمد منير حجاب:سحر محمد وهبي (2000م)، العلاقات العامة، المدخل الاتصالي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة.

42. عبدالغنى، عبد الباقي عبدالغنى وآخرون، (2001م)، يوسف المغربي، محمد العركي، الطيب البشير، الجغرافيا والدراسات البيئية، الخرطوم، مؤسسة التربية للطباعة والنشر، الطبعة الأولى.
43. فضل الله، أحمد محمد فضل الله (2004م)، العلاقات العامة في السودان، المشاكل والحلول، مجلة جامعة أم درمان الإسلامية، العدد الثامن، مركز البحوث والترجمة والنشر.
44. عبدالرحيم: راغب-محمد عبدالله عبدالرحيم:مدحت مصطفى راغب (1992م) إدارة العلاقات العامة القاهرة، الشركة العربية للنشر والتوزيع.
45. بلال، عبدالرحيم أحمد بلال (2005م)، القضية الاجتماعية والمجتمع المدني في السودان، ط1، الخرطوم، دار عزة للطباعة والنشر.
46. جاد الرب، سيد محمد جاد الرب (2008م)، الاتجاهات الحديثة في إدارة المنظمات، جامعة قناة السويس.
47. بشير، محمد عمر بشير (1898م السودان) (1983م بيروت)، التعليم في السودان، بيروت دار الجيل.
48. طلعت، شاهيناز طلعت (1919م)، وسائل الإعلام والتنمية الاجتماعية، ط3، القاهرة، دار الكتب، مكتبة الأنجلو المصرية.
49. علوية، السيدة علوية (1970م)، إدارة الأزمات والكوارث، حلول علمية، أساليب وقائية، القاهرة القرار الاستراتيجي.
50. عبد الله، عبد الدائم عبدالله (1984م)، التربية التجريبية والبحث التربوي، بيروت، دار العلم للملايين، ط2.
51. عبد الرحمن، سعد عبدالرحمن (1998م)، القياس النفسي، النظرية والتطبيق، القاهرة، دار الفكر العربي، ط3.

الندوات والمحاضرات:

52. بشير، الصادق عوض بشير (2003م)، منظمات المجتمع المدني كجناح ثالث في معادلة التحكم ، ما هي وكيف تكون ، مقال في جريدة الأيام ، العدد 7631 ، منبر الرأي.
53. اللجنة الفنية لدراسة وتقييم العلاقات العامة (1990م)، دراسة إحصائية، الخرطوم، مجلس الوزراء.
54. حمور، ميرغني عبد العال حمور (2007م)، ورقة بعنوان منظمات المجتمع المدني خصائصها ووسائل وأساليب تفعيلها ، مركز السودان للتدريب والاستشارات.
55. الهادي، هاشم محمد الهادي (2007م)، منظمات المجتمع المدني ، مركز قرطبة للتدريب.
56. دليل إسكوبا للتخطيط الإستراتيجي الخرطوم (2007م)، المجلس السوداني للجمعيات التطوعية.
57. بلال، عبد الرحيم أحمد بلال (2003م)، ورشة الفعاليات غير الحكومية في إتفاقية كوتونو الخرطوم.
58. عبدالصمد، رياض عبد الصمد (بدون)، مؤسسات الدولة الحدية الاجتماعية والسياسية. المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع.
59. صالح، محجوب محمد صالح (بدون)، العمل الطوعي في السودان، خلفية تاريخية، ورقة عمل (ب ، ت).
60. ندوة واقع العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية (1992م)، المملكة العربية السعودية، الرياض، معهد الإدارة العامة.
61. ورشة الدعم الإستراتيجي القطري (2006م)، إتفاقية كوتونو.
62. ورشة الدعم الإستراتيجي القطري (2000م)، إتفاقية كوتونو.

المقابلات:

63. قورتي، أنوار محمد علي قورتي (2016م)، مدير إدارة العلاقات العامة.