



بسم الله الرحمن الرحيم

جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا

كلية الدراسات العليا

بحث مقدم لنيل درجة الماجستير في علوم الإتصال

تخصص العلاقات العامة بعنوان:

**فاعلية العلاقات العامة في المحافظة على النسيج**

**الاجتماعي**

دراسة وصفية تحليلية على وزارة الشؤون الاجتماعية بولاية النيل

الأبيض في الفترة من (يناير 2014 - ديسمبر 2015م)

**Public Relations Effectiveness on Maintain Social Fabric**

**Analytic & Descriptive study on Ministry of social affairs in  
White Nile State during (January 2014- December 2015)**

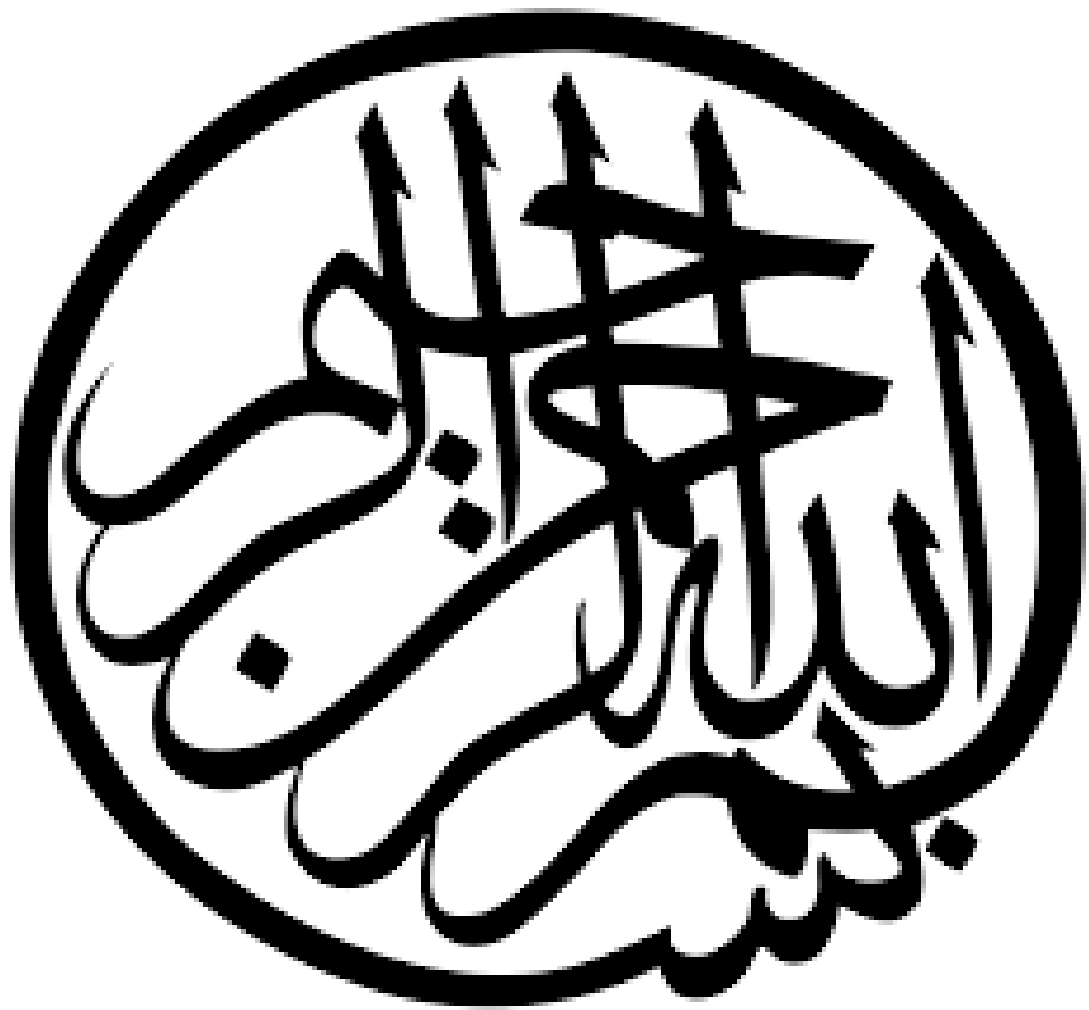
إشراف الدكتور:

السر علي سعد محمد

إعداد الطالبة:

خنساء الطيب الصادق الخليفة

2018م - 1439هـ



# الآية

قال تعالى :

(وَيَسْأَلُونَكَ عَنِ الرُّوحِ قُلِ الرُّوحُ مِنْ أَمْرِ رَبِّي وَمَا أُوتِيتُمْ  
مِنَ الْعِلْمِ إِلَّا قَلِيلًا )

صدق الله العظيم

سورة الاسراء الاية " 85 "

# إهداء

الى من ربياني صغيرة ، ورحماني بعطفهما وحنانهما ، ويشدان على يدي ويغمرني  
اهتمامهما

" والدتي ووالدي "

الى من هم حولي كطاقات النور

" أخواني الأعزاء "

والى اسرتي الكبيرة والى كل من ساهم في مسيرتي التعليمية

# شكر وتقدير

الحمد لله والشكر له والمنة والفضل والصلاة والسلام على خير البرية ومعلم البشرية وعلى آله وصحبه اجمعين أما بعد :

الشكر إلى ذلك الصرح الكبير والمعطاء جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا وأخص به كلية علوم الإتصال وأساتذتها الأجلاء الذين تكرموا برعاية هذا البحث والشكر موصول إلى أسرة مكتبة الكلية ومكتبة جامعة أم درمان الإسلامية والشكر أجزله إلى العاملين بوزارة الشؤون الإجتماعية بولاية النيل الابيض ورئاسة شرطة ولاية النيل الأبيض ووزارة الثقافة والإعلام ، وأسرة الجهاز المركزي للإحصاء بالولاية.

والشكر والتقدير والإحترام للدكتور/ السر علي سعد الذي تكرم بالإشراف على هذا البحث وأسدى نصحه وتوجيهاته لكي يُخرج هذه الدراسة بالصورة المثلى.

ثم الشكر موصول إلى:

- د.عبدالمولى موسى محمد.
- د. صالح موسى علي.
- د. معتصم بخيت.

الذين قاموا بتحكييم إستمارتي الإستبانة وقدموا لي النصح والإرشاد. والشكر إلى كل من أسهم في إخراج هذا البحث سائلة المولى عز وجل أن يجعل ما قدموه لي من نصح وإفادة في ميزان حسناتهم..

## مستخلص الدراسة:

الإسم : خنساء الطيب الصادق الخليفة

فاعلية العلاقات العامة في المحافظة على النسيج الإجتماعي (دراسة وصفية تحليلية على وزارة الشؤون الإجتماعية بولاية النيل الأبيض في الفترة من 2014-2015م)

الدرجة العلمية : ماجستير

تناولت الدراسة فاعلية العلاقات العامة في المحافظة على النسيج الاجتماعي بوزارة الشؤون الاجتماعية بولاية النيل الابيض في الفترة من 2014 – 2015م .

هدفت الدراسة لتحديد ادوات العلاقات العامة وتوظيفها للمحافظة على النسيج الاجتماعي ، استخدمت الدراسة المنهج التاريخي لمعرفة تاريخ مجتمع الولاية والمنهج الوصفي التحليلي لوصف الظواهر البشرية لمجتمع الدراسة وتحليلها والدراسة استخدمت طرق جمع المعلومات الاولية المتمثلة في الملاحظة والاستبيان والمقابلات مع المسؤولين ذوي الاختصاص وطرق جمع المعلومات الثانوية المتمثلة في الكتب والمراجع والرسائل الجامعية وتقارير الوحدات الحكومية ذات الصلة ، قسمت الدراسة لاربعة فصول تناول الفصل الاول الاطار المنهجي للدراسة والفصل الثاني العلاقات العامة وتناول الفصل الثالث مفهوم المجتمع اما الفصل الرابع فقد تناول الدراسة الميدانية .

توصلت الدراسة الي عدة نتائج اهمها ان العلاقات العامة بالوزارة سعت للحد من مشكلات النسيج الاجتماعي بالولاية وانها استفادت من وسائل الاتصال الجماهيري لبحث رسائلها .

توصي الدراسة بدراسة اتجاهات الراي العام ، كما توصي بضرورة عكس الادوار التي تؤديها الوزارة في المحافظة على النسيج الاجتماعي لكسب ثقة الجمهور .

## **Abstract**

**Name: Khansa Altyeb Alsadig Alkhalifa**

Title: Public Relations Effectiveness on Maintain Social Fabric (Analytic & Descriptive study on Ministry of social affairs in White Nile State during 2014-2015)

**Scientific degree: Master**

The study has examined the effectiveness of the public Relations in maintaining social fabric in the Ministry of social Affairs in White Nile State during 2014-2015.

The study aimed to indentify the public relations toolsand function them to maintain the Social Fabric.

The study has adaptedhistorical approachand analytic descriptive approach to describe the human phenomenon'ssample of study and analyze them the study used ways of collecting the initial information representing In the observation, questionnaire and interviews with the meant officials and the ways of collecting the insignificant information representing in the books, References and the university thesisand the reports of the relevant governmental units.

The study divided into four chapters the first chapter deals with the methodological frame and the second chapter thepublic relations and the third chapter the conception of the society, while the fourth chapter has employed the field study.

The study has reached severalresults the most important are the public relations at the Ministry sought to curb the problems of the social fabric in the state and the benefited from the mass media to run their messages.

The study has recommends that the knowledge of the trends of the public opinions, as well as recommends the significance of reflection the Ministry in maintaining the social fabric and to gain people's trust.

## الفهرس

الصفحة	الموضوع
أ	الاية
ب	الاهداء
ت	الشكر والتقدير
ث	المستخلص
ج	Abstract
خ	الفهرس
د	فهرس الجداول
ر	فهرس الأشكال
<b>الفصل الاول الاطار المنهجي</b>	
1	المقدمة
3	مشكلة البحث
3	أهداف البحث
4	اهمية البحث
4	تساؤلات البحث
5	مجتمع البحث
5	الاطار المكاني
6	الاطار الزماني
6	منهج البحث
7	ادوات البحث
8	مصطلحات البحث
10	الدراسات السابقة
<b>الفصل الثاني العلاقات العامة</b>	
14	المبحث الأول : أهمية العلاقات العامة
24	أهداف العلاقات العامة
32	وظائف العلاقات العامة
43	المبحث الثاني : المسؤولية الاجتماعية
61	المبحث الثالث : القائم بالاتصال بالعلاقات العامة
<b>الفصل الثالث مفهوم المجتمع</b>	



83	المبحث الاول : مفهوم المجتمع
99	المبحث الثاني : النسيج الاجتماعي
104	المبحث الثالث: القبلية والجهوية
<b>الفصل الرابع</b> <b>الدراسة الميدانية</b>	
108	اولا: مجتمع البحث
108	أ/ مجتمع النيل الأبيض
118	ب/ وزارة الشؤون الاجتماعية
124	ثانيا : الاجراءات المنهجية للدراسة
128	ثالثا : عرض وتفسير البيانات
162	النتائج
164	التوصيات
165	المصادر والمراجع
	الملاحق

## فهرس الجداول والأشكال

الصفحة	الجدول
<b>الجمهور الخارجي</b>	
128	جدول رقم 1
129	جدول رقم 2
130	جدول رقم 3
131	جدول رقم 4
132	جدول رقم 5
133	جدول رقم 6
134	جدول رقم 7
135	جدول رقم 8
136	جدول رقم 9
137	جدول رقم 10
138	جدول رقم 11
149	جدول رقم 12
140	جدول رقم 13
141	جدول رقم 14
142	جدول رقم 15
<b>الجمهور الداخلي</b>	
143	جدول رقم 16
144	جدول رقم 17
145	جدول رقم 18
146	جدول رقم 19

147	جدول رقم 20
148	جدول رقم 21
149	جدول رقم 22
150	جدول رقم 23
151	جدول رقم 24
152	جدول رقم 25
153	جدول رقم 26
154	جدول رقم 27
155	جدول رقم 28
156	جدول رقم 29
157	جدول رقم 30
158	جدول رقم 31
159	جدول رقم 32
160	جدول رقم 33

## فهرس الاشكال

الصفحة	الأشكال
<b>الجمهور الخارجي</b>	
128	شكل رقم 1
129	شكل رقم 2
130	شكل رقم 3
131	شكل رقم 4
132	شكل رقم 5
133	شكل رقم 6
134	شكل رقم 7
135	شكل رقم 8
136	شكل رقم 9
137	شكل رقم 10
138	شكل رقم 11
139	شكل رقم 12
140	شكل رقم 13
141	شكل رقم 14
142	شكل رقم 15
<b>الجمهور الداخلي</b>	
143	شكل رقم 16
144	شكل رقم 17
145	شكل رقم 18
146	شكل رقم 19

147	شكل رقم 20
148	شكل رقم 21
149	شكل رقم 22
150	شكل رقم 23
151	شكل رقم 24
152	شكل رقم 25
153	شكل رقم 26
154	شكل رقم 27
155	شكل رقم 28
156	شكل رقم 29
157	شكل رقم 30
158	شكل رقم 31
159	شكل رقم 32
160	شكل رقم 33

الفصل الأول:  
الإطار المنهجي

## المقدمة:

اصبحت وسائل الاتصال تشكل جزءا لا يتجزأ من حياة الناس اليومية وتشغل حيزا كبيرا ضمن اهتماماتهم المستمرة منذ فترة طويلة وظلت تتطور هذه الوسائل بتطور الحياة وتحازي تقدمها ولم تعد تشغل الصفوة والمتقنين فقط بل انسحب تأثيرها ليصل الي جميع فئات المجتمع وفي كل مكان وزمان واصبح الناس يهتمون بما يعرض علي هذه الوسائل وينشر عليها ويستدلون في كثير من مناقشاتهم برأي خبير او استشارة طبيب او توجه سياسي او سلوك مشهور عرض علي احدي الوسائل ونجدهم يثقون في ان ماينشر علي الوسائل الاعلامية من مواد علمية مدروسة وخبرات وتجارب ثرة ويستمعون باهتمام لنصائح وارشادات المسؤولين والعلماء والمختصين التي تعرض علي الوسائل الاعلامية المختلفة .

لا احد يستطيع ان يخفي هذه الحقيقة اصبح الناس يبحثون عن تفاصيل حياتهم اليومية في تلك الوسائل اصبحوا يشعرون بقربها من معايشة واقعهم ويجدون اخبار إخوانهم في الانسانية في كل مكان عليها وبداء يتغير الفهم العام لوسائل الاعلام الي منبر يعكس قضايا الناس الحيوية والراهنة اصبح الناس يجدون في وسائل الاعلام منبر لعرض مشاكلهم وهموم واهتماماتهم والتعبير عن آرائهم وتوجهاتهم اصبحوا يشعرون بان الاعلام ملك للجميع وحق للجميع يستوعبون انها يمكن ان توصل اصواتهم للمسؤولين وصناع القرارعبرها يمكنهم ايضا طرح افكار جديدة عليها يمكن ان تساهم ويساهمون عبرها في تغير المفاهيم الخاطئة والسلوكيات الضارة .

والعلاقات العامة جانب ذات خصوصية يكتسب اهميته من اهمية الاعلام بصفة عامة وهي ادارة مهمة وضرورية للمؤسسات المختلفة ولها ادوار ووظائف ومهام تقوم بها واهداف تسعى الي تحقيقها وهي تستخدم عدة وسائل لعكس الخدمات والانشطة المختلفة وبث الرسائل.

وتأتي هذه الدراسة بمحاولة للوقوف علي اهمية وفاعلية عمل العلاقات العامة في المجتمع ، وبما ان الجمهور او المجتمع هو المستهدف الاول بعمل العلاقات العامة لابد من اهتمام وانتباه القائمين علي عمل العلاقات العامة باهمية انتقاء طرق واساليب تعاملها وتفاعلها معه .

ويمكن لادارة العلاقات العامة في كل المؤسسات اي كان نوعها استخدام واستغلال ذات الوسائل المتاحة اصلا من مؤتمرات ونشرات ودوريات واتصال مباشر وغير مباشر ووسائل الاتصال جماهيري لبث رسائلها المختلفة له بالجانب الاجتماعي معرض الدراسة ولكن بطرق مبتكرة وبسيطة في نفس الوقت مناسبة ومرنة تتناسب مع فئات المجتمع المختلفة تجعلها لصيقة به مؤثرة فيه مساهمة في المحافظة علي نسيجه الاجتماعي بان تكون مدركة للهمومه وقضاياه مواكبة للمستجدات فيه ولاتجاهاته وارائه عن طريق الاتصال التفاعلي الذي هو احدي وسائلها الفاعلة ايضا ليتمكنها كل ذلك من بث رسائل تتوافق مع تطلعاته وطموحاته وبعث روح الثقة لدي الجمهور في ادارة المؤسسات وخدماتها واطلاع الادارات العليا بما يتناسب مع المجتمع والجمهور حتي لا تكون بمعزل عنه وان تكون علي دراية جديّة به .



## مشكله البحث:

ان مشكلات القبلية والجهوية التي تهدد تماسك النسيج الاجتماعي بالمجتمعات خصوصا المجتمعات النامية لها آثار حقيقية ومخاطر وفي الآونة الاخيرة بدأت هذه المشكلات بالظهور هنا وهناك في العديد من ولايات السودان ورغم كثافة وانتشار وسائل الاعلام وتعدد اساليبها الا ان الباحثة شعرت بضعف وقصور في تغطية وتناول مثل هذه القضايا في وسائل الاعلام المختلفة والعلاقات العامة التي تاخذ اهميتها من اهمية الاعلام بشكل عام وكجهاز يعتبر الاقرب الى الجماهير لها ادواتها المختلفة التي تمكنها من تسليط الضوء بشكل علمي وفعال وعقيدة العلاقات العامة وهي المسؤولية الاجتماعية تجعلها تكسب اهمية اكبر خصوصا اجهزة العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية الاجتماعية لذا عكفت الباحثة لمعرفة الادوار التي يمكن ان تلعبها العلاقات العامة في تلك المؤسسات في دعم تماسك النسيج الاجتماعي.

## أهداف البحث :

1. تحديد ادوات العلاقات العامة وتوظيفها لتماسك النسيج الاجتماعي.
2. دراسته الاهداف الحقيقيه لاداره العلاقات العامه بالوزاره ومدى توافقها مع متطلبات العمل الاجتماعي بالولاية.
3. كيفية تطبيق وظائف العلاقات العامة في صياغة الرسالة للمحافظة على تماسك النسيج الاجتماعي.
4. دراسته مدى قرب اداره العلاقات العامه بالوزاره من جمهورها.
5. دراسة المواقف الحقيقية لدى فئات المجتمع من الخدمات التي تقدمها الوزارة ومدى درايتهم بدورها في حياتهم.

6. دراسة مدي اهتمام القائمين على العلاقات العامة باهميه العمل الاجتماعي و مدي ادراكهم لادوارهم تجاه المجتمع للمساهمه في المحافظه علي تماسكه واستمرار ترابطه واستقراره.

7. الوقوف علي اهم الادوار التي تقوم بها اداره العلاقات العامه في مجال العمل الاجتماعي

### أهمية البحث:

تأتي اهمية هذه الدراسة من دور الاعلام والعلاقات العامة بالمجتمع ، نجد ان العلاقات العامة توجه رسائلها وتصممها وفقا لمصالح واهداف المؤسسات التي تعمل لديها ولكن هناك جانب مهم هو الجمهور الذي يجب الا تغفلادارت العلاقات العامة عن تصميم رسائلها عنه واستطصحاب همومه وقضاياه في مضمون تلك الرسائل امر ضرورى لانه يمثل ركيزة مهمة في العملية الاتصالية فيجب ان تدرس الرسائل ويخطط لها جيدا وبغناية قبل ان توجه الى الجمهور للحصول على اجود وافضل النتائج قريبة المدى كانت ام بعيده .

ويهمنى كباحثة ابراز الادوار المؤثرة والبالغه التي يمكن ان تؤديها وسائل الاعلام والعلاقات العامة على وجه الخصوص بالمجتمع لانها الاقرب له .

### تساؤلات البحث:

1. ما مدي اسهام عملالعلاقات العامةبالوزارة في رتق النسيج الإقتصادي ؟
2. ما الوظائف الاجتماعيه التي تؤديها العلاقات العامة ؟
3. ما هى الادوارالاجتماعيه التي يقوم بها القائمين علي العلاقات العامه؟
4. كيف يتم استخدام الوسائل المتاحة لعكس الخدمات الاجتماعيه ؟
5. مالدور الذي يلعبه الاتصال باشكاله المختلفه في عمل العلاقات العامه بالوزارة؟

6. هل تخصص موارد مادية كافية للعمل الاجتماعي للعلاقات العامة؟
7. هل يتفاعل الجمهور مع الرسائل والخدمات الاجتماعيه بالشكل المطلوب؟
8. هل تهتم اداراه العلاقات العامة بالتخطيط؟ وعلى ماذا تستند فى عملها؟
9. هل تقوم ادارة العلاقات العامة بوظيفة المسؤولية الاجتماعية ؟
10. هل تتطور بعض المشكلات البسيطة لتصبح مشكلات قبلية ؟

### مجتمع البحث:

يتكون مجتمع البحث من شقين:

### الجمهور الخارجي:

تمثله عينة عشوائية لمجتمع ولاية النيل الأبيض للتعرف على توظيف عمل العلاقات العامة تجاههم ومدى تفاعلهم مع الرسائل الموجهة لهم وحجم رضاهم عن الخدمات التي تقدمها الوزارة ايضا وكيفية مساهمة الوزارة وادارة العلاقات العامة بها في المحافظة على النسيج الاجتماعي بالولاية للتعرف أكثر على مواقفهم تجاه عمل الوزارة بهذا الخصوص.

### الجمهور الداخلي:

يمثله العاملون بادارة العلاقات العامة في وزارة الشؤون الاجتماعية باعتبارها الوزارة المسؤولة عن رتق النسيج الاجتماعي ويهتم عملها ايضا بخدمة المجتمع بشكل كبير وادارة العلاقات بها هي التي تتفاعل مع الجمهور لعكس ما تقدمه الوزارة للمحافظة على تماسك المجتمع يأتي في المقام الأول لعمل العلاقات العامة بها.

### الاطار المكاني:

وزارة الشؤون الاجتماعية بولاية النيل الابيض، تتميز ولاية النيل الابيض بمساحه شاسعه وتنوع كبير فى نسيجها الاجتماعى نسبه لمجاورتها لعدة ولايات وقد

اصبحت مؤخرا من الولايات الحدودية المتاخمة لحدود دولة جنوب السودان بعد انفصالها وهذا يعقد ويوسع عمل وزارة الشؤون الاجتماعية وبضيف عليها عبء واهمية، وقد اثار هذا فضول الباحث العلمي باختيار الوزارة للوقوف على اهم ما تقدمه لمجتمع الولاية.

### الاطار الزماني:

تم اختيار الفتره من يناير 2014الي يناير 2015 لان هذه الفتره شهدت الكثير من المتغيرات بولايه النيل الابيض متغيرات مثل موقع الولاية الجغرافي حيث اصبحت علي الحدود مع دولة الجنوب مما جعلها ذات اهمية امنية واثر ذلك علي حرية تنقل المواطنين علي الحدود مثل الرعاة والتجار لتصبح مساراتهم في الاتجاهين الشمالي والغربي اكثر مما سبق وقد تودي مزاحمتهم لمواطني تلك المناطق لبعض الاحتكاكات الجهوية وايضا تقلص اراضي المواطنين الزراعية بسبب انفصال دولة الجنوب او قيام بعض المشاريع الكبيرة الجديدة والحل والترحال الذي يحدث بشكل متواتر وظهور بعض المشكلات القبلية كلها متغيرات لها اثارها القريبة والبعيدة علي ترابط نسيج الولاية الاجتماعي وسنحاول في الدراسة استعراض تاثيرات كل هذه المتغيرات علي سير العمل بوزارة الشؤون الاجتماعية بالولاية وادارة العلاقات العامة فيها بالايخص .

### منهج البحث :

بما ان الدراسة تهتم بالدراسات الانسانية استعانة الباحثة بالمنهج الوصفي و المنهج التاريخي.

إستفادة الباحثة من المنهج الوصفي التحليلي عن طريق الأدوات العلمية التي يوفرها للحصول على نتائج أقرب للحقيقة والواقع.

### أدوات البحث :

الاداء او الطريقة هى التى يستخدمها الباحث فى دراسته للحصول على النتائج المطلوبه، والطريقة الوصفية فى البحث هى وصف فكره او شئ او عمل او ابراز العوامل والقوى المؤثرة فيها والعلاقات بين مكونات كل منها .

(محمد ، سكاروس ، ص:60)

1. الملاحظة: الملاحظة العلمية هي الاعتبار المنتبه للظواهر او الحوادث بقصد تفسيرها واكتشاف اسبابها والوصول الي القوانين التي تحكمها.
2. الاستبيان: وسيلة من وسائل جمع البيانات وتعتمد اساسا على استمارة تتكون من مجموعة من الأسئلة ترسل بواسطة البريد او تسلم الي الاشخاص الذين تم اختيارهم بموضوع الدراسة ليقوموا بتسجيل اجاباتهم عن الاسئلة الواردة فيه واعادته ثانية ويتم كل ذلك بدون مساعدة الباحث للأفراد سواء في فهم الاسئلة او تسجيل الاجابات عنهم.

المقابلة : هي تفاعل لفظي يتم بين شخص في موقع المواجهة حيث يحاول احدهما وهو القائم بالمقابلة ان يستثير بعض المعلومات او التغيرات لدى المبحوث او التي تدور حول آرائه ومعتقداته.

(الشريف ، 2008 ، ص:118-123-129)

## مصطلحات البحث:

### الفاعلية لغة :

مصدر صناعي من فاعل : مقدرة الشيء على التأثير -: فاعلية وسيلة / دواء / حل  
(موقع المعجم:اللغة العربية المعاصر )

### الفاعلية Effectiveness

اصطلاحاً: هي النشاط التلقائي المؤثر وهي النشاط الطبيعي لاثبات الافعال يقول فاعلية الشخص اي مايبديه من نشاط في مجال الاتصال فان الفاعلية تعنى مدى نجاح القائم بالاتصال فى ممارسة مهنته وتقاس بمدى تاثيره بالجمهور الذين يتوجهاليهم فى اداء باقى عناصر عملية الاتصال بكفاءة عالية .

(علي ، 2015، م ، ص:14-15)

أجرائياً: يقصد به الدور الحقيقي الذي تقوم به العلاقات العامة وهو ان تفعل العلاقات العامة جميع وسائلها وادواتها لعمل معين يكسبها القدرة على احداث تأثير .

### العلاقات العامة لغة:

رابطة تربط بين شخصين أو شيئينبوجه شامل ، بصورة غير محدّدة

### العلاقات العامة Public relations

اصطلاحاً : هي وظيفة الادارة المستمرة والمخطط لها التى تسعى المنظمات والمنظمات الخاصة والعامة لثبوت تفاهم الجماهير التى تهتمها وتعاطفها وتأييدها والحفاظ على استمرار هذا التفاهم والتعاطف والتأييد وذلك من خلال قياس اتجاهات الرأى العام لضمان توافقه ( قدرالامكان ) مع سياساتها وانشطتها وتحقيق مزيد من التعاون الخلاق والاداء الفعال للمصالح المشتركة عند استخدام الاعلان الشامل المخطط .

(علي ، 2015، م ، ص:13)

أجرائيا : هي الجهاز الاعلامي للمؤسسات العامة الذي يمثل واجهتها على الصعيدين الداخلي والخارجي ويتبنى مسؤوليات ومهام تخص المؤسسة وسياساتها وهنا قصدت الباحثة كفاءة العناصر التي تستخدمها ادارة العلاقات العامة بالوزارة للوصول للهدف و المحافظة على النسيج الاجتماعي.

### النسيج الاجتماعي Social Fabric

اصطلاحاً: هو البناء الاجتماعي بمكوناته الثقافية والاقتصادية والاجتماعية وبمعنى اخر الاطار الذي تتكامل فيه وتتأزر العلاقات بين الوحدات والنظم الاجتماعية المختلفة .

وفى هذا الاطار تتكون الجماعات الاجتماعية التي تؤهل المجتمع من الاستمرارية حيث يستطيع الحفاظ على كيانه من خلال القيم والموروثات الثقافية لها.

( صالح ، Sudaress.com )

أجرائيا: هو مكونات المجتمع الانساني من افراد وجماعات ونظم اجتماعية وسياسية واقتصادية والتي تمثل وحدة وترابط المجتمع .

## الدراسات السابقة :

### الدراسة الاولى :

هدى الزبير نور الهادى - وظيفة العلاقات العامة فى المؤسسات الحكومية فى السودان - ماجستير - جامعة امدرمان الاسلامية 2010م.

إستخدمت المنهج الوصفى من اهم نتائجها :

1. ان العلاقات العامة وظيفة استشارية كما انها تعمل على تكوين صورة ذهنية طيبة لدى الجماهير عن عمل المؤسسات والهيئات الحكومية .
2. ان العلاقات العامة بالمؤسسات الحكومية بولاية النيل الابيض تقوم بالانشطه الاجتماعية والثقافية وتنظيم الندوات والمؤتمرات والصناديق الخيرية لمعالجه قضايا المجتمع .
3. اوضحت الدراسة ان الوسائل الاتصالية التى تستخدمها العلاقات العامة فى الوزارة للوصول الى جماهيرها الاجتماعات يليها الراديو والتلفزيون ثم الاصدارات الداخلية والنشرات الدوريات والصحف اليومية (الهادي ، 2010)

### الدراسة الثانية :

أزاهر حسن احمد محمد نور - الوظيفة الاجتماعية للعلاقات العامة

جامعه امدرمان الاسلامية 2006 ماجستير .

إستخدمت المنهج الوصفى من أهم النتائج:

أهم النتائج : على ادارة العلاقات العامة توضيح خططها وبرامجها لجمهورها لضمان الترابط والتماسك والرضى .



2. على ادارة العلاقات العامة الاهتمام بمعرفة اراء جمهورها واتجاهاتهم تجاه الادارة.

3. على ادارة العلاقات العامة ان تقوم بتطوير اسلوب اتصالي داخلى واسلوب اتصالي واضح لعامة الجمهور ايضا . ( نور ، 2006 )

#### الدراسة الثالثة :

شاذلي عوض عبد الفضيل احمد -فاعلية العلاقات العامة فى تطوير أداء المؤسسات الحكومية -رسالة ماجستير غير منشورة - جامعه السودان للعلوم والتكنولوجيا 2015م .

تمت الدراسة عبر المنهج الوصفى

#### اهم النتائج :

1. وجد الباحث أن برامج إدارة العلاقات العامة تساهم بفعالية في كسب ثقة الجمهور الداخلي والخارجي.
2. أوضحت الدراسة أن غالبية أفراد العينة يوافقون على أن العلاقات العامة تساهم في دعم العلاقات الإجتماعية.
3. من المعوقات التي تواجه عمل العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية عدم وجود ميزانية مخصصة لنشاط العلاقات العامة.

#### الدراسة الرابعة :

سلوى عبد الله الأمين أحمد-دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمنشآت الحكومية - دراسة ماجستير غير منشورة - جامعه افريقيا العالمية 2016م.

من البحوث الوصفية

## أهم النتائج :

1. أثبتت الدراسة أن العلاقات العامة تقوم بتزويد وسائل الإعلام بأنشطة المؤسسة.
2. خلصت الدراسة إلى أن مضمون برامج العلاقات العامة لتحسين الصورة الذهنية مقنع ومؤثر.

## الدراسة الخامسة :

مياسة خليل هاشم خليل - دور الإعلام في تحقيق أهداف العلاقات العامة في المؤسسات الاجتماعية - رسالة ماجستير غير منشورة - جامعه افريقيا العالمية 2017م.

الدراسة استخدمت المنهج الوصفي

## أهم النتائج :

1. أشارت الدراسة النظرية أن النشاط الإتصالي جوهر عمل العلاقات العامة.
2. أوضحت الدراسة النظرية أن الإتصال في العلاقات العامة لتحقيق أهدافه يجب أن تتوفر له كافة الضمانات والمقومات اللازمة لنجاحه من صياغة رسائل وإختيار وسيلة تتوافق مع إهتمامات الجمهور.

## علاقة الدراسة الحالية بالدراسات السابقة :

اتفقت الدراسة مع الدراسات السابقة على تناول عمل العلاقات العامة بالمؤسسات العامة والحكومية .

تناولت بعض الدراسات السابقة وظيفة العلاقات العامة في المؤسسات الاجتماعية وهذا ما تناوله الدراسة الحالية ، تطرقت الدراسات السابقة لعمل العلاقات العامة من الناحية الوظيفية والتنظيمية ولكن تحاول الدراسة الحالية تسليط الضوء على الجمهور وفاعلية العلاقات العامة في المحافظة على تماسكه .

# الفصل الثاني

## العلاقات العامة

### (أهميتها أهدافها وظائفها)

- المبحث الاول : أهمية واهداف ووظائف العلاقات العامة .
- المبحث الثاني : المسؤولية الإجتماعية في العلاقات العامة .
- المبحث الثالث : القائم بالإنصال في العلاقات العامة .

## المبحث الاول

### أهمية واهداف ووظائف العلاقات العامة

#### اهمية العلاقات العامة :

إن نمو المجتمع الإنساني جاوز كل توقع ، فهو لا يزال يتقدم في النمو والإتساع على درجات تتفاوت من مكان الى مكان وكان نتيجة ذلك النمو ان تشابكت مصالح الناس وتعقدت صلاتهم واختلفت ميولهم وتتنوعت إهتمامتهم حتى اصبح كل راغب في التأثير في الناس سواء لغرض تجاري او لجانب ثقافي او لواجب إنساني او لغير ذلك ان يتوصل الى مقصده بخطة محكمة مدروسة من شأنها ان تبلغه الرسالة المرجوة وتؤتيه الثمرة المنشودة .

اصبحت العلاقات العامة وظيفة من وظائف الإدارة التي كانت في ما مضى تقتصر على التنظيم وتحديد المسؤولية والإشراف ، ولما كانت العلاقات العامة وظيفة إدارية جديدة ومهمة ، فإنها تشمل جميع مسؤوليات المؤسسة ، وهي بالإضافة الى ذلك وظيفة تنظيم تستطيع الإدارة بواسطتها ان تحدد المسؤولية لأوجه النشاط وتحافظ على التعاون بين الجمهور الذي له علاقة مباشرة بالمؤسسة وهكذا فإن الإتجاه السائد يؤمن بأن العلاقات العامة لها دور مهم وفعال في الإدارة لا يمكن إغفاله وإهماله او إعتبره نشاطا ثانويا لها(د. جرادات ،د. الشامي ، 2009 ، ص 46).

إن العلاقات العامة وما تحققة من اهداف تأخذ بالإعتبار ان المشاكل التي تواجهها الحكومات والمؤسسات معقدة وان مقدرة رجل الشارع العادي ايسر من تفهم هذه المشاكل بالكفاية المطلوبة فهل يمكن إقامة خطوط إتصال او جسر بينها إذا كانت مشاكل الإدارة معقدة ومن ذلك يتضح مدى اهمية دور العلاقات العامة بالنسبة للمؤسسات العامة وبالنسبة للدولة بصفة خاصة فبدون العلاقات العامة يظل نشاط الإدارة في وادٍ والرأي العام في وادٍ آخر والدولة المعاصرة هي دولة خدمات وحتى

تستطيع القيام بنشاطها فلا بد ان تستند او تعتمد على تعاون الشعب فكيف سيتحقق ذلك اذا كان الشعب مفقداً اساساً الى العلم بتلك الانشطة وحتى تستطيع الإدارات العامة للدولة ولاي مؤسسه ان تعمل على هذا التعاون فينبغي لها ان تتعرف باستمرار على آراء الشعب بالنسبة لنشاطها حتى يمكنها ذلك من التعديل والتطوير في اساليبها لكي يستمر تأييد الرأي العام لها.(د. الزين ، 2011 ، ص 46)

ان المجتمع الحديث الذي نعيش فيه الان يتميز بالتخصص الدقيق في الانتاج وفي تطبيق مبدأ تقسيم العمل؛ الامر الذي أدى الي تقسيم المجتمع الي قطاعات متباعده ،تحتاج الي التفاهم والتعاون بين قطاعاته وعناصره المختلفة . وذلك بخلاف المجتمع في العصور القديمة ،الذي يتسم بمنشآت صغيرة الحجم وبالتالي سهولة إقامة علاقات طيبة بين تلك المنشآت و جماهيرها ،ونجد اليوم ان هناك منشآت ضخمة ومشروعات متفرعة ، وفي نفس الوقت تطورت نظم الادارة تطورا ملحوظا مما يتطلب احداث تغييرا جوهريا في العملية الادارية .

فالتغييرات التي حدثت في العصر الحديث وما صاحب ذلك من تطور هائل في التكنولوجيا و وثورة المعلومات ،احدثت تطورا في احجام وهياكل منظمات الاعمال في مختلف الاعمال و المجالات ، والذي انعكس بدوره على مجموعة الوظائف الادارية المختلفة ، واهميه كل وظيفه منها ،وفي هذا بدأت نظرة الإدارة الي العلاقات العامة ، تتغيرنسبيا سواء من حيث المفهوم او الاهداف لكل ذلك كان لابد للمنشآت ان تسند مهمة إقامة وتوظيف علاقات متينة بينها وبين جماهيرها ، الى أناس متخصصين وذوي خبره ، ومن هنا نشأت فكرة جهاز يشرف على اعمال العلاقات العامة .

ومما يؤكد على اهمية العلاقات العامة ما ذكره الرئيس الامريكي الاسبق ( هاري ترومان ) : إن قوة وسلطة رئيس الولايات المتحدة قوة كبيرة يعترف بها الجميع ،

ولكن على المدى الطويل استطيع ان اقول ان هذه القوة وتلك السلطة يتوقف أثرها الى حد بعيد على درجة النجاح في العلاقات العامة.(د. مصطفى ، 2009 ، ص 30-31)

إذا عرفنا ان كل نشاط في الحياة الحديثة يعتمد اساسا على الناس ,وانه لكي ينجح هذا النشاط ويزدهر ينبغي ان يعرف الكيفية التي يمكنه بها ان يتعامل مع هؤلاء الناس , فإننا يمكن ان ندرك وان نقدر مدى تعدد المجالات التي تحتاج الى العلاقات العامة وتتنوعها , ومدى اهمية العلاقات العامة وفاعليتها لها كعلم يهتم بآراء الناس واتجاهاتها ومواقفها مع كل جماعة او تنظيم .

ولذا احتلت العلاقات العامة مكانتها داخل الهيكل التنظيمي في إدارات العديد من المنظمات والمؤسسات الحديثة , وعلى الرغم من تفاوت الإهتمام بها داخل المنظمات الا انه اصبح من المسلم به ان الحاجة الى العلاقات العامة حاجة ملحة وان الإنفاق على انشطتها وتنفيذ برامجها لا يعد ترفا بل له مبرراته الموضوعية .

وقد انعكس الإدراك المتزايد لأهمية العلاقات العامة في شكل الإدارات المتخصصة في الهيئات والمنظمات والتي تقوم بأداء مهام العلاقات العامة . واصبحت العلاقات العامة اليوم تمد يد المساعدة للعديد من المؤسسات في المجتمع المعاصر كالإدارات الحكومية والإتحادات التجارية وجماعات رجال الاعمال والجامعات والمدارس والمؤسسات التطوعية والمستشفيات والهيئات الدينية وغيرها .

وتمثل العلاقات العامة اليوم اهمية بالغة للمؤسسات المعاصرة حيث تستهدف تحقيق التوافق والتكيف بينها وبين جماهيرها التي تتعامل معها وبهذا يتوفر للمؤسسة المعاصرة مناخ نفسي اكثر ملاءمة لتطورها تطوراً سليماً ومستقراً , بينما يتوفر للجماهير المتعاملة معها حياة إجتماعية مشتركة افضل .

لقد اصبحت العلاقات العامة علما يحتل اهمية ومكانة خاصة لدى الهيئات والمنظمات والمؤسسات في المجتمع المعاصر .(أ.د. يوسف ، 2008 ، ص 71-

(72

وتبرز اهمية العلاقات العامة في ظل الانظمة الوطنية كوسيلة للإحداث تغيير علمي مستمر في المجتمع من أجل سعادة ورفاه الجماهير وانطلاقا من توقعاته وطموحاته نحو حياة افضل وهنا تلبية رغبات الجماهير وسيادة القيم والعدالة والمساواة تعطي مردودا اساسيا وهو شعور الفرد بالمسؤولية والتضحية في العمل انطلاقا من الايمان بوجود جهاز حكومي يرعى مصالحه بشكل موضوعي هادف وهذا يؤدي الي تقوية كيان الوطن كوحدة ملائمة . وتزداد اهمية العلاقات العامة في المؤسسات العامة التي تعمل في ظل المجتمع الحقيقي فهي ضرورة لازمة لأية مؤسسة سواء كانت هذه المؤسسة حكومية ام تجارية ام اجتماعية فلا يمكن لأية مؤسسة من المؤسسات ان تعمل دون ضمان التفاهم المتبادل بينها وبين الجمهور او بين العاملين في المؤسسة نفسها فان التفاهم المتبادل يعد عاملا اساسيا من عوامل النجاح في كل هذه الحالات . وبذلك فان اهمية العلاقات العامة لم تعد في حاجة الي تأكيدها كما انها لم تعد موضوع جدل او نقاش في عالم مترابط مع بعضه البعض بالعلاقات المتداخلة والاتصالات السريعة في الوقت نفسه تؤدي الي بعض الازمات المتكررة والمواجهات والصراعات .

مماصبح من واجب المسؤولين الاداريين ان يخبروا الجماهير بسياساتهم ويدرخوا ميول واتجاهات الراي العام قبل اقرار سياستهم . وان يعملوا علي اقناع الجماهير بوجهة نظر مؤسساتهم ،فالحكومات الديمقراطية تعتمد في ادارتها للسلطة والقيام بواجباتها وبماهمها واستمرارها علي مدي رضي الجماهير وتعاونها وتجاوبها معها.(د. جرادات ،د. الشامي ، 2009 ، ص 47-48)

وعلى نطاق المؤسسات العامة تبرز أهمية العلاقات العامة فيها ،من خلال عملها في مراجعة القرارات العامة للمؤسسة في مختلف النواحي الادارية والتسويقية ، والتأكد من سلامتها من حيث اثرها على العاملين وجمهور المؤسسة والرأي العام بشكل عام ، سواء اكان ذلك في المدي القصير او البعيد ،وواجبها لفت نظر الادارة العليا الي السياسة والاجراءات التي تتفق مع مصلحة المؤسسة ،فهي تعمل علي دراسة الاتجاهات العامة للبيئة المحيطة بالمؤسسة ومحاولة جعل سياسة المؤسسة واهدافها مع تلك الاتجاهات .

ماهي الاسباب او العوامل التي تكسب العلاقات العامة في هذه المنظمات اهمية خاصة ؟ تتمثل هذه العوامل في النقاط التالية :

#### اولا: الصورة الذهنية :

ان المنظمات والمؤسسات بل والشخصيات لاتستطيع العمل في مناخ جيد يمكنها من تحقيق مصالحها واداء دورها، الا اذا كانت صورتها الذهنية لدى الجماهير ايجابية ، حيث تتفهم الجماهير دورها ،وتقبل علي التعاون معها .

#### ثانيا : تحقيق الإتصال ذي الإتجاهين مع جماهير عديدة :

ترتبط المنظمات المعاصرة بجماهير عديدة ، وعليها إذا ارادت النجاح ان تسعى لكسب تاييد الجماهير وودها ، واولى الخطوات في هذا الإتجاه هي البحوث والدراسات التي لا يتحقق مفهوم الإتصال ذي الإتجاهين بدونها .

ويعني مفهوم الإتصال ذي الإتجاهين - الذي اتجهت الي تطبيقه الإدارة المعاصرة - ان يوجد اتجاهين للإتصال : اتجاه يفسر ويحلل ويشرح مرتكزاً في ذلك على الحقيقة ، واتجاه يقيم قنوات تتدفق من خلالها آراء الجمهور واستجاباته وردود افعاله.



### ثالثا : تعقد المجتمع المعاصر :

لما كان المجتمع المعاصر الذي نعيش فيه يتسم بالتعقيد , فإنه لم يعد من الممكن للمنظمات والمؤسسات المعاصرة ان تعمل في مجتمعنا هذا المعقد والمزدحم ' دون الانتباه والإهتمام بالعلاقات العامة وادراك هذه الحقيقة بات عالميا فالوقت والمال الذي ينفق من اجل تحسين ورعاية العلاقات مع الجمهور ليس ترفا ولكنه ضرورة وتستطيع العلاقات العامة ان تمد يد المساعدة للمجتمع المعقد والمتعدد الوظائف لتمكنه من اتخاذ قراراته وممارسة ووظائفه بكفاءة اكبر من خلال المساعدة في الوصول الى الفهم المتبادل بين الجماعات والمؤسسات والهيئات.(أ.د. يوسف ، 2008 ، ص 72-74 ، ص 77-78).

### رابعا : الإستفادة من الخبرات السابقة :

ينبغي ان تضع المنظمات المعاصرة ( نصب اعينها ) الإستفادة من التجارب السابقة والتي حدثت في مجتمعات متقدمة . فقد واجهت مؤسسات وشركات وهيئات وشخصيات مشاكل كثيرة من ثقة مفقودة وصورة مهتزة وتمكنت بفضل التوظيف السليم لمفاهيم العلاقات العامة ان تحل مشاكلها وتنهض من عثراتها ولذلك ينبغي تحليل هذه الخبرات السابقة والإستفادة منها وهو ما يعرف بدراسة المواقف المشابهة The similar Situations وكثيرا تمتدح الخبرة السابقة على انها معلم فإذا كان هناك شخص واجه موقفاً مشابهاً لموقف نحن بصدده فإن المعلومات عن نجاحه او فشله تكون نافعة جدا .

### خامساً : العلاقات العامة وظيفية إدارية : -

لما كانت العلاقات العامة تحتل مكانها في الفكر الإداري الحديث , إذ هي وظيفة من وظائف الإدارة كان من غير المعقول ان تتخلف المنظمات المعاصرة او تشذ عن هذا الإتجاه ومن ثم اصبح من الضروري عليها لمسايرة اسلوب العصر في

الإدارة ان تمتلك جهاز للعلاقات العامة يؤدي هذه الوظيفة من وظائف الإدارة . لكي تقوم ادارة العلاقات العامة بهذا الدور الهام وهو الاتصال الفعال مع المجتمع بافراده وهيئاته ومنظماته المتعددة وخلق الصورة الذهنية الممتازة والإنتطباع الإيجابي عن المنشأة لدى الافراد و المنظمات في المجتمع بشكل يؤدي الى خلق الظروف المؤاتية والمناخ الإيجابي الذي تستطيع به المنشأة ان تمارس وظيفتها الإنتاجية والخدمية بشكل فعال .

#### سادساً : اهمية وسائل الإعلام : -

لما كانت الصورة الذهنية لأي فرد او منظمة تتأثر بتلك المعلومات والمضامين التي تبثها وسائل الإعلام الجماهيرية فإن هذا يبرز من جديد مدى حاجة المنظمات المعاصرة الى العلاقات العامة , حيث تعد وسائل الاعلام والعاملون بها جمهورا من الجماهير ذات الاهمية الخاصة بالنسبة لهذة المنظمات لأن كل منظمة تحتاج الى تقديم نفسها الى الجمهور في افضل مظهر وهنا يمارس جهاز العلاقات العامة دوره فمن غير المعقول ان يقوم افراد المنظمة المعاصرة بمتابعة وسائل الاعلام والتفرغ لها على حساب ادائهم لمهامهم ثم يقومو بعد ذلك بالرد والتعقيب ولكن ادارة العلاقات العامة عليها متابعة مضامين وسائل الاعلام المتعلقة باداء المنظمة واعطاء هذه المضامين الاهمية اللازمة ولا سيما اذا اشتملت على انتقادات او اتهامات او اثاره تساؤلات معينة وهنا يصبح من الضروري توضيح وجهة النظر للجماهير في صراحة ووضوح. (أ.د. يوسف ، 2008 ، ص 78-79 ، ص81 ، ص83-85).

#### سابعاً : الجمهور الداخلي : -

لما كانت العلاقات العامة تعكس واقعاً , فإنه يمكن القول بان رسم الصورة الذهنية الطيبة لايصبح مسؤولية مطلقة للعاملين في ادارة العلاقات العامة باي منظمة وإنما هي مسؤولية مشتركة بين كل العاملين في المنظمة وحيث ان العلاقة بين اي منظمة وجماهيرها هي في جوهرها مجموع علاقات كل فرد من افرادها مع واحد او

أكثر فإن هذا يبرز أهمية كل سلوك يصدر عن أفراد المنظمة عند تعاملهم مع أفراد الجماهير في مواقف الحياة المختلفة وهذا بدوره يوضح أهمية العلاقات العامة في أي منظمة لأن طرق التعامل مع الجمهور وأساليب التخاطب معه لا يجب أن تترك للإجتهادات الشخصية والنوايا الطيبة للبعض بل يجب أن تكون لغة مشتركة يتقنها كل العاملين في المنظمة وهذا يتطلب إتاحة الفرصة لإدارة العلاقات العامة بحكم أنها الإدارة المتخصصة في الإتصال وذات الخبرة بأساليب التعامل مع الجماهير للإشتراك في برامج إعداد أفراد المنظمة وتدريبهم على أساليب التعامل مع الجماهير بحيث لا يحدث تصرف غير مسؤول لفرد أو عدة أفراد يؤثر على الصورة الذهنية للمنظمة ككل.

#### ثامناً : المسؤولية الاجتماعية :

تأتي المسؤولية الاجتماعية للمنظمات عاملاً آخر يوضح مدى حاجة أي منظمة معاصرة لوجود جهاز علاقات عامة والمسؤولية الاجتماعية هي العقيدة الرئيسية للعلاقات العامة التي ينبغي أن يطبقها كل الممارسين لها وإذا كانت هناك منظمة لا تحتاج إلى أن تكون مسؤولة عن جماهيرها فإنها لا تحتاج إلى وظيفة العلاقات العامة. هناك عدد من العوامل التي أدت إلى إبراز أهمية العلاقات العامة وجعلها عملية متخصصة تحظى باهتمام الإدارة ويمكن إجمالها في مايلي : (د.حجاب ، د. وهي ص 29 ، ص 38-40).

1. تزايد تعقد هيكل الصناعة وزيادة ابتعادها عن الاتصال المباشر بالجماهير وكان ذلك بسبب التقدم التكنولوجي والفني الذي حققته البشرية خلال النصف الأخير من القرن العشرين بمعدلات فاقت ما حققته خلال التاريخ الإنساني كله وذلك الشكل يشمل كل مجالات الحياة وفي اتجاه تحقيق الرفاهية للإنسان وحل مشكلات البيئة واستخدام كل الإمكانيات المتاحة للحصول على أكبر المنافع

ويترتب على هذا بالنسبة للعاملين في تلك المنشآت عدم الشعور بروح التآلف مع مجموعة العمل التي ينتمي اليها وشعور كل منهم بضآلة الدور الذي يلعبه في مجال نشاط المنشأة مما يسبب له الملل والإحباط إضافة الى المشكلات التسويقية الناتجة عن حدة المنافسة وما ينتج من كساد وقد يترتب على هذا زيادة اهمية العلاقات العامة وباعتبارها من وسائل العلاج للمشكلات الانسانية المترتبة على التقدم التكنولوجي .

2. تزايد الدور الذي تطلع به الاجهزة الحكومية مع الجماهير المختلفة وتحتاج تلك الاجهزة الى أنشطة العلاقات العامة نظراً لأنها غالباً تتأثر بتقديم بعض الخدمات السيادية التي تغيب فيها المنافسة وبالتالي وتحسن من تدهور مستوى خدماتها للمتعاملين معها .

3. الإنتاج على نطاق واسع مما يحتم ان يكون التوزيع ايضا على نطاق واسع وفي ظل التقدم التكنولوجي والفني لم تعد المشكلة مشكلة انتاج بقدر ما اصبحت مشكلة اقناع الجمهور بالتعامل مع منتجات الشركة دوناً عن المنتجات الخاصة للمنشآت المنافسة.(أ.د. يوسف ، 2008 ، ص 86-89)

4. ظهور الأنظمة الديمقراطية وتزايد الاهتمام باهمية الراي العام واهميته الكبرى لنظم الحكم وظهور دوره في قيام الحكومات وإسقاطها مما جعل الحكومات تهتم بالتأثير في الراي العام من خلال وسائل الاعلام

5. ظهور الآثار السلبية للهجرة من الريف الى المدينة وما ترتب على ذلك من تغييرات اجتماعية غير منتظمة اخلت بتوازن فئات المجتمع وكذلك اثرت على اتجاهات ونوعية الانتاج والاستهلاك معاً على المستوى القومي وادى ذلك الى زيادة الاهتمام بإجراء بحوث الراي العام لدراسة التركيبة الاجتماعية للسكان وعناصر تحولها واتجاه ومعدل هذا التحول وهذا احد اختصاصات العلاقات العامة .

6. التقدم الهائل في وسائل الاتصال الجماهيري في الصحافة والراديو والتلفزيون واصبح من المتاح استخدام هذه الوسائل للتأثير على الفئات المختلفة من الجماهير وبالتالي استخدامها لخدمة اهداف المنشآت الحديثة هذا التقدم اكد الحاجة الى وجود نشاط العلاقات العامة لتحقيق هذه الاهداف .

7. تزايد الطلب على الحقائق والمعلومات من جانب الجمهور نتيجة لإنتشار التعليم والمعرفة .

8. وصول مدير العلاقات العامة الى مركز إستشاري عالي بين المستويات الإدارية العليا ففي الشركات التي اخذت فيها العلاقات العامة وضعا كاملا نجد ان مدير العلاقات العامة اصبح شخصا يعترف له الجميع بأنه يستطيع ان يقوم باشياء ضرورية ولازمة لا يستطيع احد غيره القيام بها .

المواد التي تنتجها العلاقات العامة تعتبر وسائل فعالة للمؤسسة حيث تتضمن مواد تفيد الإدارة العليا للمؤسسة في التعريف بشؤونها ويطلق المتخصصون على إستفادة المؤسسات للمواد التي تنتجها العلاقات العامة إصطلاح ( تسويق برامج العلاقات العامة ) من الواضح ان ظهور وتطور العلاقات العامة هو نتيجة متطابقة لتطور الرأي العام والإتصال الجماهيري في المجتمع الحديث ذلك ان الإدارة لا تكون فعالة الا اذا قامت على اساس المعرفة الدقيقة للرأي العام. (د.حجاب ، د. وهبي ص 29 ، ص 38-40).

إضافة لذلك تقع على إدارة العلاقات العامة بالمؤسسة مسئوليات اخرى كمساعدة إدارتها واقسامها من خلال تقديم نصائحها فيما يتعلق بالعلاقة مع الصحافة والإعلان عن السلع والخدمات الجديدة وخلق جو ودي يسهل على إدارة المؤسسة واقسامها أداء واجباتها بشكل افضل, ومساعدة الإدارة العليا لتقديم معلومات مستمرة عن المتغيرات التي تحدث في إتجاهات الجماهير مصحوبة برأيها فيما يمكن ان يتخذ من قرارات او تعديلات لمواجهة مثل هذه المتغيرات وإنتاج وسائل الاتصال

كالنشرات والخطط والقصص الإخبارية وغيرها ودراسة وتقييم الرأي العام وتقديم الخدمات الخاصة والاتصالات التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة مع الإتحادات المهنية والعاملية وغيرها من الجهات التي تهتم المؤسسة كسب مواقفها الودية , وبذلك تدخل العلاقات العامة في الوظائف الإدارية التي تختص بالنصح والمشورة .

ومن جانب آخر ان للعلاقات العامة أهمية لما تقوم به من تخفيف معاناة الجماهير في بعض المؤسسات من خلال تقليل حدّة السلبيات والامراض الإدارية من جهة لتحسين صلة الجمهور للمؤسسة وتدعيم ثقة بها من جهة أخرى فهي في واقع الأمر تمثل ضمير المؤسسة كجهاز الحساس وتستشعر اتجاه الرأي العام نحو كل قرار تصدره المؤسسة وتعمل على تحليل آراء وإتجاهات الجماهير وتقلها الى إدارة المؤسسة وبذلك هي حلقة وصل أمينة بين المؤسسة وجمهورها وبشكل عام ان العلاقات العامة تساهم مساهمة فعالة في مد الجسور لأقامة اقوى العلاقات بين المؤسسة وجمهورها والمساهمة الجادة في رسم الصورة اللائقة عن نشاطات وسياسات هذه المؤسسة امام الجمهور كما تساعد المجتمع على تفهم حقيقة المؤسسة كعضو فعال فيه.(د.جرادات، د. الشامي، 2009، ص48-49).

### أهداف العلاقات العامة:

تستطيع اجهزة العلاقات العامة ان تحدد لنفسها جملة من الاهداف تساعد فيها المجتمع على مواجهة التحديات الاقتصادية والسياسية والادارية والاجتماعية ومن المعروف ان العلاقات العامة تسعى الى اقامة علاقات طيبة مبنية على الثقة المتبادلة ما بين المؤسسات والعاملين فيها من جهة وبين المتعاملين معها من جهة ثانية والعمل بإستمرار على توازن هذه العلاقات بحيث تخدم كلا الطرفين رغم ان الاهداف يمكن ان تكون متباينة حسب طبيعة المؤسسة والوسائل واساليب التطبيق والتنظيم الفعال لإدارة العلاقات العامة ينتطلب ضرورة وجود اهداف محددة ومتفق

عليها تسعى الى تحقيقها بكفاءة وينبني عليها تحديد الانشطة والوظائف والمهام التي يجب ان تقوم بها إدارة العلاقات العامة لتحقيق هذه الاهداف المخططة كما يؤدي التحديد الدقيق للأهداف الى تحديد الاتجاه العام لنشاط العلاقات العامة خلال فترة زمنية محددة مما يساهم في التركيز على طبيعة المهمة المراد تحقيقها وحصر الجهود الجماعية اللازمة وتكثيلها لتحقيق هذه الاهداف كما تمثل الاهداف مقياسا لكفاءة تحويل العناصر والموارد المتاحة الى خدمات ملموسة وواضحة وذات تأثير فعال في الاتجاه المطلوب كما تستخدم كأداة إدارية في تقييم الأداء والرقابة والتنسيق وإتخاذ القرارات ويظهر تحديد الاهداف مدى قدرة الإدارة على تمثيل نوع المهام المنوطة بها إضافة الى الدور الاساسي الذي يمكن ان تقوم به في إطار واجباتها الوظيفية التخصصية وهو ما يترجم بعد ذلك الى مجموعة من الوظائف والانشطة الاساسية التي تقوم بها . (د. الزين ، 2011 ، ص 35)

**ومن خلال هذا نرى ان العلاقات العامة تسعى الى تحقيق مجموعة من الاهداف :**

- فهي تسعى الى زيادة شعبية اسم الشركة او سلعتها وتفضيلها على غيرها وذلك بالمساعدة على بناء سمعة الشركة التي تقف وراء السلعة او الخدمة وترويج بيع منتجاتها او خدماتها.
- تعمل على تحويل الجمهور الى زبائن للخدمة او السلعة التي تقدمها الشركة فالهدف من العلاقات العامة ليس فقط بناء سمعة فهذا الهدف يسعى للمزيد من الراج لمنتجات المؤسسة او خدماتها .
- وكذلك تسعى العلاقات العامة الى تأسيس هوية وصورة قيادية للشركة او المؤسسة في السوق وسواء كان الشركة او المؤسسة قديمة او جديدة فإنها تهدف الى ان تكون رائدة في مجالها ومتميزة عن غيرها ممن ينافسوها وبحيث يصبح لها هويتها البارزة المنافسة , وكمؤسسة تتحمل المسؤولية بكل جدارة مما يجعلها في مركز الصدارة .

- وتسعى العلاقات العامة الى تطوير اسواق المؤسسة وتوسيعها وذلك بنشر افكار جديدة يتقبلها الناس تفسح المجال لتسويق لتسويق سلعها اوخدماتها في مجالات جديدة واسواق جديدة .
- تعمل العلاقات العامة الى تحقيق قبول إجتماعي من الجمهور للشركة , وهي في هذا الاثناء تكون قد ساعدت على ترويج منتجات الشركة ولذا فإن خلق قبول اجتماعي للشركة والثقة بها اساسيان لتعزيز وضع الشركة او المؤسسة ، واذ تم تحقيق ذلك يمكن ان تصبح المؤسسة او الشركة مقبولة اجتماعيا يشار اليها والى اسهاماتها في خدمة المجتمع وافراده .
- من مهامها تجاوز سوء فهم الجمهور للمؤسسة او الشركة ولخدماتها ، وتكون مهمة العلاقات العامة المساعدة في تخطي العقبات امام المؤسسات وخدماتاتها وسلعها والتي تحول دون نمو اسواقهم وذلك بان ان تعمل على إزالة سوء الفهم لدى الجمهور ولايمكن ان يتحقق ذلك من خلال حملة إتصالية قصيرة المدى بل يجب ان يكون ذلك بناء على اسس منتظمة طويلة المدى مرتبطة ببرنامج ذي مدى واسع وعملية مستمرة .
- تكون مسؤولية العلاقات العامة زرع الثقة بين الإدارة والمساهمين وتقوم بتوثيق العلاقات معهم ، وتسهيل فرص تبادل الآراء بينهم وبين الإدارة فيما يتعلق بمشاريع الشركة وتنظيمها وسياساتها .(د. ابو اصبع ، 2004 ، ص 97-

(98)

ويراعى عند تحديد اهداف العلاقات العامة مجموعة من العوامل التي تتمثل اهمها في:

1. التفرقة بين الاهداف الطويلة او المتوسطة او القصيرة الاجل وربطها ببعضها البعض بما يتيح تنفيذ كل انواع الاهداف في المدة الزمنية المحددة .



2. يجب ان تكون الاهداف محددة بما يتيح إمكانية قياس النتائج فضلا عن ضرورة كونها واضحة وصريحة ومفهومة.

3. ضرورة ان تكون الاهداف واقعية وعملية من حيث قابليتها للتحقيق وإمكانية تنفيذها .

4. كسب ثقة وتأييد الجمهور الخارجي المتعامل بها .

5. من الأمور الحيوية التي تربط اهداف العلاقات العامة بأهداف المنشأة ككل ، بل ان اهداف العلاقات العامة هي في الواقع وسيلة اساسية لتحقيق اهداف المنشأة خاصة فيما يتعلق بتكوين السمعة الطيبة والصورة الذهنية المتميزة للمنشأة لدي المستهلكين وتكوين الروابط القوية بين المنشأة وجماهيرها داخليا وخارجياً .(د.

الزین ، 2011 ، ص 36)

الهدف الأسمى للعلاقات العامة والذي تلتقي حولة باقي اهدافها الاخرى هو كما يقول : الدكتور ابراهيم امام - تحقيق الانسجام والتوافق في المجتمع الحديث الذي تعثره التغييرات السريعة في نظم الحكم والسياسة والمخترعات العلمية .

والمستحدثات الجديدة التي غيرت وجه التاريخ والعلاقات الدولية والإجتماعية فإذا لم يتكيف الافراد مع هذه النظم الجديدة والمخترعات الحديثة انهم يعيشون كالغرباء او الضاربين في ببداء مجهولة فالمدينة الحديثة التي خلقت التخصص واوجدت المؤسسات والهيئات المعقدة مسؤولة عن توثيق أوامر المجتمع حتى لا تتناثر قطاعاته المختلفة او تتصارع من اجل الربح العاجل والإستقلال دون إعتبار للصالح العام فالمهمة الكبرى للعلاقات العامة هي التوفيق بين عناصر المجتمع وهيئاته.(د.حجاب، د. وهبي ص59).

ومؤسساته والتنسيق بين مصالحه المختلفة تحقيقا لمصالح البلاد العليا وكثيرا ما ترتطم المصالح المتنافرة في المجتمعات الحديثة لتكون مسؤولة خبراء العلاقات

العامة هي حل الأزمات بالطرق الإنسانية دون إستعمال للعنف ولهذا فإن الحاجة لتحقيق هذا الهدف تتضح بشدة إبان الثورات والإنقلابات والتغييرات الكبيرة وما أكثرها في القرن العشرين وخاصة في البلدان النامية ولذلك لم يكن غريبا ان تتبلور العلاقات العامة اول ما تتبلور في مستهل هذا القرن في غمرة الصراع المرير بين الإحتكارات الفاسدة والمصلحين في امريكا واثناء الحربين العالميتين وفي مصر بعد قيام الثورة .

ويتفرع عن الهدف الرئيسي للعلاقات العامة اهداف اخرى فرعية تدور انشطة العلاقات العامة ووظائفها في إطار تحقيقها وهذه الاهداف هي :

1. بناء اسم المنشأة وإصباح هذا الاسم بسمعة وشهرة تلقى إستحسان الجماهير التي تتعامل معها المنشأة .
2. ضمان توظيف افضل العناصر البشرية في المنشأة وذلك بضم اكبر الكفاءات التي ترغب في العمل بالمنشأة اذا ما اشتهرت تلك المنشأة وعرفت بالسمعة الجيدة .
3. نصح المنشأة عند تحديد سياستها حتى تراعي إتجاهات الرأي العام بين الجماهير المتصلة بالمنشأة والإستعانة بالمعلومات المرتدة من تلك الجماهير في توقع مستوى نجاح تلك السياسات .
4. إستخدام الاساليب العلمية المتطورة في مجال العلاقات وتطبيقها مثل عمل الإستقصاءات وإتباع اسلوب المعاينة لإستطلاع آراء الجمهور وتطبيق بحوث الرأي العام وذلك بغرض المساعدة على تحقيق الأهداف التي حددتها الإدارة .
5. الحصول على رضا المجتمع وإعتراف الراي العام وكسب تأييده ومحاولة جعل المنشأة متفهمة لخططها وسياستها وخلق الإنطباع المناسب والجيد من المنشأة لدي ذلك الجمهور .

6. مساعدة ادارة البيع علي زياده مبيعات المنشأه وتحسين خدماتها للجمهور ودعم سمعتها .

مواجهة الازمات او الطوارئ التي قد تتعرض لها الاداره او المنشأه ومساعدتها علي تجاوز تلك المواقف باقل خسارة ممكنه ويتمثل دور العلاقات العامه في مثل هذه الظروف في التنبؤ المبكر بها وذلك من خلال التحليل المستمر لاتجاهات الراي العام ومن ثم معرفه تطور اي ازمه وحجم تلك الازمه ومعرفه البدائل المختلفه لحل تلك الازمه وعرضها علي اداره المنشأه واقناعها بالمعلومات الوارده لها عن الراي العام والتنبؤ برده فعل افراد الجمهور في ظل كل بديل من البدائل المطروحه علي الاداره كحل للموقف او الازمه الطارئه واهم من ذلك فأن خبره المشتغلين بالعلاقات العامه قد تؤدي الي تحقيق هدف اكثر بعدا وسط ظروف الازمه وهو تحويل الازمه الي فرصه لدعم مركز المنشأه وسمعتها وليس مجرد تجاهل للأزمه . (د.حجاب ، د. وهبي ص 60 - 61).

الخطط الرئيسية لأخصائي العلاقات العامة تتمثل في الآتي :

1. دعم سياسات المؤسسات وتقبل الجمهور لها .
2. تنمية التفاهم المشترك والمتبادل بين المؤسسة والجمهور .
3. تعزيز ثقة الجمهور بالمؤسسة .
4. تقييم إتجاهات الجمهور والتنبؤ بها و الإستجابة لها .
5. العمل كنظام تحذير مبكر يساعد الإدارة لإتخاذ القرارات .
6. توسيع مجال خدماتها واسواقها وتقبلها لدى جمهور اوسع . (د. الزين ، 2011

، ص 36 - 37)

قواعد وأصول العلاقات العامة تنص على وحدة هذه الاهداف على النحو الآتي :

1. تحقيق السمعة الحسنه ودعم الإنطباعات الجيدة عنها .

2. تنمية شعور العاملين بالإنتماء الى المؤسسة وكسب تأييدهم وولائهم وهذ من ابرز واجبات العلاقات العامة حيث ان العلاقات الطيبة يجب ان تبدأ أولاً داخل المؤسسة ويتم ذلك من خلال :

- أ- إيجاد التفاهم المتبادل الداخلي .
- ب- تقديم عمل الافراد والعاملين وتحقيق الذات لهم .
- ت- إستخدام وسائل الاتصال لإبلاغ العاملين بكافة المعلومات التي يحتاجونها .
- ث- توسيع الانشطة الثقافية وحل المشكلات الخاصة بالعاملين .
- ج- توفير ظروف عمل تناسب صحتهم وتقديم أجور عمل عادلة من خلال ذلك يظهر العامل حبه وإعترازه بالإنتماء لمؤسسته متفانيا في العمل فيها.

#### أهداف العلاقات العامة في الاجهزة الحكومية : -

ويمكن تلخيص اهداف العلاقات العامة في الاجهزة الحكومية كما يلي :

1. الحصول على تاييد الراي العام مد جسور الثقة والتواصل بينه وبين الحكومة من خلال إمداده بالمعلومات الصحيحة والإعتماد على الصدق والامانة في إيصال المعلومات اليه.
2. القيام بشرح اهداف النظام السياسي والاقتصادي والاجتماعي السائد في الدولة .
3. شرح القوانين الجديدة وأيّ تغييرات او تعديلات في القوانين بالإضافة الى شرح مبررات إتخاذ هذه القوانين او التعديلات التي تجري عليها .
4. تنمية الإحساس بالمسؤولية لدى الموظفين من خلال وسائل الاتصال المعروفة والصحف والمجلات او التلفزيون كالتوجيهات المتعلقة بتوفير المياه والكهرباء ومصادر الطاقة .

5. إرشاد المواطنين لما فيه مصلحتهم والمصلحة العامة كالإرشادات التي تقوم بها وزارة الزراعة فيما يتعلق باستخدام المبيدات الفطرية والحشرية للنباتات وتعليمات جني المحصول .
6. تحسين العلاقات سوى مع الجمهور الداخلي او الخارجي .
7. ضرورة تبليغ المواطنين بالخدمات والوظائف التي تزاولها الحكومة بحيث يمكن ان يسهم فيها ويستفيد منها بالكامل .
8. تدعيم العلاقات مع وسائل الاتصال المعروفة من مجلات وصحف وتلفزيون وغيرها .(د. الزين ، 2011 ، ص 37-40).
9. الدفاع عن موقف الدائرة الحكومية اذا تعرضت الى اي انتقادات من قبل الآخرين .

#### وظائف العلاقات العامة:

تعتبر وظيفة العلاقات العامة من اقدم الوظائف الادارية التي عرفها الانسان فهي وظيفة تتعلق بذلك الجانب غير المرئي عادة من جوانب العملية الاتصالية.(د. الزين ، 2011 ، ص 40)

وتتعدد واجبات ادارة العلاقات العامة في المؤسسات ويمكن تحديدها الواجبات ، وخاصة في المصارف ، بالواجبات التالية :

1/ تقديم النصح والرأي بخصوص الصورة العامة التي ترغب في تكوينها لوكالات الدعاية والاعلان ووسائل النشر والصحافة . ويشمل ذلك ، تقديم النصح بخصوص الاسماء والتصاميم والشعارات والالوان التي يمكن استخدامها من قبل وكالات الاعلان المتخصصة ، بما يمكن ان يسهم في تكوين الصورة الذهنية المناسبة ، ويمكن ان يتسع نطاق هذه الوظيفة ليشمل ابداء الرأي في تصميم الزي الموحد للمسؤولين والعاملين والشارات التي يضعونها للتعريف بهم . يضاف الي ذلك ، المساهمة في تقديم المشورة ووجهة النظر جنباً الي جنب مع ادارة التسويق ، فيما

يتعلق بتقديم المصرف بالصورة اللائقة للجمهور في كل مجال او نشاط تنوي الادارة ان يكون لها فيه حضور.(د. ابو اصبح ، 2004 ، ص99).

2/تقديم النصح والمشورة فيما يتعلق بعمل المطبوعات ذات المضمون المميز الذي يعكس مكانة المصرف في المجتمع الذي يزاول فيه اعماله .مثل التقارير السنوية الفاخرة .والنشرات التي تتضمن انجازات المصرف ومجالات تقدمه وابرار القدرات والمهارات الابداعية لمنتسب المصرف .كذلك ،ويدخل ضمن نطاق هذه الوظيفة قيام ادارة العلاقات العامة بالاتصال بوسائل الاعلام من دور النشر والصحافة والتلفاز والاذاعة ،وترتيب كافة الاجراءات اللازمة والكفيلة بايصال صوت المصرف الي الجمهور ،سواء كان ذلك من خلال الخبر الصحفي أوالتقرير المصور .....الخ

3/الاشراف علي تخطيط وتصميم وتنفيذ أي حملات اعلان للمنشأة، والتنسيق معها لاجراج الحملة الاعلانية بالصورة المناسبة .

4/المشاركة في انتاج وسائل الايضاح المساعدة والشرائح التوضيحية والافلام الوثائقية والمعارض وتنظيم المؤتمرات والندوات واللقاءات التي تعزز معرفة الجمهور واطلاعهم علي المنجزات بين الحين والآخر .وفي هذا الصدد .فإن من مسؤولية العلاقات العامة القيام باعداد الصور والملصقات وتحميض الافلام وابداء الراي في اخراجها ودقتها .ومدي توافر عناصر الابداع والابتكار فيها ،والاعداد والتحضير للوفود التي يمكن ان تزور المؤسسة واصطحابها واطلاعها علي الجوانب الهامة وانجازات المؤسسة ،كذلك تشتمل مسؤوليتها علي تنظيم وعقد المحاضرات في المؤسسات التعليمية والخدمية العامة بما يتيح لافراد المجتمع بشرائه كافة الاطلاع علي الخدمات التي تقدمها المنشأة ومجالات الانجاز فيها .

5/تتولي ادارة العلاقات العامة . سواء بصورة مباشرة أو عن طريق التنسيق مع الادارة الماليه ،توزيع ونشر التقارير الماليه السنويه او الدوريه ، واصدارات الحصص (الاسهم)والعقود التي يبرمها المصرف مع غيره من المؤسسات المحليه او

الخارجية، والاندماج والتكامل الذي يتم بين المؤسسات في الدولة. ويتطلب القيام بكل هذا اتصال وتنسيق مع المدير العام ونوابه وسكرتارية المؤسسة مؤكده الوضع الامثل والدور المستقل للعلاقات العامه في خدمة المؤسسة والتعبير عن حضوره في المجالات كافه.

6/ العمل جنباً الى جنب مع ادارة الافراد وادارة التدريب ، وأن ترتبط بعلاقات ثنائية ذات اتجاهين مع الادارتين من خلال الجهود المشتركة المتعلقة بإصدار المجالات المتخصصة ، واقتراح هياكل التحفيز المناسبه ، واصدار جرائد الحائط والنشرات وغيرها.

7/ إن المؤسسة والخدمات التي تقدمها والمشاريع التي تشارك فيها وغير ذلك من الانشطة الاعلاميه والصحفيه التي من شأنها وضع المؤسسة في صدارة العمل الاجتماعي والاقتصادي.

8/ المشاركة الفاعله في مشاريع التثمينه الاجتماعيه والانشطه كافه التي تستهدف تحقيق رفاهيه المواطن.(د. ابو اصبح ، 2004 ، ص 100-101).

ولقد حددت الجمعية الامريكية للعلاقات العامة في بحث لها ثمانية وظائف أساسية لمهنة العلاقات العامة علي النحو التالي :

1/ كتابة التقارير: والبيانات الصحفية ، والكتيبات ، ونصوص برامج الراديو والتلفزيون ، والخطب ومواد الافلام ، ومقالات المجالات ، والصحف التجارية وإنتاج المواد الاعلامية والفنية .

2/ تحديد النشرات العالمية: والصحفية وتقارير المساهمين ، وسائرالمخاطبات الموجهة من الادارة الي كل من افراد المؤسسة والجمهير الخارجية .

3/الاتصال بالصحافة والراديو، والتلفزيون ، وكذلك المجالات والملاحق الاسبوعية ومحرري الاقسام التجارية بهدف إثارة اهتمامهم لنشر الاخبار والموضوعات التي تتعلق بالمؤسسة .

4/تحسين صورة المؤسسة : من خلال الأحداث الخاصة كالحفلات التي تقام لرجال الصحافة والمعارض وتنظيم الزيارات ،وتقديم التسهيلات ،واقامة الاحتفالات في المناسبات العامة والخاصة ،وتنظيم المسابقات، ورعاية العلاقات مع الضيوف ،وتقديم الهدايا التذكارية وإنتاج أفلام عن المؤسسة بالاضافة الي غيرها من الوسائل البصرية الاخرى كالشرائح وشرائط الفيديو .(د. الزين ، 2011 ، ص 44)

5/مواجهة الجماعات المختلفة :والتحدث اليها من خلال لقاءات طبيعية وإعداد خطط للغير ،وتخصيص متحدث باسم المؤسسة وتقديم المتحدثين في الحفلات والاجتماعات العامة .

6/إنتاج النشرات والكتيبات والتقارير الخاصة ،ومواد الاتصال المصورة ودوريات المؤسسة وإخراجها علي نحو فني يتفق مع الذوق العام .

7/تحديد الاحتياجات والاهداف والخطوات اللازمة لتنفيذ المشروع ،وهذا يحتاج خبرة رفيعة في العلاقات العامة ، ومقدرات خاصة في توجيه النصح والمشورة الي رجال العلاقات العامة .

8/استخدام الاعلانات : في اعلاء اسم المؤسسة والتنسيق المستمر مع قسم الاعلان بالمؤسسة ،وغالبا ما تكون مسؤولية قسمي الاعلام والعلاقات بالمؤسسة ومسؤولية مزدوجة .

ويضيف الباحثان الأمريكان (كاتليب وسنتر) هذه الوظائف الي اربع وظائف اساسية هي:

1/المشاركة في المناسبات العامة لتمثيل المنظمة في المشروعات التي تتصل بالنواحي الفنية والاجتماعية والثقافية والسياسية والتعليمية والشؤون العامة .

2/إجراء البحوث والدراسات المتعلقة براء الجماهير .

3/تفسير سياسات المؤسسة وقدراتها للهيئات الحكومية وللشخصيات التي تملك حق التصويت في امر يخصها عند إقرار السياسات العامة .



4/ تدريب المتحدثين الاكفاء للتعبير عن المؤسسة .

حدد ( ايف لي ) اهم وظائف العلاقات في الاتي :

1/مساعدة الجمهور علي التكيف عن طريق الاقناع والمشورة الموجهة اليه .

2/استخدام وسائل الاعلام والاتصال بصورة علمية سليمة وتؤكد هنا دراسة الجماهير وتحليل اتجاهات الراي العام والتعرف علي اسباب عدم التقبل الظاهر منها والمستتر .

3/تقديم اي خدمة تركز علي اهتمامات الجماهيروالعمل علي حفظ مستوي هذه الاهتمامات .

أما (عصام المصري) فإنه قام بتحديد وظائف ومسؤوليات تنظيم العلاقات العامة في الاتي :

1/وضع برنامج العلاقات العامة وإدارتها في مجال علاقة الوحدة بجماهيرها الداخلية والخارجية .

2/الاشراف علي الصحف والكتيبات او النشرات التي تصدرها الوحدة .

3/مراجعة كل مانشر من الوحدة .

4/اعداد جميع الاخبار والمقالات والصور وجميع وسائل التعبير التي تنقل عن الوحدة .

5/اعداد التوصيات عن البيانات او خطب كبار المسؤولين عندما يطلب منها ذلك .

6/نصح الادارة فيما يتعلق بعلاقة العاملين علي نحو يكفل شرح السياسة وإيضاح

المشكلات. (د. الزين ، 2011 ، ص 45-46)

وفي دراسة امريكية لتحديد وظائف ادارات العلاقات العامة شملت الدراسة (2500)شركة نجد ان الوظائف التي تدخل نطاق مسؤولية ادارات العلاقات العامة

العلاقات بالترتيب حسب اهميتها كما يلي :

1/العلاقات مع الصحافه

- 2/ العلاقات مع المجتمع
- 3/ إعداد التقارير السنويه
- 4/ كتابة الاحاديث
- 5/ المطبوعات الاخري
- 6/ نصح الاداره حول الاتجاهات العامه
- 7/ الشؤون والامور العامه
- 8/ الافلام والوسائل التوضيحيه
- 9/ العلاقات مع المساهمين
- 10/ الدعايه للمنتجات
- 11/ الاتصالات الداخليه
- 12/ بحوث الرأي العام
- 13/ التوصيات المتعلقة بالسياسات
- 14/ المساهمه في مناقشة السياسات الرئيسييه
- 15/ العلاقات مع المستهلكين
- 16/ العلاقات مع العاملين
- 17/ العلاقات مع الموردين

وفي دراسه اخري اجريت في مصر على شركه ومنظمه وهيئه وجهه حكوميه قامت بها كلية الاعلام بإشراف الدكتور سمير حسين ويظهر منها أن الوظائف والاختصاصات الخاصه بادارات العلاقات العامه هي حسب اوزانها النسبييه كالاتي :

- 1/ طبع الكتيبات والنشرات الدوريه وعقد الندوات والمؤتمرات وعمل الافلام التسجيليه.
- 2/ القيام بالنشاط الاعلامي الخاص برسالة المنشأة واهدافها للجمهور الداخلي والخارجي.

- 3/ القيام بالانشطه الاجتماعيه والرياضيه والترفيهيه في المنشأة.
- 4/تنظيم واستقبال الوفود والزوار وترتيب اقامتهم .
- 5/تخطيط وتنفيذ الاعلان عن منتجات المنشأة او خدماتها .
- 6/ متابعة ما ينشر في وسائل الاعلام المختلفه عن المنشأة وعرضه على الاداره واعداد الردود.
- 7/القيام بأعمال التسهيلات .
- 8/ تقديم الخدمات الطبيه والعلاجيه للعاملين .
- 9/تقديم الاعانات الماليه للعاملين بعد القيام بالبحوث الاجتماعيه عليهم .
- 10/تجهيز وتنفيذ المعارض المحليه والاقليميه .
- 11/تحليل المعلومات التي تنشر علي المنظمه وصورتها وتقديمها للإداره.
- 12/الاشراف على نشاط المكتبه والتوثيق .
- 13/تقديم الخدمات والتسهيلات والبيانات الي عملاء المنشأة والقيام بالإتصال المباشر لحل مشاكلهم .
- 14/بحث شكاوى العاملين بالمنشأة والمتعاملين معها ومحاولة إزالة اسبابها .
- 15/تسهيل مهمه الوفود الاجنبيه القادمه للتعاون في تنفيذ المشروعات .
- 16/نقل صورهِ كامله عن اتجاهات الجماهير نحو سياسة المنشأة وعرضها على الاداره العليا.
- 17/تزويد وسائل الاعلام المختلفه بكافه البيانات والمعلومات.
- 18/اعداد برامج الاحتفالات بالمناسبات القوميهِ والدينيه بالتنسيق مع جهود المنظمات الاخرى في هذا الجال .
- 19/ تنظيم الزيارات الداخليه والإتصال بالاجهزه الاخرى لإنجاز اعمال المنظمه وتنظيم اجتماعات مجلس الاداره .( د. حجاب ، د. وهبي ،ص56-58).

ويذهب بعض الخبراء الي تقسيم مجموعة الوظائف والانشطة التي يمكن ان تقوم بها العلاقات العامة علي أساس ثلاث محاور علي النحو التالي: (د. الزين ، 2011 ، ص 46)

**المحور الاول:** بالنسبة للجمهور بصفة عامة ويشمل المجموعة التالية :

1/تعريف الجمهور بالمنظمة ونتاجها او خدماتها بلغة مبسطة بهدف الحصول علي تأييد الجماهير للمنظمة وانشطتها.

2/شرح سياسة المنظمة للجمهور وابلاغه بالتعديلات والتغيرات التي تطرأ عليها بهدف قبوله اياها والتعاون معها .

3/مساعدة الجمهور علي تكوين راي سليم من خلال مده بكافة المعلومات الصحيحة والصادقة ليكون رايه مبنيا علي اساس من الواقع والحقيقة .

4/التأكد من ان جميع الاخبار التي تنشر علي الجمهور صحيحة وسليمة .

5/تهيئة جو صالح بين المنظمة والافراد بعضهم البعض داخل المنظمة .

**المحور الثاني :** بالنسبة للمنظمة ككل ويشمل المجموعة التالية :

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

2 /حماية المنظمة ضد اي هجوم يقع عليها نتيجة نشر اخبار كاذبة او غير صحيحة عليها.

3/التأكد من ان اهداف المنظمة واغراضها واعمالها تلقي الاهتمام الكافي من فئات الجمهور المختلفة .

**المحور الثالث:** بالنسبة لادارة المنشأة ويشمل المجموعة التالية :

1/إخبار الادارة العليا للمنشأة برد فعل سياساتها بين فئات الجمهور المختلفة .

2/بحث وتحليل وتلخيص المسائل التي تهم الادارة العليا ورفعها اليها .

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

4/ العمل كمنسق بين الادارات المختلفة في المنظمة لتحقيق الانسجام بين هذه الادارات من ناحية وبينها وبين الجمهور الداخلي والخارجي من ناحية اخرى .

5/ العمل كمستشار شخصي لاعضاء مجلس الادارة لجميع مديري الادارات العليا واسداء النصح والرأي للمسؤولين عن اصدار القرارات وتعديل السياسات. ويرى معظم الباحثين الذين قاموا بتحليل وظائف العلاقات العامة للهيئات والمؤسسات ان هناك كم وظائف رئيسة للعلاقات العامة ويمكننا عرض هذه الوظائف في خمس نقاط :

### 1/ البحث:

المقصود بالبحث هو تلك الدراسات المتصلة بقياس اتجاهات الرأي العام بين جماهير المؤسسة الداخلية والخارجية ويتصل بهذه الوظيفة ايضا تحليل وسائل النشر كالصحافة والتلفزيون والسينما وتقديم تقارير عنها . كما يدخل في صميم الابحاث كذلك تقدير مدي نجاح الحملات الاعلامية ووسائلها المختلفة مستخدمين في ذلك المقاييس الاحصائية الدقيقة . (د. الزين ، 2011 ، ص 47-48)

2/ التخطيط :ويقصد به رسم خطة دقيقة للعلاقات العامة تتفق مع الخطة العامة للمؤسسة ولايتعارض معها وفي ضوء الخطة القومية الشاملة وهذه الخطة تحدد الاهداف البعيدة والقصيرة المدى وترسم خطوات التنفيذ وتحدد الميزانية تحديدا دقيقا وتوزع المسؤوليات علي القائمين علي التنفيذ .

3/ التنسيق :المقصود بها اشتراك العلاقات العامة مع الادارات حتي لا يحدث تفكك وحتى يتحقق التفاهم بين الادارات بحيث لا يصدر من ادارة ما من هذه الادارات مايشير الي وجود تناقض في سياسة الشركة مما قد يؤثر علي موقعها بين الجماهير المختلفة المرتبطة بها.

#### 4/الإدارة :

وهي احدى وظائف العلاقات العامة حيث تقوم بتقديم الخدمة لثائر الادارات الاخري بالمؤسسة بالهيئة او المؤسسة ومساعدتها علي اداء وظائفها المتصلة بال جماهير فهي مثلا تساعد ادارة شؤون العاملين في اختيار الموظفين والعمال وتدريبهم والنظر في وسائل تشجيعهم وترقيتهم وحل مشاكلهم وعلي هذا النحو يمكن لادارة العلاقات العامة مساعدة الادارات الاخري فتسهل لقسم المبيعات مهمة اقامة علاقات طيبة بالموزعين والمستهلكين من خلال تعرفها علي اتجاهات الجمهور نحو السلع والخدمات التي تنتجها او تقدمها المؤسسة او الهيئة الي عملائها.

#### 5/الانتاج :

ويتصل بالانتاج عددكبير من الاعمال الهامة المتعلقة بالاعلام والنشر الي جانب الاتصالات بالصحفيين .واصدار البيانات وعقد المؤتمرات كما تقوم ادارة العلاقات العامة بالانتاج الافلام السينمائية الموجهة الي جماهير المؤسسة . او الهيئة وكذلك تقوم بتحرير المجلات واصدار النشرات واعداد المحاضرات واقامة المعارض واعداد الصور والرسوم وتعد صحيفة المؤسسة وهي من اهم ما تنتجه العلاقات العامة بالاضافة الي مجموعة المطبوعات الاخري مثل الكتيبات والتقارير السنوية.

وعلي ضوء ماسبق يمكن تحديد وظائف العلاقات العامة السليمة علي النحو

الاتي:(د. الزين ، 2011 ، ص 49-51)

1/تعريف الجمهور بالمنشأة وشرح السلعه او الخدمه التي تنتجها بلغه سهله بسيطه

بغية اهتمام الجمهور بها.

2/شرح سياسة المنشأة الي الجمهور او اي تعديل او تغيير فيها بغية قبوله اياها

والتعاون معها.

3/ مساعدة الجمهور على تكوين رأيه وذلك بمدد بكافة المعلومات ليكون رأيه مبنيا

علي اساس من الواقع واساس من الحقائق .

4/ التأكد من ان جميع الاخبار التي تنشر علي الجمهور صحيحة وسليمة من حيث الشكل والموضوع .

5/مد المنشأة بكافة التطورات التي تحدث في الراى العام .

6/حماية المنشأة ضد اي هجوم قد يقع عليها نتيجة نشر اخبار كاذبه او صحيحة عنه.

7/تهيئه جو صالح بين المنشأة والافراد وبين الافراد بعضهم بعض داخل المنشأة

8/اخبار الاداره العليا للمنشأة برد فعل سياساتها بين فئات الجمهور المختلفه.

9/بحث وتحليل وتلخيص جميع المسائل التي تهم الاداره العليا ورفعها اليها .

10/ مساعدة وتشجيع الاتصال بين المستويات الاداريه والمستويات الدنيا وبالعكس

11/ التأكد من ان اهداف المنشأة واغراضها واعمالها تلقى الاهتمام الكافي من فئات الجمهور المختلفه .

12/ تعمل كمنسق بين الادارات المختلفه في المنشأة لتحقيق الانسجام بين بعضها البعض وبين الجمهور الداخلي .

13/ تعمل كمستشار شخصي لاعضاء مجلس الاداره ولجميع الافراد في المستويات الاداريه العليا واسداء النصح للمسؤولين عن اصدار القرارات وتعديل السياسات. ( د. حجاب ، د. وهي ، ص 58 - 59).

• العلاقات العامة توظيفها وعملها في المحافظة على النسيج الاجتماعي :

ترى الباحثة ان ادوات العلاقات العامة المتاحة اصلا في عملها والتي تستخدمها في بث رسائلها والمتمثلة في الصحف والمجلات والنشرات والندوات والمؤتمرات والاتصال المباشر والاتصال غير المباشر ووسائل الاتصال الجماهيري والمواقع الالكترونية أدوات فاعلة ومختلفة المميزات تمكن العلاقات العامة بالوزارة من بث رسائل مصممة لدعم استقرار النسيج الاجتماعي بالولاية .

العلاقات العامة كجهاز مهم بالوزارة والتي تعد من المؤسسات الخدمية الاجتماعية يمكنه المساهمة بشكل فعال في نشر قيم التعايش عبر ذات الوسائل المتاحة بتوجيه جهد مضاعف عبرها نحو معالجة مثل هذه القضايا والتي بدأت اثارها تظهر هنا وهناك ، والمحافظة على النسق الاجتماعي الذي هو ركيزة أساسية لاستقرار المجتمعات التي تمثل بيئة ومحيط هذه المؤسسات لا بد من حرصها على استقراره وتعافيه

فلا بد للمؤسسات وخصوصا المجتمعية منها الا تفضل مصالحها على مصالح المجتمع والسعي لكسب الجمهور بملامسة قضاياها.



## المبحث الثاني

### المسئولية الاجتماعية

المسئولية الاجتماعية فلسفة تعني انه لم يعد مقبولا من الادارة العليا في المشروعات المختلفة ان تحقق اهدافها التقليدية ممثلة في التزايد المستمر لقدرتها الاقتصادية ، وانما اصبح لزاما عليها ان تتحمل مسئوليتها الاجتماعية ايضا في مواجهة الظروف والمتغيرات في المجتمع كإطار لعلاقتها السليمة مع جماهيرها ،وكأسلوب للتوافق والتكيف مع مجتمعها فلم يعد مقبولا من هذه المشروعات ان تتفوق في المبيعات والارباح وتتجاهل ما يترتب علي تنافسها وعملياتها من آثار إجتماعية قد تكون ضارة ببيئة العمل داخلها ، وبيئة المجتمع المحلي المحيط بها خارجها .

والمسئولية الاجتماعية هي الفلسفة او الايديولوجية التي تعطي للعلاقات العامة ضرورتها الاجتماعية . والعلاقات العامة هي المنهج العلمي الذي يمكن ان ينقل المسئولية الاجتماعية لأي مؤسسة أو منظمة من الفكر الي التطبيق المنظم. ويعرف (بلوم تيروم) المسئولية الاجتماعية علي انها : (الافعال التي تلتزم بها المشروعات لحماية وازدهار ورفاهية المجتمع ككل .مع الاهتمام بالمصالح الاقتصادية للمنشأة).

ويري جوزيف مونسين (المسئولة الاجتماعية للمنشأة هي التي تساهم وتشارك في تحقيق ما تتوقعه الجماهير منها ,وتحاول إشباع تلك الاحتياجات والمطالب قبل ان تتعرض لانتقادات. (أ.د. يوسف ، 2008 ، ص 109)

الجماهير . وهي المنشأة التي تستجيب لاحتياجات المجتمع الاجتماعية والبيئية بنفس قدر إهتمامها بالاحتياجات الاقتصادية له .

ويري إيريك كارول ( ان المسؤولية الاجتماعية للمنشأة هي الاستجابة للمطالب والتوقعات الاقتصادية والقانونية والاخلاقية ، والمسئوليات الاخرى التي يطلبها المجتمع من المنشأة في فترة محدودة )

والمسؤولية الاجتماعية هي العقيدة الرئيسية للعلاقات العامة التي يجب ان يطبقها كل الممارسين لها ،وإذا كانت هناك منظمة او منشأة لاتحتاج ان تكون مسؤولة عن جماهيرها ، فإنها لاتحتاج الي وظيفة العلاقات العامة .فمن الالهية ان تضع الشركة او المنظمة في اعتبارها المجتمع الذي تعمل فيه ، واصبح محتما عليها ان تحتفظ لنفسها بالصفة الاجتماعية من خلال القيام بدور في نفع المجتمع وتقديم خدمات او أنشطة تؤكد انتسابها لهذا المجتمع وتفاعلها مع افراده ومؤسساته .

ولذا فإن المنظمات او المنشآت يجب ان تقوم بدورها النشط في حياة المجتمع من خلال القيام بتدعيم التعليم ، وتحسين الصحة العامة ،ومقاومة الخروج علي القانون ، والتبرع للجمعيات الخيرية .

ويري سام بلاك ان النهوض بالمسؤولية الاجتماعية يعود بالفائدة علي الشركة او المنظمة فمساعدة المجتمع ليست إيثارا للغير بقدر ماهي تحقيق للمصلحة الذاتية ،حيث توجد منافع واضحة للشركة التي تنطبقها ، وأبرز هذه المنافع علاقة الصداقة بالمجتمع التي من خلالها تحقق الشركة اهدافها .

ويري كيرمان فريد ان برامج المسؤولية الاجتماعية للمنشأة تساعد علي بناء صورة ذهنية طيبة لدي الجماهير ،لان ماتقوم به المنشأة من أعمال كدعم العاملين بها او ماتقدمه من مساعدات للهيئات المختلفة للمجتمع تعتبر كلها عوامل تساعد علي تقدير الجماهير لاعمال المنشأة وتساهم في تشكيل صورة ذهنية طيبة لها لدي الجماهير.(أ.د. يوسف ، 2008 ، ص 11)

فالمنظمة لا يمكن ان تهرب من مسئوليتها الاجتماعية تجاه المجتمع إذ هي جزء منه تمتد له خدماتها ومساعداتها ، ولا يمكن للمؤسسة ان تعمل بنجاح دون مساعدة المجتمع ، ومساعدة المجتمع تتطلب ان تقدم المنظمة الاعمال البناءة .وتقوم بدورها النشط في حياة المجتمع .

ويعني مفهوم المسؤولية الاجتماعية لاي منظمة ان تمد ايديها لحياة المجتمع ليس فقط من خلال تقديم سلعة اوخدمة متميزة ، وانما من خلال التواجد الفعلي في حياة الجماهير والمساهمة في رقي المجتمع وتطوره بصور شتي كمشاركة المنظمة للمجتمع في المناسبات المختلفة، والمساهمة في نظافة البيئة وتجميلها ، وتقديم المساعدة للمؤسسات الاجتماعية المختلفة كراعاية المسنين والطفولة ، ومكافحة المخدرات والتدخين.

ولاشك ان مثل هذه المشاركات التي تساهم بها المنظمة تؤدي الي ظهورها بصورة العضو النافع للمجتمع كله بافراده ومؤسساته مما يؤدي الي ايجاد مناخ افضل يستطيع افراد المنظمة من خلاله تأدية ادوارهم بنجاح وكفاءة عالية .(أ.د. يوسف ، 2008 ، ص 89-90).

### كما عرفها Pride:

(بانها تعهد والتزام المؤسسة بتعظيم تاثيراتها الايجابية وتقليل السلبية علي المجتمع.)

المسؤولية الاجتماعية هي السياسات والانشطة والبرامج التي تقوم بها الشركة من خلال دائرة العلاقات العامة او من ينوب عنها نحو الجمهور الخارجي العام ممثلا في المجتمع او أي شريحة من شرائحه .وبدأ الاهتمام في السنوات الاخيرة يتزايد بأهمية المسؤولية الاجتماعية الملقاة علي عاتق شركات القطاع الخاص نحو قضايا المجتمع الذي تعمل فيه ونحو المشاركة في جهود التنمية المستدامة فلم يعد تقييم

شركات القطاع الخاص يعتمد علي ربيحيته فحسب ولم تعد تلك الشركات تعتمد في بناء سمعتها علي مراكزها المالية فقط فقد ظهرت مفاهيم حديثة تساعد علي خلق بيئة عمل قادرة علي التعامل مع التطورات المتسارعة في الجوانب الاقتصادية والتكنولوجية والادارية عبر انحاء العالم .

وينقل زوليف عن سام بلاك (تبيين مسيرة المؤسسات انها كانت لاتعترف باي التزام اتجاه المجتمع الذي تعيش فيه غير الالتزام الاقتصادي الذي يتضمن انتاج السلع وتسويقها وتوفير الوظائف لابناء المجتمع ودفع الضرائب للدولة، الا انه ومع مطلع حقبة الستينيات اخذت مؤسسات الاعمال في الدول الرأسمالية تستجيب للضغوط التي تمارس عليها من قبل المجتمع وذلك بالمباشرة بتوسيع دورها الاقتصادي ليشمل الدور الاجتماعي .(عجيلات ، 2016 )

المسئولية الاجتماعية هي المسئولية الكبيرة للمنظمة تجاه المجتمع وتمتد الي التزام المنظمة بتحقيق اهداف المجتمع اضافة الي اهتمامها بتحقيق اهدافها وبشكل متوازن.

**تتمثل المسئولية الاجتماعية للمنظمة في جانبين اساسين :**

الاول : تحديد التأثيرات السلبية والايجابية للمنظمة علي المجتمع وتتمثل هذه التأثيرات بالاتجاهات التالية :

1/ السلوك الايجابي للمنظمة في المجتمع المتمثل في الالتزام والانضباط المنظمي بضوابط وقواعد وسلوكيات المجتمع وعاداته وتقاليده ، اضافة الي ماتخلفه المنظمة من سلوكيات داعمة للسلوكيات الايجابية الاخري في المجتمع وعملها علي تصحيح السلوكيات الخاطئة والسلبية وبالتالي توجيه مسيرة المجتمع وتطويره بالاتجاه الصحيح.

2/ السلوك السلبي للمنظمة وهي ممارسة المنظمة لسلوكيات سلبية في المجتمع تدفع باتجاه دعم نشاطات وسلوكيات مجتمعية وفردية شاذة وسلبية تؤثر اجتماعيا واقتصاديا في المجتمع كالنشاطات المنحرفة والسلوكيات الأخرافية .

الثاني : تحديد درجة مسؤولية المنظمة في تكوين احتياجات المجتمع ودعم مسيرته وحل مشاكله وتمثل بالاتي :

1/ التطبيق الجيد والملتزم للقوانين والانظمة والتعليمات في المجتمع ودعم الالتفاف عليها او تطبيقها .

2/ احترام ومراعاة الاعراف والعادات والتقاليد السائدة أثناء ممارسة المنظمة لنشاطاتها ، وبذل الجهود في تطوير هذه العادات والتقاليد باتجاه مواكبتها لحركة التطور المجتمعي والتقني .

3/ الاهتمام بتطوير السلوكيات والانماط الاجتماعية الايجابية والحد منه السلوكيات والانماط الاجتماعية السلبية .

4/ دعم النشاطات الاجتماعية الصحية والتعليمية والامنية والثقافية التي تؤدي الي تطوير المجتمع وتحسين اداءه واستمراره وبقائه .

5/ الحفاظ علي المؤسسات الاجتماعية ودعمها وتطويرها .

6/ تأمين الاحتياجات الاجتماعية للافراد والمجتمع بشكل جيد وكفاء ومستمر لادامة المجتمع وتأمين بقاءه.(د. الخطيب ، 2000 ، ص 34 - 35)

يشير Norman gaith الي انه وعلي الرغم من الاسباب العديدة والمعقدة لتطوير المسؤولية الاجتماعية الا ان العوامل التالية تعتبر مهمة :

1/ اتجهات المستهلك : هناك دلائل متزايدة بان المستهلك ومجموعات المستهلكين يؤثرون علي الشركات لتقوم بمسؤولياتها .

2/القوانين والانظمة الحكومية : مثل قانون الصحة والسلامة المهنية وقانون الهواء النظيف ووكالة حماية البيئة في الولايات المتحدة .

3/مصالح الشركات الذاتية :فالشركات تغير سلوكها بخصوص المسائل الاجتماعية لانها تدرك بانه من خلال ممارستها المسؤولية الاجتماعية فإنها سوف تحقق ارباحا اعلي في المدى الطويل. (جودة ، 2006 ، ص 56)

وتطرح كيرمان فريد مجموعة من العوامل التي ساعدت علي تطوير مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمشروعات والمنظمات ، وقد حصرتها في اثني عشر عاملا هي :

1/تزايد الآثار السلبية للمشروعات علي صحة الانسان وسلامة البيئة :

علي الرغم مما احدثته الثورة الصناعية والتكنو لوجية من ازدهار وتقدم اقتصادي لم يسبق له مثيل ، الا ان هذا التقدم الاقتصادي صاحبه بعض المظاهر السلبية الناتجة عن تاثير اعمال المشروعات علي صحة الانسان وسلامة البيئة : مثل تلوث مصادر المياه ومخلفات المصانع ومخاطر استخدام الطاقة النووية ، والذرية، ومشكلات الضوضاء والتاثيرات السلبية الخطيرة لتلك العمليات علي الانسان وماتسببه من امراض خطيرة .

2/ضعف ثقة الجماهير بالمشروعات وتزايد الانتقادات :

اشارة بعض نتائج البحوث التي اجريت علي المجتمع الامريكي ان غالبية الجماهير التي شملتها هذه البحوث تحمل تقديرا منخفضاومشاعر سلبية نحو المشروعات المنظمات كما اشارت الي ان ان فردا واحدا من كل اربعة امريكيين يشعر بقدر كبير

من الثقة في المشروعات الأمريكية وتلقي هذه النتائج بعبء كبير علي المشروعات والمنظمات لمحاولة بذل مزيد من الجهد في برامج المسؤولية الاجتماعية لاستعادة ثقة الجماهير في اعمالها وتحسين صورتها الذهنية . (أ.د. يوسف ، 2008 ، ص

(111)

### 3/ثورة المعرفة التي جعلت المعلومات متاحة للجماهير :

فقد ادي التطور الهائل في وسائل الاعلام والاتصال في العصر الحديث الي تدفق المعلومات وتزايد وعي الجماهير بالتأثيرات الخطيرة التي نتجت عن اعمال المشروعات وآثارها الضارة علي صحة الانسان وسلامة البيئة .

### 4/تصاعد ضغوط الجماهير ومجموعات البيئة ضد ممارسات المشروعات :

ادي وعي الجماهير وزيادة معرفتها بالتغيرات السلبية التي حدثت في المجتمع الي تصاعد معارضة الجماهير ومجموعات البيئة لبعض اعمال المشروعات ممدافع بالادارة الي محاولة الاستجابة لبعض مطالب مجموعات البيئة وتوقعات الجماهير حتي تؤدي تلك الضغوط الي تدخل الحكومة في اعمال المشروعات .

## 5/انهيار سياسة عدم التدخل الحكومي في أعمال المشروعات :

ادي عدم التزام المشروعات مسؤولياتها الاجتماعية ،وتصاعد الانتقادات الموجهة لها من الجماهير والمجتمع الي تدخل الحكومات بفرض بعض التشريعات التي تنظم العمل في المجالات الاجتماعية والبيئية .

## 6/التغيرات التي حدثت في تركيبة المنظمات :

ساعدت التغيرات التي حدثت في بناء المنظمات علي تدعيم الاتجاه المؤيد لمفهوم المسؤولية الاجتماعية ، فقد ادت الثورة الادارية الي فصل الملكية عن الادارة وتطور التنظيم الاداري وزيادة قوته ، بعد ان ضعفت قدرة حملة الاسهم علي التأثير في قرارات المشروع ، واصبحت مجالس ادارات الشركات التي تقوم بعملية اتخاذ القرارات وليس المساهمين . واصبحت هذه المجالس مطالبة ان تكون اكثر التزاما بمسؤولياتها الاجتماعية في كل قرار تتخذه ، وان تعمل علي تحقيق التوازن بين المصلحة العامة للمجتمع والجماهير .

## 7/النمو الضخم في حجم المشروعات وقوتها :

شهد القرن العشرون نموا ضخما في حجم المشروعات وقوتها ، وبدأ عصر الشركات الكبرى التي تملك قوة تأثير فعال علي الاقتصاد المعاصر وقد ادي تزايد قوة المشروعات الي تزايد قوة تأثيرها علي المجتمع الذي تعمل فيه ،بل وعلي المجتمعات الخارجية التي تشكل اسواقا خارج الحدود ، وكلما زاد حجم المشروعات وقوته تزايدت اعداد الجماهير التي تتعامل معها سواء من العاملين او المساهمين ، واصبحت الشركات الكبرى تتعامل مع ملايين العملاء والمستهلكين ، واصبح الحصول علي ثقتهم وولائهم لهذه الشركات مطلبا ضروريا .



## 8/ التطور في العلوم الاجتماعية والنظريات السلوكية :

ساعد تطور النظريات الاجتماعية والسلوكية ونتائجها علي تزايد اهتمام الادارة بالتاثير الاجتماعي لسياسات واعمال المنشأة ، وضرورة الاهتمام بالجوانب الانسانية للعاملين في المنشأة، ومراعاة المعايير الاخلاقية في اي قرار تتخذه ، وبدأت الادارة تتطلع إلى الانشطة الإجتماعيه والخيريه التي تتعدى الجوانب الإقتصادييه إلى مجالات اوسع وبدأت الإداره تعمل على تجنب الإتجاهات السلبيه نحو المشروعات وخلق مناخ افضل للعمل والإستثمار ومحاولة دعم الصوره الذهنيه الإيجابيه للمنشأه لدى الجماهير .

## 9/ حدثت تغيرات هامه لفلسفة الإدارة:

وهناك عدة اسباب ادت إلى ذلك:

\*ادى التعاون الوثيق بين المشروعات الصناعيه والمجتمع أثناء الحرب العالميه الثانيه إلى زيادة إهتمام الإدارة بمراعاة المصلحه العامه للجماهير وللمجتمع في أعمالها.

\*تزايد مطالب وتطلعات العاملين وتجمعهم في مجموعات مؤثره مثل النقابات العماليه والأنديه السياسيه قد خلق المناخ الملائم الذي ساعد على حدوث التغيير في مفاهيم الإدارة وإهتمامها بالعلاقات الإنسانيه والإجتماعيه .(أ.د. يوسف ، 2008 ، ص 114)

\*زيادة توقعات الجماهير من المشروعات، ومطالباتها بمزيد من مساهمات المشروعات في حل بعض مشكلاتها.

## 10/ ظهور نظرية المسئولية الإجتماعيه للصحافه:

حلت نظرية المسئولية الإجتماعيه محل النظرية الليبراليه للصحافه، وبموجبها تتحمل وسائل الإعلام الجماهيريه مسؤوليات امام المجتمع فيما يتعلق برعاية حقوق ومصالح الجماهير.

## 11/ القصور في إتصالات المشروعات:

على الرغم من اعتماد المشروعات على التدفق الضخم للمعلومات من خلال وسائل الإعلام الجماهيريه، إلا ان محتوى هذه الإتصالات من معلومات يقتصر على ما تريد الإدارة ان تنقله إلى الجماهير بدلا من مصارحتهم بالحقائق التي يهتمون بمعرفتها، وقد ادى ذلك إلى إستمرار انتقادات الجماهير لسلوك المنظمات.

## 12/ ظهور مجتمع الوفرة:

هي الحقيقة الجوهرية التي ساهمت في تطور مفهوم المسئولية، فقد خلق النجاح والتطور الإقتصادي الناتج عن آلية الوفرة في الإنتاج التي حررت المجتمع من عبوديته الإقتصادية وسمحت له بالتحول على التحديات والمشاكل البيئية التي حدثت بسبب التغيرات السريعة والمتلاحقة التي هزت توازن العناصر المختلفه للمجتمع، مما تطلب ضرورة عمل المشروعات على المساهمة في إستعادة التوازن المفقود بين النمو الإقتصادي وبين التطور الإجتماعي. (أ.د. يوسف ، 2008 ، ص 115 -

(116)

ويلاحظ ان ان اغلب التعريفات لمفهوم المسئولية الاجتماعية في الشركات النامية تنحدر من دراسات العلوم الادارية بالدرجة الاولى ، ثم من خلال نظرية المسئولية الاجتماعية في الاعلام التي ربما كانت هي الاسبق في الاهتمام بمفهوم المسئولية

الاجتماعية التي تري بضرورة ان تقوم وسائل الاعلام بتحمل مسئولياتها تجاه المجتمع جميعا وليس تجاه الحكومات او الدول وسياساتها فقط.

مع ذلك فإن مفهوم المسؤولية الاجتماعية سواء في نطاق الاعلام اوفي نطاق الشركات والمؤسسات يقوم علي فكرة بسيطة وهي : ان علي كل مؤسسة او منظمة تعمل لتحقيق الربح ان تضع في اعتبارها مصالح تنمية المجتمعات التي تعمل بها وعليها المشاركة في ذلك وفق امكانياتها . وقد عرف مجلس الاعمال العالمي للتنمية المستدامة المسؤولية الاجتماعية علي انها ( الالتزام المستمر من قبل شركات الاعمال بالتصرف اخلاقيا والمساهمة الاقتصادية والعمل علي تحسين نوعية الظروف المعيشية للقوي العاملة وعائلاتهم ، والمجتمع المحلي والمجتمع ككل.

وفيما يلي عرض لبعض التعريفات لمفهوم المسؤولية الاجتماعية :

المسؤولية الاجتماعية :يتوقع ان تسهم المنشأة في تقدم المجتمع المحلي الذي تعمل فيه ويجب علي المنشأة ان تسهم في تنمية المجتمع المحلي بشكل او باخر ، وان تجعل هذه المساهمة جلية وواضحة .

المسؤولية الاجتماعية للمنظمة تعني الالتزام نحو الجمهور العام والمجموعات ذات الاهتمامات المميزة بعمل المنظمة كالعاملين والمساهمين ، والموردين والموزعين ، وغيرهم بما يحقق توقعاتهم من وجود المنظمة ، وهذا المفهوم للمسؤولية الاجتماعية لايلغي اهداف المنظمة في تحقيق الارباح .

المسؤولية الاجتماعية :هي جميع القرارات والفلسفات والافعال والطرق التدبيرية التي تعد تطوير رفاهية المجتمع هدفا.

المسؤولية الاجتماعية هي واجب والالتزام من جانب منظمات الاعمال تجاه المجتمع بشرائحه المختلفة بشرط ان يكون هذا التوجه طوعا ومتجاوزا للالتزامات المنصوص

عليها قانونا وقد ورد في ابحاث كارول الرائدة ان مفهوم المسؤولية الاجتماعية يتضمن اربعة جوانب رئيسية هي المسؤولية الاقتصادية والمسؤولية القانونية ، والمسؤولية الاخلاقية ، والمسؤولية الانسانية .

وقد اورد زولف اربعة عناصر لمفهوم المسؤولية الاجتماعية كما يلي :

1/المحافظة علي البيئة سواء بالمشاركة بتنظيفها او تقليل ما ستضخه المنشأة الي هذه البيئة من ملوثات.

2/الاسهام في توفير اجواء وظروف واجراءات استثمارية تساعد علي ازالة الغبن الذي لحق بالافراد او المناطق الاقل حظا من التنمية في المجتمع .

3/ اتباع اساليب تتسم بالعدل في ممارسة المؤسسات لعملية اختيار العاملين فيها،بحيث تعتمد تلك الممارسات علي مبدأ تكافؤ الفرص بين المواطنين الذين يتقدمون للعمل فيها حيث يتم اختيار الشخص المناسب في الوظيفة المناسبة التي تستوعب مؤهلاته ومهاراته .

4/الاسهام في معالجة المشاكل الاجتماعية الاخري ، التي ربما تكون المؤسسات قد اسهمت في صيرورتها التي تلحق ضررا بافراد فئة ما من ابناء المجتمع .

وتعد نظرية المسؤولية الاجتماعية نهجا مستقلا ووسطا بين النظرية الشمولية والنظرية الليبرالية، وتؤمن هذه النظرية بان العمل الاعلامي لابد ان يخضع الي سياسة واضحة ومحددة وتكون خطته في ضوء ذلك مدروسة وهادفة وتتسجم مع التوجه الذي ترسمه البلدان المعنية بهذه النظرية . ومعظم البلدان النامية تنهج حاليا هذا التوجه وحتى عدد من الدول الاوربية .

ولما كانت بعض النظريات تهمل السياقات الثقافية والاجتماعية التي يوجد فيها الجمهوروالمرتبطة بفضاء المجتمعات المحلية ، إذ ان الافراد او الجماعات يملكون

الي اعطاء الاهمية للمحتوي الاعلامي المتعلق بالمحيط القريب المؤلف لديهم الذي يخضع للقيم الاجتماعية والروحية السائدة، فمن هنا فإن مناهج الابحاث والدراسات المعتمدة عليها تأخذ بعين الاعتبار ظروف البيئة الاجتماعية والثقافية والاقتصادية وخاصة ظروف المكان والزمان لكل جمهور .

ويلخص ماكفيل المبادئ الاساسية لنظرية المسؤولية الاجتماعية بما يلي :

1/ينبغي علي الصحافة ووسائل الاعلام الاخري الاسهام في التزامات معينة للمجتمع .

2/يمكن لوسائل الاعلام تنفيذ الالتزامات من خلال احترام المعايير المهنية لنقل المعلومات كالحقائق والدقة والموضوعية والتوازن .

3/علي وسائل الاعلام المبادرة لتنظيم نفسها ذاتيا .

4/ يتوجب علي وسائل الاعلام تتجنب نشر مايشجع علي الجريمة والعنف والفوضى الاجتماعية، وكذلك عليها الامتناع عن توجيه اي اهانة الي الاقليات .

5/علي الصحافة احترام التعددية فيها وعليها ان تعكس تنوع الاراء وتحترم حق الرد.

6/ للمجتمع حق علي الصحافة في ان تلتزم بمعايير رفيعة في ادائها لوظائفها .

**مجالات المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة :**

يجري تصنيف أنشطة المسؤولية الاجتماعية وفق تصنيفات مختلفة ،منها ما يعتمد علي طبيعة تلك الأنشطة والبرامج ونوعيتها ، ومنها ما يعتمد علي الجهات المعنية بانشطة المسؤولية الاجتماعية ، وهي المجموعات البشرية المستهدفة في عمليات التنمية او التنمية الشاملة ،وفيما يلي هذين التصنيفين :

**الاول : التصنيف القائم علي الشرائح والقطاعات او العناصر الاساسية :**

ويشمل تسع شرائح او تسع قطاعات من المستهدفين هي :

1. المالكون والمساهمون .
2. العاملون .
3. العملاء.
4. المنافسون .
5. المجهزون (موزعون وموردون ) .
6. المجتمع .
7. البيئة.
8. الحكومة .
9. المنظمات .

**التصنيف الثاني : القائم علي الجمهور الداخلي والخارجي للمؤسسة او المنشأة :**

ويقوم التصنيف بقسمة أنشطة المؤسسة او المنشأة في اتجاهين كما يلي :

### **1/ المسؤولية الاجتماعية للجمهور الداخلي :**

وتتوجه أنشطة المسؤولية نحو مجموعات العاملين في المؤسسة بتوفير عدد من الأنشطة والخدمات لهم في المجالات التدريبية لتحسين مهاراتهم ،والأنشطة الاجتماعية لتحسين احوالهم الاجتماعية والتضامن معهم في المناسبات ،والخدمات الصحية لهم ولاسرهم والتعليمية لهم ولاسرهم ، والمشروعات الاسكانية لتحقيق الاستقرار المعيشي لهم ولاسرهم ومن الطبيعي ان تنعكس مثل هذه الأنشطة والخدمات علي مستويات الرضا للعاملين وبالتالي زيادة كفاءاتهم في العمل والانتاج.

ويعد مقياس الرضي الوظيفي من اكثر المقاييس استخداما في دراسات العلاقات العامة في المؤسسات ويعرف جورج بولاردالرضي الوظيفي علي انه : (الاتجاه

الاجبائي لاي العاملين نحو عملهم ، وهو عبارة عن مجموعة الصفات او الخصائص الاجتماعية المرتبطة بالعمل والقيم والاتجاهات والخبرات والمدرجات التي تشكل صورة الوظيفة ومفهومها وتحدد دافعية العاملين ومستوي ادائهم للعمل ).

ولو شئنا لاجملنا معني الرضا الوظيفي في كونه ( شعور العامل بالراحة و الطمانينة والانتماء تجاه عمله وتجاه المؤسسة التي يعمل بها مما ينعكس في ادائه وانتاجه .

## 2/المسئولية الاجتماعية للجمهور الخارجي :

وتتمثل في الاهداف والانشطة التالية :

### 1/حماية المستهلك .

2/التشغيل : وذلك بمحاولة توسيع فرص لابناء المجتمعات المحلية كاحد اهم روافد التنمية .

3/البيئة : وقد بدأ ان ثمة علاقة وطيدة بين خطط التنمية وبين الحفاظ علي البيئة الطبيعية وحمايتها ، فالكثير من المنشآت تسهم في استهلاك مقدرات البيئة باختلافها وبالتالي يجب عليها الاسهام في الحفاظ عليها وحمايتها من التلوث او النفاذ .

4/ المجتمع ومشكلاته المختلفة : وهي مشكلات متعددة فمنها الاقتصادية كالبطالة وقلة الموارد ومنها اجتماعية كانتشار الجريمة او الفساد او التوتر الاجتماعي ومنها صحية كانتشار بعض الامراض والابوئة والعادات الخاطئة .

## التصنيف الثالث : للأنشطة القائم علي الشرائح والمجالات :

ويمكن تقسيمها الي سبعة كمايلي :

1/الجمهور الداخلي للمؤسسة : وهم مجموعة العاملين فيها في شتي الوظائف والمهام.

2/جمهور المستثمرين او الشركاء . ومن حق هؤلاء الاطمئنان الي نجاح اعمالهم وحصولهم علي الفوائد المرجوة.

3/جمهور المتعاملين حول المؤسسة كالموردين والموزعين والسائقين ومقدمي الخدمات وهؤلاء يشكلون قطاعا واسعا يؤثر علي حياة مئات وربما الاف الاسر .

4/الجمهور العام :ويتكون من المجتمع ككل وهوالمجتمع العام الذي يستهلك منتجات الشركة او يوفر لها الايدي العاملة او المواد الخام او حتي يوفر لها الامان والاستقرار والاستمرار في العمل .

5/البيئة ويقصد بها البيئة الطبيعية التي تعمل الشركة في نطاقها وتشمل البيئة الجوية والارضية والمائية والموارد والنباتات والحيوانات .

6/الدولة (الحكومة ) : ويقصد بذلك علاقات التعاون والتأثير المتبادل بين المؤسسة والدولة او احد اجهزتها ودوائرها او انشطتها ومن حق الدولة علي الشركات الالتزام بالقوانين والتعليمات والاعراف المتبعة خصوصا فيما يتعلق بالايفاء بالضرائب والرسوم وكذلك الوفاء بالتعهدات الادبية والاخلاقية من خلال مشاركة الدولة في بعض مسؤوليات التنمية ، لان التنمية لايمكن ان يكتب لها النجاح الا بتعاون القطاعين العام والخاص .

7/المجتمع الانساني : اذ ان بعض الشركات الكبرى يجب ان تحمل قسطا من المسؤولية الاجتماعية الانسانية ، خصوصا تلك التي تمارس نشاطا دوليا عابرا



للقرارات ، وثمة الكثير من المنتجات في مرحلة العولمة أصبحت تنتج وتوزع عن طريق هذه الشركات ، بما يلقي عليها مسئوليات انسانية وبيئية عامة .

**\*ويمكننا صياغة اهم المبررات التي يسوقها المؤيدون للمسئولية الاجتماعية كمايلي:**

- 1/تصحيح الآثار السلبية التي تسببها بعض المنشآت كتلوث الهواء والمياه وغيره .
- 2/تحسين الصورة الذهنية للمنشآت امام المجتمع المحلي وخاصة الشركات الكبيرة التي يتم انتقادها علي ان لها نفوذ قوي وممارسات احتكارية .
- 3/قدرة المنشأة المالية علي القيام بالمشاريع التي تكلف كثيرا ولا يستطيع المجتمع تحملها كتصميم برامج طبية علي مستوي كبير .

**\*واما اهم المبررات التي يسوقها المعارضين للمسئولية الاجتماعية فهي :**

- 1/ التكلفة لكبيرة التي تتكبدها المنشأة عند قيامها بهذه المسئوليات مما يؤثر علي ارباح المنشأة.
- 2/ان المجتمع هو الذي يدفع كافة هذه التكاليف في نهاية الامر فالتكلفة المدفوعة سوف تنعكس في النهاية اما علي شكل تخفيض في التوزيعات النقدية للمساهمين او علي شكل زيادة في اسعار البيع للعملاء .
- 3/لوقامت المنشأة بمسئولياتها الاجتماعية في مجال معين فإننا نجد ان هنالك مجالات اخري تحتاج الي ان تقوم المنشأة بتنفيذها ، وهكذا فمطالب المجتمع واحتياجاته مستمرة ولا تنتهي . ومن اهم الامثلة علي المسئوليات الاجتماعية التي تقوم بها المنشأة تجاه مجتمعها :

\*توظيف الاقليات والمعوقين في المنشأة ، مساعدات التعليم لابناء المنطقة ، مشاريع للتحكم في التلوث، تدريب المحتاجين علي اعمال بسيطة ، بناء مساكن لمحدودي الدخل ، تحسين المواصلات ،تركيب أجهزة للتحكم في التلوث ، حماية البيئة ، اعطاء بعض الموظفين اجازات طويلة بناء علي طلبهم للعمل الطوعي .

وخلاصة القول بأن المجتمع الذي تقوم فيه المنشأة بمسؤولياتها الاجتماعية يقدر للمنشأة هذه المساهمات والتي لابد ان تعكس نفسها علي علاقة المنشأة بالمجتمع الذي تعيش فيه .(أ.د. جودة ، 2006 ، ص 257-258)

## المبحث الثالث

### القائم بالإتصال في العلاقات العامة

خمس عناصر تتكامل مع بعضها البعض وفقا لعلاقات ارتباطية يتم فيها التبادل والتأثير والتأثير ليكون الناتج هو عملية الاتصال بركانها الكلية ومن بين هذه العناصر يأتي القائم بالإتصال او مصدر الرسالة كأهم حلقة في عملية الاتصال .

اختلف الباحثون في تعريف القائم بالاتصال وكغيره من المصطلحات ايضا تعددت اتجاهات تناول العلمي له ويمكن تحديد ابرز هذه الاتجاهات في الاتي :

الاتجاه الذي يعتبرالقائم بالاتصال مؤسسات تتكامل فيها عناصر تكوين الرسالة الاتصالية اي ان القائم بالاتصال ليس هو الشخص الذي يمثل مصدر مضمون الرسالة الاتصالية المنتمي لمؤسسة ما وانما هو المؤسسة الاتصالية بكاملها التي تخرج منها الرسالة الاتصالية وتعبّر عنها في مضامين وأشكال اتصالية مختلفة وربما ايضا عبر وسائل اتصالية مختلفة . ومن ابرز علماء هذا الاتجاه العالم الامريكي جيرنر (Gerbner) الذي يعتقد ان القائم بالاتصال مؤسسة او منظمة تلاحظ الحدث وتتفاعل معه في وضعيته بواسطة وسائل معينة لاجل تزويد المعلومات بشكل معين وفي مضمون معين للجماهير .

وتتبنى هذا الاتجاه ايضا الدكتورة جيهان رشتي التي ترى ان المؤسسات الاعلامية اصبحت شبكات اتصال ضخمة تتصارع في داخلها المصالح ،كما ان كل مؤسسة في حد ذاتها نظام معقد من السلطة والنفوذ والمراكز .

ويسيرالطوبوي في ذات الاتجاه حيث يفرق بين ثلاثة عناصر تمثل القائم بالاتصال وهي المنبع ( Origin ) وهو المكان الذي تولد فيه الرسالة الاتصالية ويتحتم اتخاذ مجموعة من القرارات والانشطة والدخول في فعال اتصالية بهدف توصيلها الي

الجمهور في صورة جيدة والعنصر الثاني هو المصدر (Source) وهو الشخص او الجماعة او الهيئة التي تقوم بترجمة حقائق او خيالات ادبية من وضع يصعب نشره وفهمه الي وضع مناسب قابل للنقل والفهم والنشر ،والعنصر الثالث هو المتصل (Communicator) وهو الشخص او الشخصان او الجماعة المحددة التي اسعدها الحظ باستقبال المحتوى الاتصالي في وقت مبكر بالنسبة للاخرين (فرد،جماعة ،جمهور). (د. عبده ، 2010 ، ص 86-87)

ام البروفسير مدثر عبد الرحيم يري ان القائم بالاتصال خاصة علي صعيد دول العالم الثالث يرتبط بالمؤسسة الساسية لنظام الحكم حيث يعتقد ان من اهم واجبات صناع القرار السياسي توجيه وسائل الاعلام بحيث ترتبط ارتباطا محكما بقضايا القطر وقيمته الثقافية وتوجيهاته الاجتماعية التزاما وتطويرا بحيث تخدم مصالح كل الشعب خاصة الفقراء والريفين في نفس الوقت الذي تظل فيه منفتحة علي ثقافات الامم الاخرى وحضاراتها متفاعلة معها ولكن بصورة ايجابية تقوم علي احترام الذات واحترام الاخرين دون تبعية لاحد.

وفي هذا الصدد يري د: هشام محمد عباس ان هذا الاتجاه يتسق مع معني القائم بالاتصال وفق الممارسة في هذا العصر وذلك للاسباب التالية :

1. حلول مدنية واقعية مادية محل مدنية روحية فلسفية ادي الي تقريب روح الجماعات وخططهم في الحياة العامة والخاصة وهذا بدوره ادي الي ضرورة تبلور عمل القائم بالاتصال مع روافد عديدة .
2. مؤسسية عمل القائم بالاتصال انتجت اثر بروز امم غفيرة العدد هذا اضافة الي سرعة المواصلات والسير الحثيث نحو التصنيع ولم يعد هنالك شعوب في معزل عن الاخرين وصار كل شعب يدرك ما وصل اليه الاخر ومطامعه.

تفتحت علي المناخ العام منذ القرن الماضي الكثير من المذاهب السياسية حيث ساد الفكر السياسي الماركسي والاشتراكي والافكار السياسية الليبرالية وهذا بالطبع جعل من القائم بالاتصال مؤسسة فكرية تنطلق من المحيط الفلسفي .(د. عبده ، 2010 ، ص88)

3. ظهور مجتمع تفجر المعلومات في اواخر القرن الماضي جعل القائم بالاتصال ينضم الي مؤسسة اتصالية كبري حيث ولدت اجيال جديدة من الاقمار الصناعية وولدت اجيال جديدة من الحاسب الالي ثم كانت القفزة الكبرى في بروز الانصال متعدد الوسائط (Multi Media) واصبح القائم بالاتصال يؤدي الكثير من الوظائف مثل عمليات البيع والشراء وحجز تذاكر السفر والاستشارات الطبية ومجالات التعليم والترفيه والتسلية والتعارف ومعاملات المصارف وعقد الصفقات وغير ذلك .

الاتجاه الثاني : وهو اتجاه يقوم علي الاعتقاد بان القائم بالاتصال هو مصدر الرسالة ومن بين الذين يتبنون هذا الاتجاه الباحث الامريكي هارولد لاسوويل (Haraldlasswell) حيث اشار الي ان تحديد القائم بالاتصال ينطلق من تحليل اساليب السيطرة واطلق عليه (Control analysis) وهي دراسات تتجه في مجملها للكشف عن الشخصية الحقيقية للقائم بالاتصال ومدى صدق رسالته اما الباحث مولز (Moulls) يشير الي ان هناك نوعين من القائمين بالاتصال وهما :

1/ المنتجون : هم الذين يعرضون اعمالهم علي الوسط الصغير مثل الاصدقاء والمعجبين وافراد العائلة .

2/المنتقون: هؤلاء يقومون بانتقاء المادة الاتصالية التي انتجت بواسطة الفئات السابقة حيث يعتبر ذلك مرجعية لصلاحية تقديمها بواسطة وسائل الاتصال الجماهيري الي الوسط الاجتماعي الكبير .

اما الخبير كورت ليفن (Kurt Levin) ميز فئة من القائمين بالاتصال تعمل علي مواجهة الاتصال الجماهيري بجملة من العراقيل سماها بالبوابات (Gates)

التي يسيطر عليها الافراد والمؤسسات وتلعب دور البوابين (Gate keepers) (حراسة البوابة ) اي الذين يسمحون بمرور بعض المعلومات ويرفضون المعلومات الاخري ، وهؤلاء في ظروف الاتصال الجماهيري المحررون والناشرون والمنتجون واصحاب الوسائل الجماهيرية ورؤساء التحرير وسكرتير التحرير ومدراء التحرير .

ويعرف جيرمي تانستال (J tunstall) القائمين بالاتصال بانهم العاملين غير الكتابيين داخل المؤسسات الاعلامية فهم الذين يختارون وينفذون البرامج والرسائل الاعلامية لنقلها الي جمهور معين .

اضافة الي ذلك فقد برز الي حقل الاتصال مفهوم اخر للقائم بالاتصال هو (قادة الراي ) ذلك من خلال انتقال المعلومات من وسائل الاتصال الجماهيري عبر قادة الراي الي الجماهير ، ومفهوم قيادة الراي (انتقال المعلومات علي مرحلتين ) قدمها في البدابة (لازر سفيلد وبرلسون وجوديت ) حيث ظهر لهم وهم يقومون بتحليل انتخابات الرئاسة الامريكية في العام 1937م ان الاتصال الشخصي كان اكثر فاعلية من وسائل الاتصال الجماهيري في التأثير علي قرارات التصويت وقد اظهرت الدراسة ان قادة الراي منتشرون بين جميع الطبقات الاجتماعية وانهم الي حد كبير مماثلون للافراد الذين يقومون بالتأثير عليهم الا انهم اكثر تعرضا للراديو والصحف والمجلات والتلفزيون اي لوسائل الاتصال الرسمية لذلك اشار لازرسفيلد وفريقه الي احتمال ان الافكار التي تنقل من الراديو والوسائل المطبوعة الي قادة الراي ومنهم الي القطاعات الاقل نشاطا من المتلقين تجد الكثير من التجاوب هذا يعني ان ظاهرة قيادة الراي تعتبر ظاهرة اتصالية تنتج عن التفاعل التلقائي بين الناس لتحقيق اهداف تتسق مع الواقع الاجتماعي المعاش بحيث تظهر فئة من الناس يكون لها القدرة علي

التأثير غير المبرمج دون الاتجاه لتخطيط مدروس ومعروف .(د. عبده ، 2010 ، ص 89-90)

وفي محاولة لايجاد مخرج لمشكلة تحديد مفهوم القائم بالاتصال لجا باترسون (Patterson) الي وضع تعريف عام شامل يتضمن كل من يساهم في صنع القرار داخل وسائل الاعلام بشكل مباشر او غير مباشر .

بعد هذا الاستعراض لمفاهيم القائم بالاتصال نخلص الي ان هذا المصطلح يتسع ليشمل المنظمة الاتصالية باكمالها باعتبار وظيفي معين من اجل وصول الرسالة الاتصالية الي المتلقي وبالتالي يمكن اطلاق مصطلح القائم بالاتصال علي كل الافراد الذين يعملون في تكامل من اجل اصال الرسالة الاتصالية ، الا ان هذا المصطلح يضيق ليتحدد بالفئة المتفاعلة الاخيرة التي تقوم بالصياغة والتقديم للرسالة الاتصالية لتعبر بعد ذلك الي المتلقين .

ووفقا لذلك فإن القائم بالاتصال تلكم الفئة التي يتعرف عليها الجمهور من خلال الكتابات الصحفية والبرامج الاذاعية والتلفزيونية او بمعنى ادق كل الذين يمتنون العمل في الصحافة اضافة الي المذيعين ومعدّي ومقدمي البرامج في الاذاعة والتلفزيون ورجال الاعلام الرسمي .

ورجل العلاقات العامة لهذا يختلف عن غيره من المتخصصين في مجال الاتصالات من زوايا عدة :

ان تخصصه عاما وليس تخصصا عميقا ، لانه لا يقتصر علي استخدام وسيلة معينة او طريقة فنية معينة . فقد يضطره الامر لنشر الكتيبات وتوزيعها والكتابة للراديو والتلفزيون والصحافة وكتابة التقارير السنوية والاعلان الاعلامي.

.يميل الي يكون منسقا ومشرفا وموجها اكثر من مجرد كونه منفذا لبرنامج معين.

يهتم بالمضمون العام لرب العمل او عميلة اكثرمن مجرد منفذا لبرنامج معين .وكما يهتم بالمضمون العام لرب عمله تجاه الجمهور وليس بناحية واحدة فقط وهذا يعني ان دوره تعليمي ، فهو يعلم كلا الطرفين بغية تغيير نظرتهم واوضاعهم بما يؤدي الي بلوغ فعالية اكبر من ناحية الاتصال .

فهو بهذا يلعب دور المحلل والداعية في نفس الوقت ، يحلل ويفسر ويقيس امزجة الناس ، واتجاهاتهم ورغباتهم وردود افعالهم المحتملة التي تتصل بالمؤسسة او الجماعة او الجهة التي يعمل لديها ، فهو رجل لديه شئ يبيعه او يقدمه كما ان الجماعات التي يخاطبها متعددة كذلك. (د. حجاب ، 2007 ، ص 137 - 138).

### نظريات القائم بالاتصال في العلاقات العامة :

نشير الي ابرز هذه النظريات وهي :

#### 1/ نظرية ترتيب الاولويات :

في إطار العلاقة الثلاثية بين كل وسائل الاتصال والجمهور والعلاقات العامة تأتي نظرية وضع الاجندة كأحد نظريات التأثير التي يمكن تطبيقها في العلاقات العامة . وتفترض هذه النظرية ان وسائل الاعلام لاتستطيع ان تقدم جميع الموضوعات



والقضايا التي تقع في المجتمع وانما يختار القائمون عليها بعض الموضوعات التي يتم التركيز عليها بشدة والتحكم في طبيعتها ومحتواها .

ويمكن الاستفادة من هذه النظرية في العلاقات العامة حيث ان احدي الجماعات الاساسية التي تضع اجندة وسائل الاتصال او علي الاقل تؤثر فيها هي ممارسوا العلاقات العامة الذين يمثلون المنظمات ويقومون باستخدام هذه الوسائل للوصول للجمهور .ومن ثم يمكن القول ان القائم بالاتصال في العلاقات العامة يمكن ان يقدم لجمهوره القضايا التي يفكرون حولها ويتم ذلك من خلال التأثير في بناء مضمون وسائل الاتصال فيما يتعلق بتلك القضايا .(د. عبده ، 2010 ، ص 99-100)

## 2/ نظريات الرضا الوظيفي :

وحيث نقوم بدراسة القائم بالاتصال في مجال العلاقات العامة من كافة الجوانب المتعلقة بمهنته وبمستوي ادائه في العمل نري ضرورة ان نتعرض الي نظريات الرضا الوظيفي كإطار نظري يمكن الاعتماد عليه في تفسير العلاقة بين صورة العلاقات العامة بابعادها المهنية والوظيفية لدي الممارسين وبين مستوي ادائهم لمتطلباتهم .

ويمثل الرضا عن طبيعة العمل اهم ابعاد الرضا الوظيفي ويقصد به مدي الاحترام الذي يحققه العمل للفرد، ومدي ما يولده من حماس وإثارة لطاقات التحدي لدي الفرد ، ومايمثله في نفس العامل من شعور بقيمة الاداء واهمية المهام المسندة اليه ،ايضا مدي مايسمح به العمل من الابتكار والتجديد.

ونري ان القائم بالاتصال في العلاقات العامة عندما يولد لديه شعور بالرضا تجاه المنشأة او المؤسسة يستطيع ان يؤدي عمله علي اكمل وجه .

المؤثرات الشخصية علي الرضا الوظيفي :

1/السن 2/ النوع 3/مستوي التعليم

4/مدة الخدمة 5/ المركز الاداري او الوظيفي

المؤثرات التنظيمية علي الرضا الوظيفي ومن اهمها :

1/الاجر 2/نظام الحوافز 3/الترقيات

4/العلاقات مع جماعة العمل 5/سياسة المؤسسة واسلوب الادارة

6/نمط الاشراف ونمط القيادة 7/الامن الوظيفي

8/مستوي التدريب المهني 9/ ظروف العمل المادية

ومن ابرز نظريات الرضا الوظيفي مايلي:

نظرية ذات العاملين : وتري نظرية ذات العاملين التي قدمها فريد هيرزبرج ان ادراك الفرد لاي عنصر مرتبط بالمهنة او الوظيفة التي يعمل بها يمكن ان يكون مصدرا للرضا او لعدم الرضا الوظيفي ويشير الي ان كل فرد لديه مجموعتين من العوامل المؤثرة علي شعوره بالرضا الوظيفي او عدمه وهي:(د. عبده ، 2010 ، ص

(102-101)

1/العوامل الدافعية وتتمثل في الاتي :

1. الشعور بالانجاز.
2. ادراك الشخص لقيمة عمله.
3. اهمية العمل نفسه وكونه ابداعا وتحدي.
4. المسؤولية ومدى تحكم الشخص في وظيفته ومدى مسؤوليته عن الاخرين.
5. امكانية التقدم في الوظيفة .

2/العوامل الصحية : وتتعلق بالسياق الذي يتم فيه اداء العمل منها الظروف المتعلقة بالاجواء المريحة التي تتيح العمل الي جانب طبيعة الاشراف ، نظام الاجر والشعور بالامن وهي التي تمنع شعور الفرد بعدم الرضا الوظيفي .

ب . نظرية العدالة والمساواة :تقوم هذه النظرية على الادراك الذاتي من قبل العامل لمدى عدالة العائد الذي يحصل عليه من عمله مقارنة بما يحصل عليه زملائه في وظائف مشابهه وعندما يدرك الافراد وجود حاله من المساواة بينهم وبين الاخرين يشعرون بمستوي من الرضا الوظيفي كما يزيد التزامهم نحو اداء العمل.

3/نظرية حارس البوابه الاعلاميه :يرجع الفضل الي عالم النفس النمساوي الاصل الامريكى الجنسيه (كيرت ليوين)في تطوير ما اصبح يعرف بنظرية حارس البوابه وتعتبر دراساته من افضل الدراسات المنهجيه في مجال القائم بالاتصال حيث يري انه علي طول الرحله التي تقطعها الماده الاعلاميه حتي تصل الي الجمهور المستهدف توجد نقاط(بوابات ) يتم فيها اتخاذ قرارات بما يدخل ويخرج كلما طالت المراحل التي تقطعها الاخبار حتي تظهر في الوسيله الاعلاميه تزداد المواقع التي يصبح فيها من سلطة فرد او عدة افراد تقرير ما اذا كانت ستتقل بنفس الشكل او بعد ادخال تعديلات عليها ,إن من اخطر ما يمكن ان يقوم به هؤلاء هوتحجيم المعلومات التي يمكن ان تصل الي القارئ وللبيانات ثلاث وظائف:

1/تحجيم المعلومات التي تصلنا اثناء تحرير هذه المعلومات قبل نشرها.

2/توسيع كميته المعلومات التي تصلنا بإضافة وقايح جديده .

3/إعادة تنظيم او تفسير المعلومات .

ويري البروفسير علي شمو ان حارس البوابه يلعب دورا مهما في سير المعلومات وتدفقها عبر وسائل الاتصال الجماهيرييه لذلك ينبغي الالتفات اليه ومحاولة التخفيف

من الآثار الضاره التي يتسبب فيها وفي بعض الاحوال يكون دور حارس البوابه عفويا وغير مقصود (د. عبده ، 2010 ، ص 103-105)

### أختصاصي العلاقات العامة :

ويعد المتخصص الذي عينته المنشأة وتعتمد عليه في اعداد وتنفيذ برامج وخطط العلاقات العامة ومتابعة نتائجها واقتراح مايتعلق بالعلاقات العامة في الادارة العليا . ويعمل اختصاصي العلاقات العامة بالشكل الذي تنظمه مع فريق عمل في إطار الاهداف التي تحددها الادارة العلياي وحدة تنظيمية مستقلة او في اطار وحدة تنظيمية اخري داخل المنشأة .

### اختيار اختصاصي العلاقات العامة :

يقتضي العمل في ميدان العلاقات العامة ضرورة اختيار العاملين في ادارات العلاقات العامة اختيار ادارات العلاقات العامة اختيارا دقيقا ، لان مسئولياتهم اصبحت ضخمة وخطيرة ، والمقصود بالاختيار هنا هو اختيارافضل الافراد المتقدمين للعمل بإدارات العلاقات العامة ووضعهم في المكان المناسب ،وتوجيههم الي اداء العمل او النشاط الذي يتلائم مع مواهبهم وقدراتهم واستعداداتهم ومؤهلاتهم .وهذا من شأنه ان يؤدي الي حسن الاداء وتخفيض النفقات والارتقاء بالخدمة نفسها .كما يحقق للفرد ذاته في ميدان العمل ،ونستطع ان نلخص خطوات الاسلوب العلمي في اختيار العاملين في ادارات العلاقات العامة فيما يلي:

1/تحليل وظائف ادارة العلاقات العامة وتحديد المهارات والاستعدادات

والمؤهلات الواجب توافرها في الفرد الذي يستطيع القيام بها بكفاءة .

2/ تحليل الافراد المتقدمين لتحديد مهاراتهم واستعداداتهم وقدراتهم ومعرفة

مؤهلاتهم .

3/المماثلة بين مقتضيات وظائف ادارة العلاقات العامة وخصائص الافراد المتقدمين بحيث يرشح كل فرد منهم لممارسة النشاط الذي يتلائم مع مهاراته واستعداداته وقدراته ومؤهلاته.(د. حجاب ، 2007 ، ص 40-41)

### خصائص ومؤهلات المشتغلين بالعلاقات العامة :

تختلف هذه الخصائص بإختلاف ظروف كل منشأة وطبيعة بيئتها ومشاكلها واوضاعها الا ان هناك بعضا من الصفات والخصائص الاساسية التي يجب توافرها في اخصائي العلاقات العامة لضمان هذه الوظيفة ومن اهم هذه الخصائص :

#### اولا:سمات الشخصية :

. توافر الاخلاقيات والتي تشمل : الصدق . الامانة . السمعة الطيبة . السلوك القويم وغيرها من المعايير والقيم والانماط الاخلاقية اللازمة للممارسة مهنة العلاقات العامة.

#### 2/ قوة وتكامل الشخصية ويشمل : (د. فرج ، 2010 ، ص 61) طر

. القدرة علي فهم الناس والاستماع الي وجهة نظرهم .  
. حسن التعبير عن الاراء .

. الهدوء وعدم الانفعال والقدرة علي الصبر في التعامل مع الاخرين .  
. الرغبة في مساعدة الناس والاهتمام بمشاكلهم .

3/المظهر الحسن والبشاشة (الجادبية) : مما يساعد علي اكتساب ثقة الجمهور واهتمامه وتقديره

4/ حب الاستطلاع :وهي الرغبة المستمرة في معرفة عناصر الاحداث للحصول علي الحقائق لتفسير الاحداث .

5/ الحماسة : بهدف الاحساس بمهنة العلاقات العامة كعملية مستمرة للتأثير في  
الآخر دون فتور

6 / الخيال الخصب : بهدف الابتكاري مواجهة المشكلات الطارئة والجديدة  
والمساعدة في وضع الحلول المناسبة .

7/ النشاط : ذلك ان للعلاقات العامة أنشطة متعددة وبحث مستمر وجهد دائم  
مما يتطلب

توافر القدرة علي العطاء بجهد وافر وبالنسبة للمقدرات الاتصالية لأخصائي العلاقات  
العامة يحدد الدكتور علي عجوة خصائصها في مجموعة من المهارات هي : (د. فرج  
، 2010 ، ص 62) ط<sub>2</sub>

#### 1/مهارة القراءة : وهي مهمة لسببين :

أ/ الحصول علي المعلومات المطلوبة من المصادر المطبوعة او الخطية سواء كانت  
عامة او خاصة وفهم ما تتضمنه هذه المعلومات من اتجاهات مؤثرة علي المؤسسة.  
ب/ يجب ان يعرف اللغة تماما حتى يكون قادرا على استعمال العبارات والكلمات  
التي تعبر عن افكاره والتي تتفق في مدلولها مع الاطار الدلالي للجماهير التي  
يخاطبها .

2. الاستماع : تتضمن مهارة الاستماع اليقظة التامة لما يقال وفهمه والقدرة على  
توجيه الاسئلة الصحيحة سواء كان ذلك في استطلاع للآراء او التوجيه للمناقشة  
فرجل العلاقات العامة هو الذي يراقب الناس وهو يستمع اليهم فالافراد غالبا  
ما يعكسون انفسهم من خلال إيماءاتهم وتعبيراتهم المصاحبة لكلماتهم او حتى من  
خلال صمتهم وجميع صور الاتصال غير اللفظي التي تصدر عنهم.

3. **الكتابة** : القدرة على الكتابة من اهم الخصائص التي ينبغي توافرها في المشتغلين بالعلاقات العامة وليس معنى ذلك الارتفاع بها الى مستوى الادب الرفيع وانما المقصود الكتابة الواضحة المقنعة الخالية من المصطلحات المعقدة والكلمات الغريبة .

4. **التخاطب**: وتعني الحديث الجذاب المنطقي المفهوم لنقل افكار المتحدث والتأثير في آراء المستمعين سواء كانوا جمهورا كبيرا او جماعة صغيرة .

❖ **بالإضافة الى تلك الشروط هناك شروط تتعلق بالمستوى العلمي لخبير العلاقات العامة ويستحسن ان تشمل اللغات - الصحافة - علم النفس - علم الاجتماع - علم الجمال - الفلسفة - المنطق والادارة - القانون - الاقتصاد - ادارة وتنظيم المشروعات - التسويق والاعلان - الاحصاء النظري والتطبيقي - العلاقات العامة إضافة الى علوم الدلالة والسياسة والتاريخ ومناهج البحث والاحصاء.(د. حجاب ، د. وهبي ، ص 76-78)**

❖ **خصائص ومسؤوليات مدير ادارة العلاقات العامة :**

يتولى مدير ادارة العلاقات العامة مسؤولية الاشراف على الادارة كما انه يعتبر ضمير المنظمة مما يتطلب ان يكون له قدرات وصفات منها :

1. قدرات إدارية ، أي القدرة على الاشراف على جهاز العلاقات العامة وتوجيه الخبراء والاختصاصيين به والعمل على تنمية قدراتهم باستمرار .

2. القدرة على تحديد اهداف جهاز العلاقات العامة ورسم الخطط الكفيلة لتحقيق هذه الاهداف .

3. القدرة على تحديد الأولويات التي تحكم اختيار الجماهير ووسائل الاتصال المناسبة للاتصال بهم .

4. القدرة على حسن استخدام القوة البشرية والإمكانات المادية المتاحة لجهاز العلاقات العامة .

5. القدرة التحليلية على التصور والابداع مما يمكن المدير من اعداد الابحاث والبرامج ودراسات الرأي العام التي تكفل تكوين صورة ذهنية جيدة للمنظمة لدى جماهيرها .

6. القدرة على الاتصال مع كافة العاملين بالمنظمة حتى يمكنه الحصول على ما يلزمه من معلومات من الادارات والاقسام المختلفة للمنشأة .

القدرة على اكتساب ثقة مختلف المستويات الادارية ومختلف العاملين بالمنشأة والتعامل بفعالية مع المديرين في كل المستويات والقدرة على اقناعهم بسياساته في برامج العلاقات العامة وان يكون الناصح الامين للادارة . (د. فرج ، 2010 ، ص58) طر

7. القدرة على فهم المشكلات المعقدة في العلاقات الانسانية التي لم تخضع بعد للتجريب العلمي والعملية وتكون لديه القدرة على وضع الحلول المحددة الصائبة لها.

8. القدرة على الاقناع وان يكون لديه الشخصية القادرة على الدفاع عن السياسات التي يرسمها في برامجه .

9. القدرة على التعبير عن آراءه شفويًا وتحرييرًا مما يتطلب فهم فنون الاتصال والالمام بالخبرات والمعارف .

#### مسئوليياته :

1. تتمثل المسؤولية الاساسية لمدير العلاقات العامة في الاشراف على وضع برنامج ايجابي ومتجدد للعلاقات العامة يقوم على اساس فلسفة واقعية لعلاقة المنظمة مع جماهيرها ومتابعة اتجاهاتهم .



2. تقديم النصح والمشورة للادارة العليا بشأن الاتصال ونتائجه واقتراح الحلول المتعلقة بذلك واثر ذلك على سياسات المنظمة .
3. إعداد الحملات الاعلامية التي تكفل تهيئة جماهير المنظمة للسياسات والقرارات الجديدة وظروف اصدارها .
4. الاشراف على بحوث الرأي العام والمتابعة المستمرة لاتجاهات جماهير المنظمة .
5. المعاونة في اعداد الاحاديث والتصريحات للمتحدثين باسم المنظمة .
6. إقامة جسور علاقات طيبة مع ممثلي الصحافة والاذاعة والتلفزيون وغيرهم بما يكفل تغطية اخبار المنشأة بهذه الوسائل .
7. الاسهام في تخطيط واعداد مواد النشرات الاعلامية مثل التقارير السنوية والكتيبات والخطابات والمجلات والنشرات التي تصدرها المنشأة .
8. الاتصال المباشر مع جماهير المنظمة ودراسة شكاوهم ومقترحاتهم بشأن اوضاع المنظمة .
9. تمثيل المنشأة في الاجتماعات الجماهيرية المختلفة . (د. فرج ، 2010 ، ص 59-60) ط2

#### مسئوليات رجل العلاقات العامة :

اما بالنسبة لمهام او مسئوليات رجل العلاقات العامة ، فقد حددها (دومينك ) في الجوانب الاتية:

اولا : التأثيفي الراي العام والعمل علي المحافظة علي وجود راي عام ومرغوب فيه تجاه الشركة او المنظمة ، وكذلك جمع المعلومات من الجمهور وتفسير هذه المعلومات ورفعها الي الادارة العليا بهدف تسهيل قراراتها الادارية والعمل علي اتخاذ قرارات تتسجم مع الراي العام .

**ثانيا :** القيام بالاتصال ، وذلك لابرار ماتقوم به المنظمة للجمهور الذي تعنيه وماتفعله المنظمة ، وذلك فإن وظيفة رجل العلاقات العامة ان يشرح للجمهور ماتفعله المنظمة وان يتعرف ايضا علي مشاعر الجماهير نحو المنظمة اي ان الاتصال هنا يكون ذو اتجاهين.

**ثالثا :** تقديم الاراء والاقتراحات والاستشارات للادارة العليا للمساعدة علي تحقيق اهداف المنظمة وعلي ان تتكيف مع ظروف التغيير .

اما (سوارتز) فقد حدد مسئوليات الممارسين للعلاقات العامة في :

1. قياس اتجاهات الجمهور التي تهم الشركة .
2. التشاور مع الادارة في تاثيرات القرارات والافعال والتصريحات التي يتم اتخاذها في الجمهور الداخلي والخارجي .
3. تطوير مواقف مسموعة في السياسات العامة .
4. تواصل وجهات النظر والافكار مع صناع القرار في الشركة .
5. ان يكون جزءا من نشاط العلاقات الحكومية والاستشارة مع الادارة في الافعال التي يتم اتخاذها مع التشريعات الحالية او المقترحة او الاتجاهات التي تؤثر في عملية الشركة .
6. صياغة السياسات والبرامج المصممة لتشجيع اتجاهات الجمهور المرغوبة تجاه الشركة والحفاظ عليها.
7. ادارة العلاقات الصحفية والاشراف عليها بجانب عمل النشرات الصحفية وتوزيعها .
8. التنسيق مع رؤساء الاقسام حول صياغة جدولة ماسيتم نشره

9. الاحتفاظ بملفات لما يتم نشره حول الشركة واعمالها وتحليل ما تكتبه الصحف المعارضة او المؤيدة ومناقشته مع المسؤولين والقيام بالتوصيات الضرورية التي ستشارك بها الشركة في مناسبات خاصة .
10. تحضير الميزانية التقديرية لقسم العلاقات العامة .
11. التخطيط والاشراف علي الحملات الاعلامية .
12. الاشراف علي سياسة التبرعات واداراتها
13. الموافقة علي طلبيات المواد الضرورية لتسير عمل قسم العلاقات العامة.

الاشراف علي برنامج الاتصال للعاملين واصدار النشرات .(د. حجاب ، 2007 ، ص 152-153)

#### العوامل المؤثرة علي عمل القائم بالاتصال او حارس البوابة :

والقائم بالاتصال تحيط به مجموعة من المؤثرات والعوامل التي تتدخل سلبا او ايجابا في اداء وظيفة الاتصال .فالقائم بالاتصال ينطلق في اداء وظيفته من مجموعة من المكونات الاجتماعية والثقافية المكتسبة من البيئة التي نشأ فيها وتمثل بالنسبة له منظومة قيمية لايمكن ان يتخطاها في اداء مهنته بل قد يصل الامر لان يضحى بمكتسبات الشهرة والسبق اذا تعارض مضمون الرسالة الاتصالية مع تلك القيم والتقاليد التي ينتمي اليها .

ويمكن تقسيم العوامل التي تؤثر علي عمل حارس البوابة الاعلامية سواء ان كان في الصحافة او الاذاعة او العلاقات العامة الي اربعة عوامل اساسية هي : (د. عبده ، 2010 ، ص 105-106)

## 1/ قيم المجتمع وتقاليدہ :

يعد النظام الاجتماعي الذي تعمل في اطاره وسائل الاعلام من القوي الاساسية التي تؤثر علي القائمين بالاتصال .

ويري الباحث وارين بريد ( Waren Breed ) انه في بعض الاحوال قد لايقدم القائم بالاتصال تغطية كاملة للاحداث التي تقع من حوله وليس هذا الاغفال نتيجة لتقصير او انه عمل سلبي ولكنه يفضل احيانا تقديم بعض الاحداث احساسا منه بالمسؤولية الاجتماعية وللحفاظ علي بعض الفضائل الفردية او المجتمعية قد تضحى وسائل الاعلام احيانا بالسبق الصحفي او تتسامح بعض الشئ في واجبها الذي يفرض عليها تقديم كل الاخبار التي تهتم الجماهير وذلك رغبة منها في تدعيم قيم المجتمع وتقاليدہ كذلك تعمل وسائل الاعلام علي حماية الانماط الثقافية السائدة في المجتمع وغالبا ماتتجنب انتقاد الافراد الذين يقومون بتلك الادوار لتدعيم البناء الثقافي للمجتمع .

## 2/ المعايير الذاتية للقائم بالاتصال :

تلعب الخصائص والسمات الشخصية للقائم بالاتصال دورا في ممارسة دور حارس البوابة الاعلامية مثل :النوع ، العمر ، الدخل ، الطبقة الاجتماعية ، التعليم ، الانتماءات الفكرية والعقائدية والاحساس بالذات ( Self esteem )

وقد اهتم الخبراء بالاطار الدلالي والخبرات المخزنة للقائم بالاتصال التي تؤثر علي افكاره ومعتقداته التي تحدد له السلوك المتوقع في المواقف الاتصالية المختلفة وتحديد مايجب ومالايجب .

### 3/ المعايير المهنية للقائم بالاتصال :

يتعرض القائم بالاتصال للعديد من الضغوط المهنية التي تؤثر في عمله وتؤدي الي توافقه مع سياسة المؤسسة التي ينتمي اليها والتوقعات التي تحدد دوره في نظام الاتصال .

وتتضمن المعايير المهنية الوسيلة الاعلامية ، ومصادر الاخبار المتاحة وبجانب اكتساب القائم بالاتصال المعايير المهنية تقوم علاقات العمل علي مساعدته علي تجاوز مخاطر المهنة وتحقيق الرضا الوظيفي والذي يؤثر بالتالي في الدافعية والانجاز .

### 4/ معايير الجمهور :

يؤثر الجمهور علي القائم بالاتصال مثلما يؤثر هو عليه فالرسائل التي يقدمها القائم بالاتصال يحددها الي حد ما توقعاته عن ردود فعل الجمهور بالتالي يلعب الجمهور دورا ايجابيا في عملية الاتصال ويؤثر تصور القائم بالاتصال للجمهور علي نوعية الاخبار التي يقدمها . وقد اظهرت الدراسات التجريبية التي اجراها (ريموند بارو ) ان نوع الجمهور الذي يعتقد القائم بالاتصال انه يخاطبه له تأثير كبير علي طريقة اختيار المحتوي وتنظيمه .

ونري ان القائم بالاتصال في حاجة شديدة الي معرفة اوثق بجمهوره من حيث ثقافته وآلامه وآماله وتأثير رجع الصدي الذي يؤكد للقائم بالاتصال ضرورة مراعاة قيم وعادات وتقاليد المجتمع وضرورة السعي لتحقيق قدر من الاتفاق علي الاهداف الاساسية للمجتمع ، وان تصوره لهذا الجمهور يؤثر علي قراراته تأثيرا لا يمكن التقليل منه . (د. عبده ، 2010 ، ص107 - 108)

## • الادوار والوظائف الاجتماعية للعلاقات العامة :

ترى الباحثة انه تتمثل اهم وظائف العلاقات العامة في المسؤولية الاجتماعية التي تهتم بالمجتمع الذي تعمل به المؤسسة حيث انه لا بد لها الا تكون بمعزل عنه وعن كل ما يدور به ، فيمكننا استصحاب ادوار العلاقات العامة الاساسية وجعلها مرنة حيث تؤدي ادوارا اجتماعية مثل مشاركة مؤسسة ما في مناسبة اجتماعية أو اقامة يوم تثقيفي أو محاضرة أو ندوة تتناول فيها قضية راهنة تشغل المجتمع مثل نشر قيم السلام والتسامح.

و من خصائص ومسؤوليات رجل العلاقات العامة هي قدرته على التأثير في الرأي العام وهي وظيفة اجتماعية مهمة تجعله يستخدم قدراته العلمية والمهنية في التواصل مع الجمهور ليؤثر على الجمهور لتكوين رأي سليم حول قضية ما وذلك بتمليكهم معلومات صحيحة تجلعهم على دراية بمخاطر التناحر أو الصراعات القبلية باستضافة ذوي الشأن واصحاب الخبرة وقادة الرأي .

## الفصل الثالث

### النسيج الاجتماعي

- المبحث الاول: مفهوم المجتمع
- المبحث الثاني: النسيج الاجتماعي
- المبحث الثالث : القبلية والجهوية

## المبحث الاول

### مفهوم المجتمع

#### المجتمع لغة:

بأنه كلمة مشتقة من الفعل (جمع)، اي اجتماع الناس علي شكل جماعة. ويعرف اصطلاحا :

بأنه مجموعة من الناس، يرتبطون معا بالعادات، والتقاليد، والاحكام الاخلاقية ويحترمون بعضهم البعض، ويشكلون في الحي او القرية او المدينة التي يعيشون فيها جزءا من اجزاء الحياة الاجتماعية.

ويعرف المجتمع ايضا بأنه افراد يجتمعون معا، ويعيشون في مكان معين، وترتبط بينهم وبينهم مجموعة من الافكار، التي تتعلق بالعديد من مجالات الحياة السياسية، والاقتصادية وغيرها، وايضا من الممكن تعريف المجتمع بأنه جزء من الواقع الاجتماعي المرتبط بمجموعة من الافراد، في العائلة الواحدة، او مكان العمل، او المؤسسة التعليمية، او غيرها، ويوجد بينهم قاسم مشترك يعتمد علي المكان إي المجتمع المصغر الذي يعيشون فيه (*Mawdoo3* خضر). المجتمع مجموعة من الافراد الذين يتشابهون في مكان، وظروف العيش، ويجتمعون في منطقة جغرافية واحدة ومع تطور الحياة وزيادة المظاهر العمرانية ووسائل النقل وغيرها اصبحت كلمة المجتمع تعبر عن طبيعة العلاقات الانسانية التي تربط افراد المجموعة البشرية، وهي جملة الصفات والسمات المعنوية التي يشترك فيها افراد تلك المجموعات علي وجه الخصوص، لذا يقال ان هناك صفات تميز مجتمعا معين عن اخر.

م (*Mawdoo3.com* مشعلة) المقصود بقولنا المجتمع لاشك ان اول اصطلاحاتنا واعمها هو المجتمع بالذات الكائنات الاجتماعية او الناس فطروا علي ان يصيروا علي طبيعتهم بأن يخلقوا، وان يدأبوا علي ان يخلقوا نظاما من شأنه ان يوجه سلوكهم وان يضبطه بوسائل لاحصر لها. ووظيفة هذا النظام، وهو المجتمع، ان



يطلق نشاط الناس ، وفي نفس الوقت ان يحد منه انه يصنع لهم مقاييس للسلوك عليهم ان يتبعوها وان يحافظوا عليها ومهما دلنا تاريخ الانسان علي ماينطوي عليه النظام من نقص واستبدال، فإنه شرط ضروري لاسباب الحياة .ان المجتمع نسق مكون من العرف المنوع والاجراءات المرسومة ،وومن السلطة والمعونة المتبادلة ، ومن كثير من التجمعات والاقسام ، وشتي وجوه ضبط السلوك الانساني والحرياتهذا النسق المعقد الدائم التغير يسمي المجتمع انه نسيج العلاقات الاجتماعية وخص صفات المجتمع انه لا يثبت علي حال.

**(بيرج، 1974، ص16-17) ط3**

اما جنزيرج فيري ان المجتمع ماهو الا تعبير عن كل صلة للانسان بالانسان سواء كانت هه الصلة مباشرة او غير مباشرة منظمة او غير منظمة عن وعي او بدون وعي ،ويري بلوبانك ان المجتمع عبارة عن مجموعة من الناس عاشوا وعملوا معا فترة من الزمن بلغت من الطول ما مكنهم من تنظيم انفسهم ،واعتبار انفسهم وحدة اجتماعية لها حدودها المعروفة ،وكذلك يتوافر لهم قدر من الاكتفاء الذاتي .ونحن اذا اردنا ان نعرف المجتمع بإختصار نقول انه اطار يعيش فيه الناس ويحيون معا ،ويتكون ذلك الاطار من مجموعة من القوانين والقواعد التي تنظم سلوك الناس حيث يساعد بعضهم البعض ويعملون معا من اجل انجاز اهداف عامة .الا اننا نميل الي تبني ذلك المفهوم للمجتمع الذي ورد باحد المصادر السوسولوجية المعاصرة والذي يقول بان المجتمع ماهو الا بناء ينشأمن تفاعل مجموعة معينة من الافراد والجماعات في مكان جغرافي محدد يستخدمون موارده لسد احتياجاتهم المادية والروحية حيث يتضح من ذلك التعريف ان المكونات الاساسية للمجتمع ثلاثة وهي الوحدة الجغرافية والتفاعل الاقتصادي والثقافي والاجتماعي ،حيث تميز هذه

المكونات المجتمع الانساني عن سائر التجمعات لغير انسانية.(غريب،2009 ، ص18\_19)

والمجتمع إطارا عاما يحد العلاقات التي تنشأ بين اعضاءه (من الافراد والجماعات) والذين تربطهم ببعضهم تقاليد واعراف وطريقة حياة عامة تبعث الإلفة فيما بينهم في نطاق مجتمع يشبع احتياجاتهم وينتمون اليه .المجتمع هو النمط المتغير للعلاقات الاجتماعية وهذا التعريف ينظر الي المجتمع بإعتباره نسيج العلاقات العامة الدائمة التغير . وبذلك يكون المجتمع بمثابة نظام مكون من العرف والاجراءات المرسومة . وشتي وجوه ضبط السلوك الانساني .ومما يميز نمط العلاقات الاجتماعية في المجتمع الادراك المتبادل بين اعضاء المجتمع الذين يدرك كل منهم الآخر .ومن ثم يتصرفون في ضوء توقعات كل منهم للآخر .وهذه هي العلاقات الاجتماعية التي يعرف المجتمع علي اساسها بأنه نسيج العلاقات الاجتماعية المتغير (شتا،2015،ص12)

نتحدث عن اهم الخصائص الظاهرية لهذا المفهوم لاعتقادنا بان المجتمع ظاهرة اجتماعية عامة ينطبق عليها ماينطبق علي سائر الظواهر الاجتماعية من خصائص:

#### (أ)العمومية :

بمعني ان المجتمع ليس حاصل جمع مجموعة من الافرادوانما هو شئ اكبر واعم منهم ،اي ان اهم خصائص المجتمع اشتراك افراده في ممارسة نوعية معينة من النظم والقواعد والاتجاهات في علاقاتهم ببعضهم ببعض وهذا لاينفي المكونات النفسية لافراد المجتمع .

#### (ب)الالزام:

بمعني ان المجتمع يفرض علي اعضاءه الالتزام بنظمه وقواعده واتجاهاته حيث تلعب عملية التنشئة دورا هاما في تحقيق هذا الالتزام

### (ج)التغير:

ومعناه ان المجتمع ظاهرة تتسم بالتغير وان الثبات الوحيد في المجتمع هو عملية تغيره ، فلايوجد مجتمع واحد علي مر العصور كما لم يوجد مجتمع في عصر واحد وانما توجد مجتمعات مختلفة باختلاف مراحل تطور الاجتماع البشري .

### (د)الترابط :

ويعني الترابط هنا التكامل والتاثر المتبادل بين مكونات واجزاء المجتمع ، ويعني ايضا ان اي جزء من المجتمع يتأثر ويؤثر في المجتمع ككل وبهذا المعني يؤدي المجتمع وظيفته ويتحقق وجوده واستمراره .

### (هـ)الصراع :

لايقتصر الصراع علي العلاقات الاقتصادية والاجتماعية وانما يمتد ليشمل العلاقات بجميع اشكالها سواء كانت صراعا فكريا او سياسيا او اخلاقيا وهو نتيجة صحية لاختلاف مواقع وعقائد ومواقف الناس. والصراع يعتبر هو المرحلة العليا من تطور مراحل الاختلافات بين الناس ، الا ان حسمه بطريقة نهائية ومطلقة مستحيل من وجهتي النظر العلمية والعملية .(غريب، 2009،ص19-21)

كما توجد ايضا مجموعة من الخصائص التي يتميز بها المجتمع وهي :

### التكيف :

هو قدرة الفرد علي تحمل كافة العوامل المؤثرة داخل المجتمع ،سواء اكان تأثيرها علي مجتمعهم ام علي كافة المجتمعات المحيطة بهم داخل الدولة الواحدة ، وفي حال كانت تلك العوامل ذات تأثيرات سلبية يجب ان يتم الوصول الي حل لها .

### الاستقلالية :

هي عدم وجود اي سيطرة علي المجتمع ،من قبل جهات غير قانونية ،ولاترتبط مع سياسة الدولة التي يتبع لها المجتمع مثل:سيطرة عصابة ما علي بعض الاحياء الفقيرة في بعض الدول .

## التعايش :

هو تقبل الافراد لبعضهم البعض داخل المجتمع الواحد ، اي تقبل الاختلافات الموجودة بينهم ،مما يساعدهم في تحقيق مبادئ التعايش الانساني .

( خضر ، Mawdoo3.com )

## مكونات المجتمع :

يقصد بها مجموعة العناصر التي يتشكل منها ، او تحكم وجوده واستمراريته ، كذلك التي تحدد خصائصه العامة ومدى تأثيره في مجتمعات اخري وهي كالآتي :

( مشعلة ، Mawdoo3.com )

## الافراد :

هم العنصرالفعال في المجتمع ،الذين يعملون علي بنائه وتعميره بالطريقة التي تتاسبهم ، وتساعدهم علي العيش فيه ،والحصول علي التعليم ، والبحث عن عمل مناسب ضمنه ، او بالاستعانة بمجتمعات اخري.

( خضر ، Mawdoo3.com )

يعد الافراد من اهم مكونات المجتمع ، فبدونهم لايمكن لنا ان نطلق علي المباني والمنازل والتضاريس في مكان معين اسم المجتمع ، فالانسان هو من يشكل هذه الصفة ، وهو يحافظ علي بقائها ، إذ حين يغادر النسان المكان فسوف تتوقف مظاهر الحياة ، وان ما تحتويه تلك الاماكن سيكون شاهدا صامتا علي وجوده.

( مشعلة ، Mawdoo3.com )

## المؤسسات :

هي جزء من المباني الموجودة في المجتمع ،والتي يوجد فيها مجموعة من الافراد المتخصصين الذي تنتمي اليه كل مؤسسة .

## البيئة :

هي كافة العناصر والمكونات المادية ، والطبيعية التي تحيط بالافراد ، والمؤسسات التي توجد داخل مجتمع واحد ،ومن المهم ان يتفاعل معها الافراد ،ويستخدمون مواردها بطرق مناسبة .

( خضر ، Mawdoo3.com )

## البقعة الجغرافية :

يحتاج الفرد الي مساحة جغرافية معينة يؤسس فيها حياته ، حيث يبني فيها المسكن ،ويبحث من خلالها علي عمل يوفر له مصدر الرزق ،وكانت جميع الاراضي الجغرافية قديما تكثر فيها الحيوانات التي يمكن صيدها والتغذي عليها ، اما اليوم فيحتاج الفرد لبحث عن هذه الحيوانات في مناطق معينة او في الاسواق .

## عناصر الطبيعة :

تشمل عناصر الطبيعة الارض او البقعة الجغرافية ، لكنها لا تكفي وحدها لقيام المجتمعات البشرية فتشمل ايضا المسطحات المائية ،والجبال ،والسهول ،الي جانب النباتات والشجار التي يستفيد منها الانسان من ثمارها في غذائه ،كما تستخدم اخشابها في العديد من الصناعات كصناعة الاثاث بالاضافة الي الظواهر الطبيعية التي ترتبط بحياة الانسان وتحركاته كالفيضانات والامطار .

## العلاقات :

تتضمن تلك العلاقات الروابط غير المباشرة بين الانسان والبيئة التي ينتمي اليها من جهة اخري ،نسبة الي اجتماع الناس وارتباطهم ببعضهم ،كما يعد الزواج من اهم العلاقات التي تجمع الذكر بالانثي لتكوين الاسرة ،وانجاب الافراد الذين يشكلون المجتمع .

## القوانين والضوابط :

لا يمكن للمجتمعات البقاء اذا لم تتوفر قواعد تنظم شكل حياة الافراد في صورتها العامة ، وطبيعة الواجبات المفروضة عليهم تجاه انفسهم والآخرين ، وعناصر البيئة التي يعيشون فيها ، وطبيعة حقوقهم والا اصبحت تلك التجمعات البشرية مجرد فكرة ، ولا هوية يعرفها الاخرون من خلالها ، حيث تصنع المجالس النيابية او البرلمانات (الوجه القانوني الرسمي) القوانين والدساتير في التجمعات لتنظيم الحياة فيها ، فيما تحتفظ الضوابط الاسلامية والاجتماعية بدورها المهم ايضا في هذا الخصوص ، فالتعدي علي حقوق الجيران مثلا لا تعاقب عليها القوانين فقط بل تمنعها الضوابط الاسلامية والاجتماعية التي يكتسب الفرد معرفتها من صغره .

( مشعلة ، Mawdoo3.com )

نظريات حول المجتمع اهتمت عدة نظريات بدراسة المجتمعات ، ومنها:

## النظرية الكلاسيكية :

ظلت افكار هذه النظرية متداولة بين الناس حتي القرن الثامن عشر للميلاد، والتي اهتمت بدراسة العلاقة بين الافراد ، والدولة المحيطة بهم وتتنظر الي المجتمع علي انه مجموعة بشرية ، تعيش وفقا لحياة مدنية ، ويمتلك كل فرد فيها القدرة علي التعبير عن نفسه بحرية ، ولا يوجد اي تمييز بين الافراد ، او الطبقات الاجتماعية .

## النظرية الليبرالية :

ربطت وجود المجتمع بوجود دولة تحيط به ، وان الافراد داخل المجتمع الواحد يهتمون بمصالحهم الشخصية ، وان علاقتهم معا مبنية علي العمل ، من اجل تحقيق الحاجات المادية ، لذلك يجب ان تتم متابعة المجتمع بشكل دائم من قبل السلطات القانونية ، للمحافظة علي تطبيق القانون .

## النظرية الماركسية :

اعتمدت علي وجود اختلاف بين طبقات المجتمع ،قبل ان تجمعهم دولة واحدة ،وقسمت المجتمع بالاعتماد علي الافكار السياسية ،والاقتصادية ،بصفتها مؤثرة في الحياة الاجتماعية داخل الواحد ،فيهتم الافراد بطبيعة العلاقات التي تربط بينهم ،والتي تعتمد علي وجود عوامل الانتاج ،وتوفر العمل من اجل الوصول الي الاكتفاء الذاتي .

( خضر ، Mawdoo3.com )

### استقلالية المجتمع وتولد الدولة :

ان هذه الاستقلالية لفكرة المجتمع .الملازمة لطبيعة النزعة الاجتماعية التي تركت مجالاً لنزعة العداة للمجتمع ،الي حد اقامة تعارض بين الفرد والمجتمع او اعطاء الاولوية للفرد علي المجتمع او العكس ،تكمن تقريبا في اصل كل المذاهب التي راجت حتي الان فيما يتعلق باصول الاسرة والمجتمع والدولة .

الا ان مفهوم الجماعة او الجماعة العضوية التي يعد الانسان جزء منها ، لايمكن الا ان يبدأ بالتفكك ، انطلاقاً من اللحظة التي يمتلك فيها الفرد سلطة . ويتبع ذلك انبثاق المجتمع لتجمع افراد متميز بالرغم من وجود علاقات متبادلة . ان وحدة المجتمع كتجمع لم تعد واقعا عضويا بشكل اساسي . وانما اصبحت واقعا جماعيا .ان المجتمع كتجمع يجب اذا بالضرورة ان يفرض مسبقا العقد ، اي الصك الذي بواسطته من المناسب الاجتماع في مجتمع ،بطريقة ارادية او حرة . وعليه فإن الشعب يمثل مجموع كل الافراد . ويجسد كل فرد الحقوق التي يستعملها كل الافراد والدولة ، بإسم الجميع ، الحقوق التي تستعملها الجماعة .

ومع هوبس تعرض عنصرا مفهوم العقل باختزال بليغ اخر : فالعلاقة التعاونية ،المؤسسة علي المساواة بين الفاعلين ، تختفي لصالح علاقة الخضوع .ويصبح الانسان اجتماعيا بفضل التربية وليس بطبيعته .وحالة الطبيعة هي صراع الكل ضد الكل ،انها سيطرة الاقوي ،الذي يؤمن لنفسه بالقوة مزايا وسلطات علي كل شئ علي حساب الاخرين جميعا.وبعد فترة وجيزة سيدخل حفظ الحياة والسلامة الشخصية التان يفرضهما العقل الطبيعي ،في صراع مع (الاتجاه الطبيعي لدي البشر لإيذاء بعضهم بعضا).ان العقل يتغلب بالنهاية ،وسيحول العقل دون حصول الصراعات بضمانه للفرد الوحيد، حقا مطلقا علي بعض الاشياء،ولكي يكون عقد المجتمع مضمونا ،سيخلق عقد السيطرة ،اي القبول بالخضوع للدولة، سلطة (تكون فوق الجميع )،وستكون الدولة الضامنة لملكية بعض الاموال ،وبقوتها ،التي هي فوق الحقوق التي تستعملها الجماعة ،ستمع الشخص الاقوي في الحالة الطبيعية من فرض سيطرته .وهكذا سيتطابق الحق والعقل ،وستترسخ السيطرة في الحق والعقل .

(شتا،2015،ص340\_342-)

### تعريف المجتمع علي اساس الحاجة للانتماء :

يعني ذلك تعريف المجتمع علي اساس حاجة العضاء للشعور بالانتماء ،وحاجة المجتمع لوجود اعضاء ينتمون اليه .ومن ثم فإنه يسعى لإشباع هذه الحاجة لدي اعضاءه من الافراد والجماعات الاجتماعية فبقدر شعور الافراد بالحاجة الي الانتماء لمجتمع ،تكون حاجة المجتمع لدعم انتماء الافراد اليه ،والا فقد المجتمع اهم مقومات وجوده ، وهي الخاصة المزدوجة للشعور بالانتماء تميز المجتمع البشري عن غيره من تجمعات الكائنات الحية الاخرى وفي ضوء شعور اعضاء المجتمع بالانتماء يستخدم العامة مفهوم المجتمع بمعناه العام باعتباره متضمنا للجنس البشري ككل .



وعلي اساس هذا الانتماء يمكن تفسير التجمعات البشرية وتوزيعها بين نماذج اجتماعية متميزة سلاليا وثقافيا .

### تعريف المجتمع علي اساس وظائفه الاساسية :

يميل البعض عند تعريف المجتمع للتأكيد علي وظائفه الاساسية ، ومع المجتمع وتطور ثقافته توفرت له لغته التي ساعدته مع غيرها من الوسائل المتقدمة في مجال الاقتصاد والتربية علي اداء وظائفه المتعلقة بما يلي :

\_ بتوفير سبل حماية لاجزائه

\_ وتوفير حاجاتهم الضرورية للتغذية

\_ وتنظيم التنازل

- وتمكين الناس من العيش في جماعات وتنظيمات كبيرة

- تمكين الناس من توسيع نطاق ثقافتهم باكتساب المعارف الجديدة

\_ دعم مقدرة الناس للسيطرة علي ردود فعلهم نحو التغيرات التي تحدث في المجتمع ، وتوفير الوسائل التي يستعان بها علي تحقيق الاهداف وإشباع الحاجات

- المحافظة علي قيم المجتمع ومعاييره

\_ دعم النظم الاجتماعية وتأكيد الضبط الاجتماعي بعناصره المختلفة (القانون ،  
العرف ، الدين ، .... الخ ) (شتا ، 2015، ص12-14)

### التفاعل بين الانسان و المجتمع :

علي الرغم من اننا جميعا نتاجا لبيئتنا الحضارية الي حد بعيد الا انه يوجد فينا شخصان مرا بنفس التجربة الشخصية .واكثر من ذلك فإنه لن يوجد شخصان قد ورثا

نفس التركيبات الطبيعية والعصبية من الناحية الاحيائية .وهذه الاختلافات الموروثة سوف تقود الي ردود فعل مختلفة علي العديد من العناصر في المحيط الحضاري . وهكذا فان دراسة النوع الانساني دراسة معقدة تتحرك من صفات الافراد الفريدة من نوعها الي الجوانب العامة للمجتمع لتعود ثانية الي الجوانب الفريدة عند الافراد . لذلك فمن الضروري ان تشمل سلسلة طويلة من المواضيع يختص بعضها بالمجتمعات بينما يبقي بعضها الاخر مواضيع عامة .

(حداد، 1991، ص77)

وقد اتخذ (ايرك فروم) من حاجات الانسان واشباعها في المجتمع مؤشرا لقياس صحة المجتمع وذلك ماضمه في مؤلفه بعنوان (المجتمع الصحيح) ونذكر منها :

#### الحاجة الي الاتصال :

باشباع حاجة الانسان الي الاتصال يبني جنسه يتحدد مدي صحة الانسان ومدي معاناته من المشكلات المختلفة التي تتعلق بتكيفه في المحيط الاجتماعي لمجتمعه ، ويعتمد اشباع هذه الحاجة علي اقامة جسور من العلاقات الانسانية الودية في محيط المجتمع .ويقدر مايعاني الانسان من حرمان بالنسبة لهذه الحاجة . تكون معاناته من المشكلات العديدة التي يواجهها في محيطه الاجتماعي ابتداءا بالاسرة .  
مرورا بالجماعات الخري التي يتفاهل معها مثل المدرسة، النادي ،الخ)

#### الحاجة الي الارتباط :

يشعر الانسان دائما بحاجته لان يكون مرتبطا بجماعة او بارض او بوطن . واشباع هذه الحاجة يتطلب استقراره في وطنه ، وارتباطه بجذوره واصوله الضاربة في اعماق الماضي ، ويلعب النظام السياسي دورا بارزا في اشباع هذه الحاجة .

## الحاجة للتفرد :

وهي تشير لحاجة الانسان الي الاحساس بذاتيته وبأنه يؤثر في الجماعة بقدر تأثيره بها.

## الحاجة الي اطار معرفي ( المعرفة )

للانسان حاجة لان يوجد نفسه توجيها سليما معقولا ومفهوما .وهذا يتطلب ان يكون للانسان اطاره الفكري العام ،الذي يستطيع من خلاله ان يفسر الاحداث والظواهر .اذا كان هذا الاطار الفكري يمثل حاجة من حاجات الانسان فإنه يتصل بعقيدة الانسان وديانته وبذلك يفى بهذه الحاجة النظام الديني في المجتمع .

(شتا، 2015، ص45\_46)

## المجتمع المدني :

وعلي خلاف مختلف عناصر الواقع الاجتماعي نجد ان مفهوم المجتمع المدني لم يتحدد دفعة واحدة ولكنه قطع شوطا تاريخيا طويلا ،شارك في تحديده مفكرون كثيرون حتي حث اتفاق بشأن تعريفه وتعيين حدوده .وسوف نري في استعراضنا لتاريخ مفهوم وماهية المجتمع المدني ان المفهوم اثار جدلا واسعا في كل مرحلة تاريخية ،طيلة اربعة قرون متتابة ، حتي وصل الي التحديد الذي هو عليه الان .

بداية يشير احد التعريفات الي المجتمع المدني باعتباره يتشكل من مجموعة المؤسسات المدنية التي لا تمارس السلطة ،ولاتستهدف ارباحا اقتصادية ،بل تساهم في صياغة القرارات من خارج المؤسسات السياسية ،ولها غايات نقابية كالدفاع عن مصالحها الاقتصادية والارتقاء بمستوي المهنة والتعبير عن مصالح اعضائها ،كما ان لها اغراض ثقافية كما في اتحادات الكتاب والمتقنين والجمعيات الثقافية والاندية الاجتماعية التي تهدف الي نشر الوعي ،تعريف اخر يعرف المجتمع المدني باعتباره

يتشكل من مجموعة التنظيمات التطوعية الحرة التي تملأ المجال بين الأسرة والدولة لتحقيق مصالح أفرادها ، ملتزمة في ذلك بقيم ومعايير الاحترام والتسامح والادارة السليمة للتنوع والاختلاف .

وفي تعريف ثالث يعرف المجتمع المدني باعتباره يتكون من الابنية السياسية والاقتصادية والثقافية والقانونية التي تنتظم في اطار شبكة معقدة من العلاقات والممارسات بين القوي والتكوينات الاجتماعية في المجتمع . يحدث ذلك بصورة دينامية مستمرة من خلال مجموعة من المؤسسات التطوعية التي تنشأ وتعمل باستقلالية عن الدولة .

وهناك تعريف رابع للمجتمع المدني يري ان مقصود بالمجتمع المدني ,كما يستخدم اليوم ،تلك الشبكة الواسعة من المنظمات التي طورته المجتمعات الحديثة في تاريخها الطويل والتي توازي عمل الدولة . وإذا شبهنا الدولة بالعمود الفقري ، فالمجتمع المدني بهذا التحديد الأخير هو تلك الخلايا التي تتكون منها الاعضاء ،والتي ليس للجسم الاجتماعي حياة بدونها ،فليس هناك اي شكل من العداة بينها ولا إختلاف في طبيعة الوظائف ،وإن كان هناك إختلاف في طبيعة الادوار .

وفي تعريف خامس يحدد المجتمع المدني بإعتباره يتشكل من مجموعة من المؤسسات والفعاليات والانشطة التي تتحل مركزا وسطا بين العائله بإعتبارها الوحدة الاساسيه التي ينهض عليها البينيان الاجتماعي والنظام القيمي في المجمع من ناحية والدوله و اجهزتها ذات الطبيعة الرسميه من ناحية اخرى بمعنى انه يضم بشكل عام كل التنظيمات الخاصة المرتبطه بالدوله وخارج إطار العائبة.

وهناك تعريف سادس يقصر المفهوم على البني الحديثه التي تشكل اجمل المجتمع المتمدن وفي هذه الحالة يعرف المجتمع المدني بأنه مجمل التنظيمات غير الارثيه

وغير الحكوميه التي تنشأ لخدمة المصالح او المبادئ المشتركة لأعضائها وبأنه ذلك المجتمع الذي تنتظم فيه العلاقات بين افراده على اساس الديمقراطية بمعنى انه المجتمع الذي يمارس فيه الحكم على اساس اغلبيه سياسيه حزبيه تحترم فيه حقوق المواطن السياسيه والاجتماعيه ولاقتصاديه والثقافيه في حدها الادني على الاقل .

(ليلة ، 2013، ص18)

### المجتمع المحلي:

بالرغم من وجود عدة تصنيفات للمجتمع ومنها مثلا من يقسمه الي مجتمع الاجهزة ، مجتمع محلي ، مجتمع قومي ، او تقسيمه الي مجتمع محدود ومجتمع غير محدود ، وثالث يقسم الي مجتمع كبير ، ومجتمع صغيرورابع يقول ان المجتمع مغلق او منفتح الا اننا نميل الي الاخذ بالتقسيم الذي يقول ان للمجتمع ثلاثة مستويات من الاكبر الي الاصغر وهي المجتمع العالمي ويشمل جميع افراد الجنس البشري والمجتمع الاقليمي اي الذي يجمع بين افراده موقع علي جوانب البحار مثل اقليم البحر المتوسط وغيره ثم المجتمع القومي مثل المجتمع المصري او الليبي الخ واخيرا المجتمع المحلي حيث يعرف المجتمع المحلي سواء اكان قرية او حضر بانه عبارة عن جماعة من الناس يتميزون بخاصييتين رئيسيتين هما:

(أ) - يستطيع الفرد فيه اكتساب خبرات وسلوك اكثر حيوية واهمية بالنسبة له .

(ب) - يشعر الافراد المنتمون اليه بشعور خاص بالانتماء ، وايضا بالشعور

بعضويتهم التي تحميهم .

ويعرف المجتمع كذلك بانه مجموعة من الناس يحتلون بقعة من الارض ويربطهم معا نظام عام من القواعد التي تنظم حياتهم وتحدد الصلات بينهم ،علي الا يمنع يكون المجتمع المحلي جزءا من مجتمع محلي اكبر، ويعرف المجتمع المحلي كذلك

بانه صورة من صور الوعي الذاتي بالوحدة الاجتماعية وهو البؤرة التي يتضح من خلالها التماثل والتطابق بين الجماعات ،وهو اطار جغرافي ووحدة اقتصادية مميزة ،بحيث يتحقق لاعضائه رغباتهم واحتياجاتهم (غريب

،2009،ص21\_22)

يتضمن المجتمع نماذج محلية مختلفة منها القبيلة والقرية واحياء المدينة ويعرف المجتمع المحلي بأنه :

مجموعة من الافراد يقيمون في منطقة او بيئة محدودة النطاق ، وبذلك يشير المجتمع المحلي لمجموعة محدودة من الناس تستقر في بيئة معينة ،وتقوم فيما بينها عاطفة المجتمع المحلي التي توجد بين افراد الجماعة ،اضافة الي شبكة العلاقات المحلية التي تجعل كل منهم يتعرف علي الاخر .

ومن ثم يمكن ان تكون الجماعة المحلية صغيرة مثل القبيلة ،ويمكن ان يكبر حجمها لتكون قرية او مدينة او امة باكملها ، علي ان يشارك افراد الجماعة بعضهم في طريقة حياة معينة .وبذلك يكون اهم خصائص المجتمع المحلي ان الافراد يستطيعون العيش وتحقيق حياتهم بكاملها داخل نطاقه .

وفي ضوء ذلك يتسم المجتمع المحلي بمجموعة من الخصائص المتمثلة في :

الاستقرار في بيئة محددة المعالم والنطاق

ان ينهض نظام المجتمع علي شبكة من العلاقات المحلية

ان يشترك الافراد في اوجه نشاط المجتمع المحلي

ان يكون للمجتمع المحلي تكوينه المميز من حيث القواعد المنظمة لسوك الافراد

والعلاقات المتبادلة فيما بينهم

وان اساس العلاقات المتبادلة فيما بينهم

وان اساس العلاقات الاجتماعية بداخله

الصدقة

والقرابة

والجيرة

وبذلك يشير المجتمع المحلي لمجموعة من الناس تستقر في بيئة محلية معينة، وتقوم بينهم عاطفة المجتمع المحلي، ونمط العلاقات المحلية حيث يتواجد الافراد مع جماعاتهم، اضافة الي وجود شبكة العلاقات الاجتماعية التي تجعل كل واحد من اعضاء الجماعة يتعرف علي الاعضاء الاخرين . وقد تكون الجماعة المحلية صغيرة مثل القبلية، وقد تكون كبيرة الحجم كالقرية او المدينة او الامة باكملها .

(شتا، 2015، ص22\_23)

## المبحث الثاني

### النسيج الاجتماعي

النسيج الاجتماعي :

الحياة الاجتماعية في اي مجتمع تؤلف في الحقيقة نسيجا متماسكا من العلاقات المتداخلة

والبناء الاجتماعي والنسيج الاجتماعي كمفهوم واصطلاح يرجع الي علماء الانثروبولوجيا الاجتماعية. (ابو زيد ، 2011 ، ص12)

(وهو دراسة مختلف جوانب البشر في المجتمعات الماضية والحاضرة نحتت الكلمة من كلمتين يونانيتين هم (anthropol ومعناها الانسان)(logy ومعناها علم)وعليه فان المعني اللفظي لاصطلاح الانثروبولوجيا (anthropology) هو علم الانسان.

( Wikipedia .com )

فقد كان مونتسكيو يعتقد ان كل مظاهر الحياة الاجتماعية تؤلف وحدة متماسكة منسجمة رغم ما بينها من تفاوت اختلاف. (ابو زيد ، 2011، ص20)

ثم وصلت الفكرة الي ذروتها في تفكير العالم الفرنسي اميل داركايم ( Emile Durkheim)

وبخاصة في معالجته موضوع موضوع (الحقائق الاجتماعية ) التي تمتاز بعموميتها وقدرتها علي الانتقال من جيل لآخر وقدرتها ان تفرض نفسها فرضا علي المجتمع.



(فأفراد المجتمع يعيشون يعيشون في نفس الاطار من النظم القانونية والسياسية والاقتصادية ،وكل تلك الاشياء تؤلف بناء له درجة معينة من الثبات والاستقرار ،بمعني انه يستمر في الوجود فترات طويلة من الزمن يحتفظ خلالها باهم مقوماته التي تنتقل من جيل الي جيل .اما الفرد فانه يمر فقط خلال ذلك البناء الذي يجد نفسه فيه فالبناء لم يولد معه ولن يموت بموته ). (أبوزيد، 2011، ص 21)

كذلك يتضمن مفهوم البناء الاجتماعي التمايز القائم بين الافراد والطبقات بحسب أدوارهم الاجتماعية باختلاف المركز الاجتماعي بين الرجل والمرأة أو بين الرئيس والعام هاو بين صاحب العمل والعمال أمر لا يقل أهمية في تحديد العلاقات الاجتماعية عن اختلاف العشيرة أو الدولة التي ينتمي إليها.

فإن البناء الاجتماعي يشمل الرموز الاجتماعية التي تتمتع بدرجة عالية من القدرة على البقاء في الزمن لفترات طويلة مثل الامم والقبائل والعشائر وغير ذلك من الجماعات التي تستطيع ان تحتفظ بذاتها وكيانها كجماعات متميزة على الرغم مما يطرأ على اعضائها من تغيرات. (أبوزيد، 2011، ص 25-26)

والواقع ان هذا التميز يرتبط ارتباطا شديدا بفكرة استمرار البنا الاجتماعي في الزمان وبخاصة في المجتمعات الثابتة نسبيا" فاستمرار البناء الاجتماعي هو استمرار ديناميكي يشبه استمرار البناء العضوي للكائن الحي الذي يتجدد بدون انقطاع مادام حيا" فالعلاقات الواقعية بين الشخاص وكذلك بين الزمر الاجتماعية تتغير من حين لآخر بل ومن يوم لآخر نتيجة لما يطرأ على المجتمع من تغيرات في السكان عن طريق الولادة والهجرة والموت والزواج والطلاق.

(أبوزيد، 2011، ص 27)

لابد من وجود درجة معينة من الاطراد والاتساق في الحياه الاجتماعية وتوفر نوع من التنسيق في المجتمع والا استحال على اعضاءه العيش معا" فالناس لا يستطيعون في الواقع الانصراف الي شؤنهم الا لانهم يعرفون نوع السلوك الذي يترقبه الآخرون منهم وكذلك نوع التصرفات التي يتوقعونها هم انفسهم من الآخريين في مختلف مواقف الحياه الاجتماعية كما انهم ينظمون نشاطهم تبعا" لقواعد مرسومة وحسب قيم معينة متعارف عليها ولكل مجتمعه صورته او نمط معين يسمح لنا بان نتكلم عنه على انه نسق او بناء يعيش فيه افرادة وينزلون على مستلزماته واستخدام كلمة بناء بهذا المعنى يتضمن وجود نوع من التماسك والتوافق بين اجزائه الى الحد الذي يمكن معه تجنب التناقض الصارف او الصراع المكشوف .

يعتبر البناء الاجتماعي هو مجموعه العلاقات التي تقوم بين الزمر الاجتماعية التي تتمتع في العادة بدرجة عاليه من القدرة على البقاء والاستمرار في الوجود.

(أبوزيد، 2011، ص 30-31)

كذلك يتطلب مفهوم البناء الاجتماعي ارتباط هذه الجماعات بعضها ببعض ارتباطا" وثيقا" منتظما" بحيث تؤلف نسقا" System واحدا" متماسكا".

(أبوزيد، 2011، ص 33)

ان البناء الاجتماعي الكلي لاي مجتمع من المجتمعات عبارته عن نسق من الابنيه المنفصله المتمايزه التي تقوم بينها رغم تمايزها وانفصالها علاقات متبادله مثل البناء القرابي والبناء السياسي والبناء الاقتصادي فرغم كل ما يقال عن امكان التمييز بين الحياه القرابيه والسياسيه والاقتصاديه في المجتمع القبلي فانها كلها ترتبط بعضها ببعض وتقوم بينها علاقات متشابهه هي التي تعطي المجتمع وحدته البنائيه ويضم كل بناء من هذه الابنيه الجزئيه عددا من النظم الاجتماعيه التي تؤلف في ما بينها

وحده متماسكه متكامله ايضا وعلي ذلك فلن يتيسر فهم ابناء الاجتماعى الا بدراسة هذه الابنيه الجزئيه التي تتداخل وتتفاعل بعضها مع بعض .

(أبوزيد، 2011، ص 34 )

اذ لابد لنا من ان ننظر الي البناء الاجتماعى ليس علي انه نسق من العلاقات او انواع الروابط الموجودة بين الناس وفعالهم فحسب ،بل وايضا علي انه نسق من المعايير .اي انه يمكن اعتبار البناء الاجتماعى جزءا او مظهرا هاما لما يمكن تسميته بنسق القيم ، ولكنه لا يؤلف ذلك النسق كله ومن الضرورى ايضا ان ندرك ان توقعات الناس عن تحقيق هذه المعايير ترتبط بنسق المعايير الخلقية داته وان كان يمكن تمييزها عنه . ومادما لاننظر الي البناء الاجتماعى علي انه مجموعة من العقد (اي الناس ) التي تضمها خيوط النسيج الاجتماعى (اي العلاقات الاجتماعيه )

وانما ننظر اليه علي انه مجموعة من الحالات الدهنية الاساسية المترابطة التي تتعلق بسلوك الافراد بعضهم ازاء بعض .

فواضح ادن ان الحية الاجتماعيه لا تنتظم بدون توفر درجة معينة من الاتساق و الاطراد والتوافق ،وانه لابد من وجود انماط معينة من القواعد وانواع معينة من القيم التي تتحكم في انماط السلوك بحيث يمكن للفرد ان يتوقع من الاخرين سلو كا معيننا بالدات في موقف معين بالدات لان هذا السلوك تمليه القواعد والقيم من ناحية كما ان الفعل الاجتماعى يقاس بالنسبة اليها من الناحية الاخرى .

(أبوزيد، 2011، ص 41-42 )

ومهما يكن من شي فان مفهوم البناء الاجتماعى يتضمن وجود مبادئ اساسين ومتكاملين :الاول :هو مبدا الاستمرار في الزمن ،ويصدق ذلك علي الجماعات

وعلى العلاقات الاجتماعية التي تؤلف البناء الاجتماعي فالجماعات الكبيرة التي تحتفظ لعدة اجيال بكيانها وبهيكلها العام ونظام تقسيماتها الداخلية وبنمط علاقاتها بعضها ببعض تعتبر وحدات بنائية في نظر كل علماء الاجتماع والانثربولوجيا بغير استثناء ،ودلك بعكس الزمر الاجتماعية المؤقتة او السريعة الزوال التي يتفق معظم العلماء على اخراجها من البناء الاجتماعي .

والمبدأ الثاني : هو ان العلاقات الثابتة المستمرة التي تقوم بالضرورة بين الجماعات المتماسكة التي ينقسم اليها المجتمع تتخذ شكل انساق ونظم تلعب دورا هاما في الحياة الاجتماعية ،او بقول اخر تؤدي وظيفة اجتماعية معينة كما هو الشأن في علاقات القرابة والعلاقات الاقتصادية .

(أبوزيد، 2011، ص 63-64 )

## المبحث الثالث

### القبلية والجهوية

القبيلة:

تعني القبيلة في رأي بيج عدداً من الناس ينتمون إلى أصل مشترك كما يشتركون في ملكية منطقة في الأرض أو تقوم بينهم صلات القرابة ويتكلمون لغة واحدة أو لهجة واحدة وتنقسم القبيلة في العادة إلى عدد من العشائر وتنقسم العشيرة إلى جماعات كل جماعة منها عبارة عن عائلة أو عائلتين أو ثلاث.

(الفوال 1983م ، ص 89)

عموماً أن القبيلة تأتي على رأس التنظيم الإجتماعي للمجتمعات البدوية وأنها كالأسرة ظاهرة عالمية تكاد تكون موجودة في معظم هذه المجتمعات. المهم أن القبيلة كتنظيم هي أصلاً مجتمع إقتصادي وسياسي وإداري وقضائي ويرأسها أمير أو شيخ المشايخ وهو الرئيس الأعلى لجميع الفروع الأساسية والثانوية للقبيلة وسلطة هذا الرئيس وراثية في معظم الأحوال وترتكز على العصبية.

(الفوال 1983م ، ص 92)

يشير مصطلح " القبيلة " إلى كيان اجتماعي حامل للقيم ورابطبين الجماعة يوفر لها الحماية والمصالح .. أما مصطلح " القبالية " فهو ينطوي على عصبية، حيث يصبح مدلول هوية، ليعطي عضو القبيلة إحساسا وإدراكا بأنها تشكل له هوية تغطي على الهويات الأخرى بما فيها

الهوية الوطنية . فتغدو نزعة، بل تشكل لأعضائها تصورا بوجود حدود اجتماعية وحدتها الأساسية القبيلة . وتجتمع القبيلة على قلب رجل واحد للوقوف في وجه

خطر يهددها، تدفعها إلى ذلك غريزة البقاء، أو السعي للمحافظة على وضعها في مواجهة القبائل والجماعات الأخرى . وتكون القبيلة أكثر حساسية حينما تكون

أقلية في مجتمع تسيطر عليه قبائل أخرى . وإن كانت التضاريس الطبيعية عاملا مساعدا في إقامة الحدود بين القبائل، وبالتالي ضعف التواصل بينها الأمر الذي يخلق بيئة مواتية لأسباب النزاع ومن ثم الصراع،

بيد أن قبائل السودان لم تكن تعاني من هذه السلبية، إذ إن المنطقة الواقعة بين أسوان شمالا والنيل الأبيض جنوبا، وبين البحر الأحمر شرقا ودولة تشاد غربا ظلت متصلة اتصالا قويا ببعضها البعض، وأدى ذلك إلى عمق التواصل والصلات بين كل سكان السودان، وبرزت مظاهر تلك الصلات الوثيقة والتي دامت آلاف السنين في الجذور والقواسم المشتركة بين كل قبائل السودان الحالي . لكن الصراع هو القانون الطبيعي الذي يحكم الحياة، والقبائل والتجمعات البشرية على مر التاريخ ظلت تعيش صراعات حول الأرض والماء والكلأ، ولذا فإن مفهوم الصراع يشمل وضع اجتماعيا، يحاول فيه طرفان على الأقل، الحصول على مجموعة من نفس الموارد المادية أو المعنوية، وفي نفس اللحظة، أو تحقيق أهداف ومصالح متناقضة في لحظة واحدة . وتكون هذه الموارد أو الأهداف غير كافية لإشباع نهم هذه الأطراف .

ولسوء الحظ فقد أخذ الصراع القبلي في السودان يرتبط ببنية الدولة ونظامها السياسي، وبالضرورة بخطابها السياسي . فتحول النزاع الاجتماعي إلى صراع مسلح . ويبقى النزاع ظاهرة قابلة للتطور وصولا إلى حالة الصراع ( النزاع المسلح ) بفعل الخطل السياسي، إذ يغدو ظاهرة ومعضلة تتجاوز طبيعة النزاع القبلي التقليدي، الذي يتم احتواؤه عادة بالأعراف القبلية وما يعرف في السودان بنظام الإدارة الأهلية . لقد عملت التدخلات السياسية على تسييس القبيلة، مما أحدث استقطابا سياسيا وتوظيفا للصراع القبلي في اتجاهات عديدة، وأيقظت عودة الجهوية ما كان نائما من فتنة الصراع القبلي الدامي في أرجاء عديدة من البلاد، فكانت على سبيل المثال بدعة مجلس شورى القبيلة، فنشط الإحساس القبلي لدى الأجيال الجديدة غير التقليدية، ولم تعد مؤسسة القبيلة التقليدية صاحبة النفوذ الواقعي موجودة . " فهو إذن إحساس قبلي تتولى كبره مؤسسة حديثة وليست تقليدية، مؤسسة من غير أعراف وتقاليد مركوزة تضبط سلوك الأفراد والجماعات مع بعضها البعض من ناحية ومع

القيادات من الناحية الأخرى . وبالتالي أصبحت القبيلة لا هي منظمة جديدة بقواعد حديثة، ولا هي تقليدية، بتقاليدها التليدة . ومن الطبيعي أن تغيب عنها مميزات الطرفين، إحساس من غير ولاء لا يمكن أن ينضبط بقواعد قد لا يكون مقتنعا بها . والنتيجة المركبة فوضى في النشاط السياسي المليء بالأحزاب السياسية القبلية وبالقبائل الحزبية . فالتدخل السياسي أدى إلى إضعاف " مكونات " المجتمع فانهارت عناصر الضبط الاجتماعي . وكل ذلك يحدث في ظل مناخ سياسي مضطرب ينتشر فيه السلاح بشكل فوضوي . وبغياب الحكم الرشيد، أصبحت انتخابات المحليات على سبيل المثال - وهي وحدات إدارية صغيرة داخل الولاية- تتم على أساس قبلي، وأصبح محرما على أفراد القبائل الأخرى الفوز في مجال القبيلة صاحبة الغلبة العددية على الأرض، بل وصل الاستقطاب القبلي لدرجة تقسيم وظائف الحكومة المحلية من مديرين للمؤسسات والشركات الحكومية، بل حتى توزيع حصص المواد الغذائية على التجار تراعى فيه القبلية . ونتيجة لذلك تسللت القبيلة إلى مؤسسات الدولة وأصبح الأداء أداء القبيلة لأفرادها

( Jazeera.com )

## الفصل الرابع

### الاجراءات المنهجية للدراسة

أولا : مجتمع البحث

ثانيا : الاجراءات المنهجية للدراسة

ثالثا : عرض وتفسير البيانات

رابعا : النتائج

خامسا: التوصيات

سادسا : المصادر والمراجع

سابعا : الملاحق



## مجتمع البحث

أ/ مجتمع ولاية النيل الأبيض:



خريطة رقم "1" توضح موقع ولاية النيل الأبيض

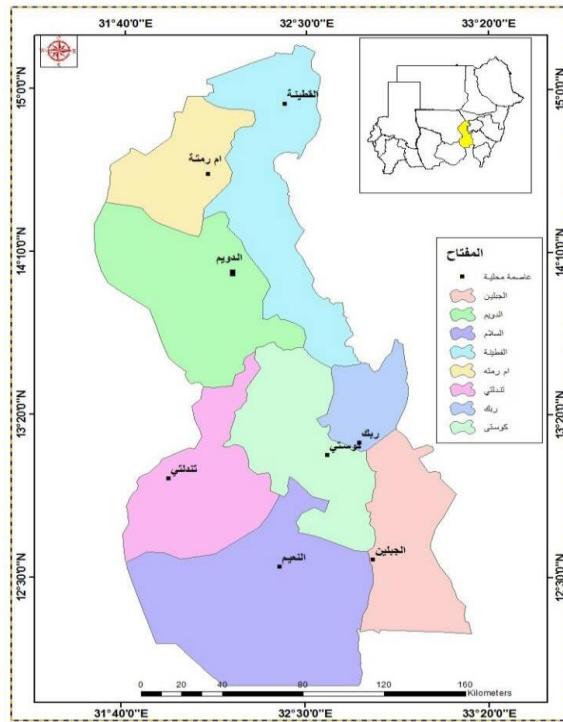
### المصدر: الموسوعة الحرة

ولاية النيل الأبيض وعاصمتها مدينة ريك تتوسط ولايات السودان وتتمتع بمساحتها الشاسعة التي تبلغ ( 30.411) كيلو متر مربع وتقع بين خطي عرض ( 12\_13,30) درجة شمالا وخطي طول ( 30,33\_31 ) درجة شمالا ويمر عبرها النيل الأبيض من جنوبها الي شمالها يقسمها الي نصفين غرب النيل وشرقه وهي ملتقى طرق رئيسية بين شرق السودان وغربه وشماله وجنوبه فهي ملتقى طرق مائية عبر النيل الأبيض وطرق بريه بين شرق البلاد وغربها وطرق حديديه ،تجاور ولاية النيل الأبيض ست ولايات ولاية الخرطوم شمالا ومن الشرق ولاية الجزيرة وسنارومن الغرب ولاية شمال كردفان وولاية جنوب كردفان من الجنوب الغربي ومن الجنوب حدود دولة الجنوب، يسود الولاية المناخ الجاف وشبه الجاف حيث تتراوح الامطار ما بين 300مليمترا في شمال الولاية واكثر من 600 مليمترا جنوبها ، التربة شمالا

وجنوبا شرقا طينية متشققة وفي الغرب تسود التربة الرملية الثابتة والمتحركة تتخللها اراضي طينية كما توجد فيها كثبان رملية السطح عموما منبسطة وان كان لا يخلو من التعرجات في الاراضي الطينية وتمثل سهول النيل الابيض الفيضية جزءا هاما من مظاهر السطح . (الموسوعة الحرة )

تأسست ولاية النيل الابيض عام 1994 إبان الحكم اللامركزي لحكومة الانتقاذ ، مجتمع النيل الابيض متعدد الاعراق والاجناس والسحنات والقبائل الاصول والفروع بالحل والترحال ويزداد وينقص هذا المجتمع ويتأثر تكوينه ،ويمكننا القول ان الولاية عبارة عن خليط لاغلب مجتمعات السودان .

(هارون ، 2009 ، ص1)



خريطة رقم "2" توضح التقسيم الاداري لمجليات ولاية النيل الابيض

المصدر : (وزارة الثقافة والاعلام والسياحة - ولاية النيل الابيض)

## قبائل النيل الابيض :

### قبلية الكواهلة:

الكواهلة منسوبون إلى بني كاهل بن أسد بن خزيمة بن مدركة، وينسبون أنفسهم إلى الزبير بن العوام بينما ينسبهم النسابة السودانيون إلى المجموعة الجهنية اليمينة وقد نزح الكواهلة إلى السودان في القرن الرابع عشر الميلادي.

(قاسم 1990، ص 45)

ويتفرع من قبلية الكواهلة بطون وافخاذ وهي :

الحسانية . الحسنات . العميرية . القشقشاب . النمراب . المهلاب . الجمالاب . العكداب .  
الويساب . الشقيلاب . العرواب . الوغداب . العمرناب . القريناب . الشهناب . الدابلاب .  
العوضاب . عطالاب . الجغيناب . الزويناب . الكيساب . الجهيناب . المحمدية . الوالية .  
الجميلية . الصليحية . المغاوير . الشمخية . الحمران . العقلين . الزرانخة . جوداب .  
الشويحات .

(هارون ، 2009، ص 9-10)

### الجعافرة :

عرب ينتسبون إلى جعفر بن ابي طالب الطيار، وينسبهم آخرون إلى جعفر الصادق وقد هاجروا إلى مصر في القرن العاشر، وكانوا في أيام المؤرخ بن خلدون في المنطقة بين أسوان وقوص مع أبناء كنز الدولة، أهم حرفهم التجارة وينتسب إلى هؤلاء جعافرة السودان، والجعافرة منتشرون في أنحاء كثيرة في السودان على النيلين الأزرق والأبيض والجزيرة والخرطوم وغيرها.

(قاسم 1990، ص 54)

وقد هاجروا من صعيد مصر الي السودان وفروعهم هي :الزهارين . والقرعاب (لانهم اشتهروا بزراعة القرع في السودان ) . الزهاناب . الحرياب . العشرياب . الكوبانية (وهم قلة في النيل الابيض ، ويتمركزون علي شاطئ النيل الابيض الشرقي في الدنيقيلة والقراصة).

(هارون ، 2009، ص9-10)

### نظارة البقارة:

في جنوب النيل الابيض وتتكون من القبائل التالية

1. جمع 2. دار حامد 3. الاحامدة 4. الشنخاب 5. سليم 6. بني جرار 7. التعايشة 8.
- العبيساب 10. نزي 11. الصبحة 12. اللحويين 13. دويح 14. الجعافرة (ص10)
15. الفلاتة : وفروعهم هي : ابا. اكا (ويتمزون بان لهم لغتهم الاصل العربية وقليل منهم في لسانهم رطانة (اي لهجة محلية ) فوطا (لو . يريروا. ابائن . كنما وهؤلاء ابناء مؤمن ) جويا . اولاد يحي . اولاد الشيخ . اب اتامنة . اولاد عيش . الصبحانية . امبررو . اودا . سنكرا . ويلا . مهرية . داب انكو . بوى . دوقا . سابو . ملي . كيسو . اسوئن . سندكا . واوراه . فتوما . حافون .

(هارون ، 2009، ص11)

### مدن النيل الابيض :

مدينة ود الزاكي ، مدينة الدويم ، مدينة القطينة ، مدينة الكوة ، مدينة ام جر ،مدينة الجبلين ، مدينة الجزيرة ابا ، مدينة كوستي ، مدينة ريك ، مدينة تتدلتي

(هارون ، 2009، )

## الصراعات القبلية بالولاية :

المصالحات التي تمت خلال عامي 2014-2015م الموجودة في سجلات الشرطة والتي أجرتها لجان الصلح المحلية كآآتي :

1/ نزاع داخلي في قبيلة الوغداب بمنطقة الجبلين بتاريخ 2014/4/14م برقم البلاغ (72) تحت مادة القانون (130 ق.ج) أسباب الصراع الزراعة تاريخ الصلح 2015/8/5م مؤتمر صلح واحد أجرته لجنة أمن المحلية والإدارات الأهلية.

2/ نزاع بين الكبابيش والشويحات بمنطقة الدويم بتاريخ 2014/5/13م رقم البلاغ (33) تحت مادة القانون (130 ، 139 ، 77 ق.ج) أسباب الصراع الزراعة تاريخ الصلح 2015/4/24م مؤتمر صلح واحد أجرته لجنة أمن المحلية والإدارات الأهلية.

3/ نزاع بين كنانة والكواهلة موقع الصراع كوستي بتاريخ 2014/6/8م رقم البلاغ (992 ق.ج) تحت مادة القانون (130 ، 139 ق.ج) أسباب النزاع أرض زراعية وأخذ ثأر ، مؤتمر صلح واحد أجرته لجنة أمن المحلية والإدارات الأهلية.

4/ نزاع بني جرار والجوامعة بمنطقة تندلتي بتاريخ 2014/6/18م رقم البلاغ (1212) تحت مادة القانون (130 ، 139 ، 77 ق.ج) أسباب الصراع المرعى وتاريخ الصلح 2015/1/31م ، مؤتمر صلح واحد أجرته لجنة أمن المحلية والإدارات الأهلية.

5/ نزاع داخلي في قبيلة الكرطان بمنطقة الدويم بتاريخ 2015/6/3م رقم البلاغ

(60/59 ، 61/62) تحت مادة القانون (139 ، 142 ق.ج) أسباب الصراع أراضي زراعية وتاريخ الصلح 2015/11/19م ، مؤتمر صلح واحد أجرته لجنة أمن المحلية والإدارات الأهلية.

6/ صراع داخلي في قبيلة دويح بمنطقة الدويم بتاريخ 2015/6/7م رقم البلاغ (33) تحت مادة القانون (142، 139 ، 77 ، 144 ق.ج) أسباب الصراع الزراعة تاريخ الصلح 2015/7/13م ، مؤتمر صلح واحد أجرته لجنة أمن الولاية ولجنة أمن المحلية والإدارات الأهلية.

7/ نزاع بين قبيلتي شخاب و أحامدة موقع الصراع محلية السلام بتاريخ 2015/11/16م رقم البلاغ (751) تحت مادة القانون (130 ق.ج) أسباب الصراع التعدي على الزراعة ، تاريخ الصلح 2016/2/24م مؤتمر صلح واحد أجرته لجنة أمن المحلية والإدارات الأهلية.

### الملاحظ الآتي :

1. أن أكثر المحليات للنزاعات القبلية في الفترة من 2002 – 2016 هي محلية ريك بعدد " 7 " نزاعات مختلفة .
  2. تليها محلية السلام وعدد نزاعاتها " 6 " .
  3. تليها محلية تندلتي بعدد " 4 " نزاعات ثم تليها محلية الدويم بعدد " 3 " من النزاعات ثم تليها محلية ثلي بنفس العدد وأخيرا محلية القطينة بنزاع واحد .
- أكثر المحليات التي تمت بها المصالحات هي محلية تندلتي عدد 6 مؤتمرات صلح .
  - تليها محلية الدويم بعدد " 5 " مؤتمرات للصلح .
  - تليها محلية الجبلين بعدد " 3 " مؤتمرات للصلح.

- تليها محلية كوستي ، قلي ، السلام بعدد مؤتمر واحد.
- ان لجنة امن الولاية تتدخل في بعض البلاغات للصالح خاصة اذا كانت بين ولاية أخرى مثال : شمال كردفان .

معظم المصالحات تتم بواسطة لجنة امن المحلية مع الادارة الاهلية.

من خلال الإحصائيات للنزاعات القبلية بالولاية من الفترة 2002م – 2016م

تتلخص أهم الأسباب التي تؤدي للنزاعات القبلية في الآتي:

1. النزاعات حول الأراضي الزراعية وحدودها لكل محليات الولاية وخاصة المحليات الطرفية والزراعية في الخريف.
2. النزاعات حول المراعي كذلك بالمحليات الطرفية مثال مراعي الباجا بمحلية الدويم والسلام ام رمتة خاصة في فصل الخريف.
3. التعدي على الأراضي الزراعية من قبل الرعاة التي عادت من دولة الجنوب بعد الانفصال بزعم أن تلك الأراضي ملك لهم سابقاً.
4. تحركات القبائل الرعوية من شمال كردفان إلى المراعي الشمالية الغربية من الولاية (ساحة الباجا في فصل الخريف) مما يزيد من إندلاع النزاعات مع القبائل الموجودة أصلاً التي تمارس الزراعة والرعي في الباجا في آن واحد. وفي فصل الخريف من كل عام تزداد النزاعات القبلية.
5. تحركات القبائل الرعوية بمواشيهم من الشرق إلى الغرب أو الجنوب بحثاً عن المراعي الغني يسبب في كثير من الأحيان إحتكاكات بين المزارعين مما يؤدي إلى النزاعات.
6. النزاع في موارد المياه وقلتها في الحفائر والخزانات والآبار لاسيما في فصل الصيف.

7. الأمية والجهل وضعف الوازع الديني.
  8. النزاعات حول الأراضي السكنية والحيكورات ومحاولة القبائل وبعض الأفراد للإستحواذ على الأراضي وإبعاد الأقليات الذين يقطنون بها.
  9. مشاكل العرض والشرف.
  10. هذا فضلاً عن تخطيط المشاريع الزراعية للشركات والمستثمرين الأجانب والوطنيين مثل مشروع سكر النيل الأبيض ومشروع سكر قفا ومشروع سكر سابينا وبالإضافة إلى المناطق المقترحة للتنقيب عن البترول في محلية السلام وهذا خصماً على المناطق الزراعية والرعية في معظم محليات الولاية وبالتالي تسعى القبائل والسكان للإستحواذ على الأراضي طمعاً في التعويضات.
  11. وكان لإنفصال الجنوب أثراً كبيراً حيث فقدت معظم القبائل والسكان الأراضي الزراعية والمراعي بالجنوب وعادت تبحث عن المراعي والأراضي الزراعية والسكنية وهذا يولد النزاعات والمشاكل القبلية.
- المقترحات والحلول لمعالجة ظاهرة النزاعات القبلية بالولاية من وجهة نظر الشرطة تتمثل في المحاور الآتية:

1. المحور التوعوي للمواطنين بكل محليات الولاية بالمشكلة:
  - أ- المنابر الإعلامية المتاحة.
  - ب- منابر الأئمة والداعاة بالمساجد والخلوي.
  - ج- الصحف والسيارة.
2. محور دور الإدارات الأهلية في توعية المواطنين بعدم أخذ الحق بالقوة في أي حالة من حالات التعدي على الأراضي الزراعية أو السكنية من قبل أي شخص أو قبيلة أخرى إلا بعد اللجوء للقانون.



3. محور أثر لجنة الولاية ولجان أمن المحلية الهامة في عقد التصالحات في حالة وقوع جرائم النزاعات القبلية.
4. محور أثر لجان الصلح في متابعة التصالحات التي إنعقدت وإستمراريتها وصمودها وإيفاء كل الأطراف بمسؤوليتها تجاه الصلح.
5. محور أثر اللجان المجتمعية ومنظمات المجتمع المدني بالولاية ومحليات بعقد المؤتمرات والسمنارات والورش.
6. محور أثر فتح المسارات بالمشاريع الزراعية بواسطة مختص من إدارة المساحة بوزارة الزراعة قبل وقت كافي للمحافظة على تركها مفتوحة لحركة الرعاة ومواشيهم مما يحد من النزاعات.
7. محور أثر المحافظة على المساحات والفضاءات التي تشكل مراعي طبيعية بالولاية وعدم توزيعها أو تحويلها لمشاريع زراعية مهما كانت الأسباب والمبررات. لأن ذلك يعد من أهم أسباب النزاعات بين المزارعين والرعاة.
8. محور أثر تأمين المشاريع الزراعية بواسطة قوات الشرطة في أماكن النزاعات لبسط الأمن والسلام وهيبة الدولة والقانون.

(رئاسة شرطة ولاية النيل الأبيض ، 2016

ولاية النيل الأبيض هي ولاية تضم مجموعة كبيرة من القبائل وهي تمثل السودان المصغر توجد صراعات بها ولكنها ليست الصراعات الموجودة في بقية الولايات وفي الساحة السودانية ولكنها للأسف تبدأ صراعات بين شخص او شخصين في الأسرة الواحدة او القبيلة الواحدة وتأخذ أبعاد على مستوى القبائل وعلى مستوى الولاية ما يحمّد لمجتمع النيل الأبيض انه حتى اللحظة لم يصل الصراع إلى القبلية المزعجة ، بمحلية كوستي وهي واحدة من المحليات المهمة في الولاية وفي الفترة التي عملت بها كمعتمد لمدة عام حصلت مجموعة من المشاكل والصراعات القبلية

بدأت كمشكلات أسرية وانتهت قلبية في إطار قبيلتين أو ثلاثة قبائل وأيضاً مشكلات في إطار المرعى والحمد لله تم احتواءها عبر السلطات المحلية على مستوى الولاية وانتهت الى القضاء ليفصل فيها , ان أسباب المشكلات إما على المرعى او الزراعة او خلاقات شخصية تتطور لتصبح قبلية .

إن أهم الحلول لمثل هذه المشكلات هي التوعية في المقام الأول فإذا أردنا أن نحدث تغيير في البنية الإجتماعية للمجتمع يجب ان نقوم بتوعية فكرية وإجتماعية وثقافية وسياسية لأن المخزون المعرفي هو الذي يحرك الناس في إتجاه الخير او الشر فيتوجب الجهات المسؤولة إذا قامت بإستخدام وسائل الإعلام المختلفة وإستخدمت العلاقات العامة والبرامج الإذاعية والتلفزيونية والصحافة وعبر الإدارات الأهلية وعبر المساجد والخلاوى ويمكن ان تفعل مؤسسات التنشئة الإجتماعية في توعية الناس بمخاطر الصراعات القبلية والإقتتال بين ابناء الوطن الواحد أو أبناء الولاية الواحدة ومحاولة معالجة مشكلات الزراعة والرعي برسم الحدود وتحديد المسارات بالنسبة للثروة الحيوانية وتحديد مناطق الزراعة للأشخاص والقبائل والوجود الكثيف للأجهزة الأمنية في حال حدوث مشكلة يقلل من الإحتقان وهي تمثل درع يمنع الذين يقومون بأعمال عدائية ضد الآخرين وإعطاء كل ذي حق حقه والمتابعة الفورية للجهاد المختصة بهذه القضايا يقلل بصورة أساسية من الصراعات بين القبائل , تمثل الصراعات أس البلاء فهي تمنع التنمية في المجتمعات وتدمير الممتلكات الخاصة والعامة واعظم من ذلك هو زهق الأرواح التي حرم الله قتلها إلا بالحق.

وللعلاقات العامة كذلك دور كبير تقوم به في تنوير المجتمع المحلي من خلال العلاقات بين القبائل بإستخدام المؤسسات المتاحة لذلك مثل المساجد والخلاوى والطرق الصوفية والإدارات الأهلية وخلق علاقات طيبة معهم وتنويرهم من خلال المنشورات والمؤتمرات والورش والندوات لأنها توعي الناس بأهمية السلام والإستقرار

والترابط الإجتماعي واحترام حقوق الإنسان وان المسلم على المسلم حرام دمه وماله وعرضه, نشر ثقافة السلام من العوامل المهمة ولا تسود القيم إلا إذا تحولت إلى ثقافة من قيمة العد وقيمة السلام وقيمة الحرية والمساواة بين الناس فلا يتغير سلوك إنسان إلا إذا تغيرت مفاهيمه وعمل عمليات إصلاح وإصاح فكري للمفاهيم المغلوطة الموجودة لدى الناس وهذه مهمة وسائل الإعلام والرسائل كثيرة التي يمكن ان يؤديها الإعلام منها ثقافية وسياسية وإجتماعية.

( مقابله مع معتمد محلية كوستي السابق 2017م)

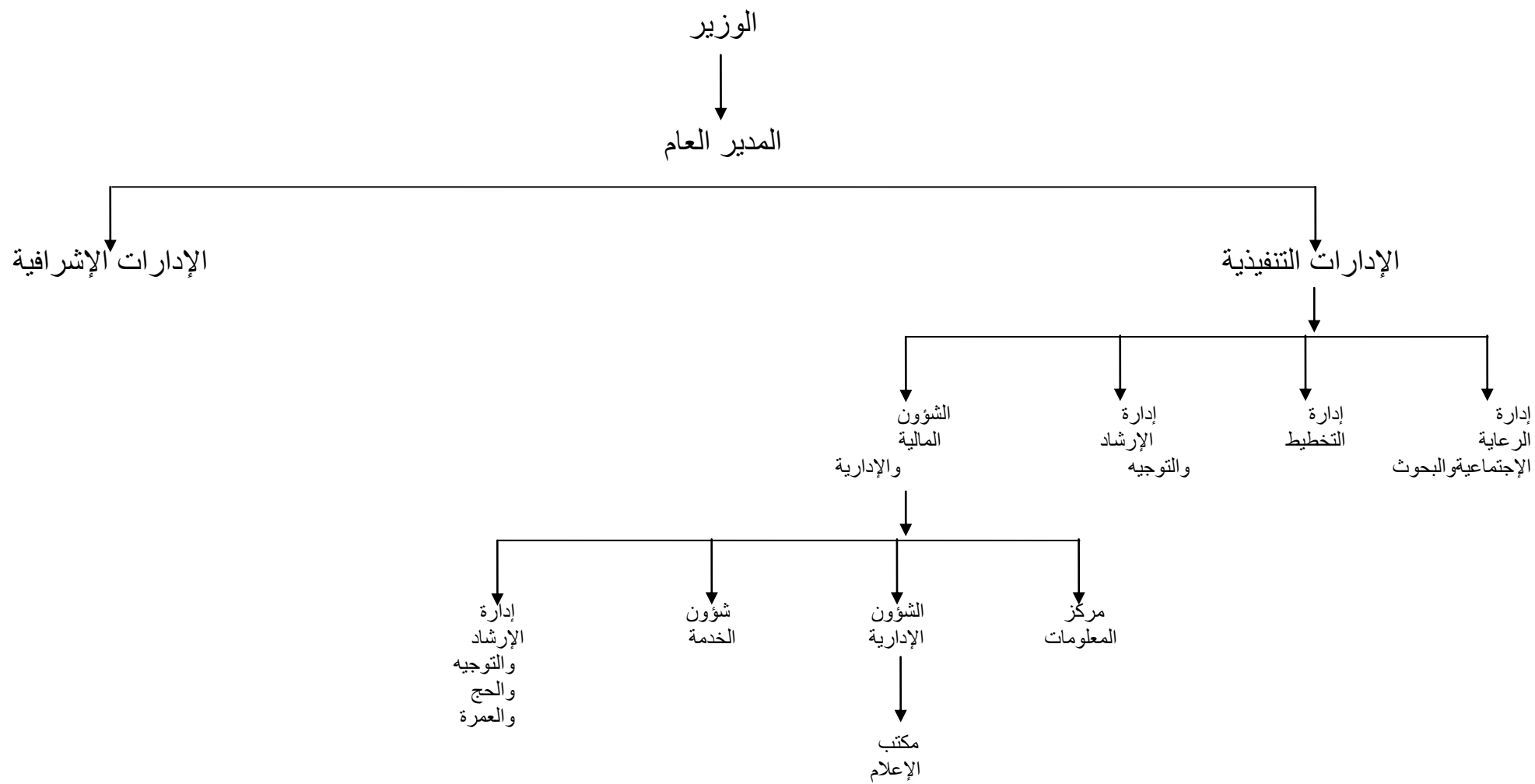
ب/ نبذة عن وزارة الشؤون الإجتماعية:

النشأة والتطور :

انشأت الوزارة في العام 1994م عندما قامت ولاية النيل الابيض في ذلك العام في عهد الوالي عبدالحميد المتعافي كان اسم اسم الوزارة ( وزارة الشؤون الاجتماعية والثقافية والشباب والرياضية في العام 2000. 2001م) ،انفصلت ادارة الرعاية الاجتماعية لتتبع لوزارة الصحة وسميت ( وزارة الصحة والرعاية الاجتماعية ) ، والادارات الارشادية والتوجيهية تبعت لوزارة التربية وسميت (وزارة التربية والتوجيه)، وفي مرحلة اخري عادت الوزارة بكل اداراتها لتصبح وزارة الشؤون الاجتماعية والثقافية وخرجت منها ادارة الشباب والرياضية لتصبح ادارة الشباب والرياضة وزارة قائمة بداتها وفي المرحلة الاخيرة خرجت ادارة الثقافة والاعلام لتصبح ايضا وزارة قائمة بداتها واصبح اسم الوزارة ( وزارة الشؤون الاجتماعية ) .

تعاقب على الوزارة عدد من الوزراء والمدراء العاميين (المصدر: مدير مركز المعلومات بالوزارة)

## هيكل الوزارة :



## أهداف الوزارة :

1. إجراء الدراسات اللازمة التي تمكن من محاربة الفقر وتقليل حدته وذلك بالتعامل مع ديوان الزكاة بالولاية والمنظمات ذات الصلة .
2. تفعيل دور منظمات المجتمع المدني في تنفيذ أهداف التنمية الإجتماعية .
3. إشراك المرأه في قضايا التنمية الإجتماعية والإقتصادية والثقافية .
4. تفعيل دور العبادة وترسيخ قيم التعايش الديني .
5. الإهتمام بالتدريب وبناء القدرات وتأهيل الكوادر .
6. تطوير تقنية المعلومات للإستفادة منها في حفظ وإرسال المعلومات .
7. تأهيل المراكز الإجتماعية وتقديم الخدمات الصحية والتعليمية وخدمات المياه والبنية التحتية للنهوض بالتنمية في جوانبها الإقتصادية والإجتماعية .
8. الإستفادة من أجهزة الإعلام المرئية والمسموعة والمقروءة لنشر الوعي الإجتماعي

## مهام الوزارة :

وفقاً للمرسوم الولائي رقم (1) لسنة 2016م والخاص بتحديد إختصاصاتالوزارات بحكومة ولاية النيل الأبيض جاء تحديد إختصاصات وزارة الشؤونالإجتماعية نذكر منها الآتي :

1. إعداد الدراسات الميدانية والبحوث للظواهر والمعتقدات الإجتماعية السالبة .
2. دراسة ومعالجة المشاكل الناتج عن النزوح والهجرة وإعداد المعسكرات ودورالإيواء
3. إنشاء وتطوير المؤسسات والمراكز الإجتماعية بالولاية والإشراف عليها .

## ادوار الوزارة في الصراعات القبلية :

تحدث احيانا صراعات وشجارات بين الافراد وتتطور الي مشكلات جنائية قد تكون نواة لمشكلة قبلية ولكنها تعاج مباشرة في اطار الادارات الاهلية بالتسويات والصلح ، تقوم ادارة العلاقات العامة بالوزارة بدورها ومسئوليتها تجاه المجتمع ، يولي مكتب الوزير الاهتمام الاكبر لمكتب الاعلام والعلاقات العامة ، وتسعي الادارة العليا بالوزارة لتحسين اداء مكتب الاعلام وتسخر له الامكانيات والمعينات اللازمة ، تسلط الوزارة الضوء علي المشكلات القبلية والجهوية ان وجدت عن طريق عمل مكتب الاعلام ، عند حدوث مشكلات قبلية تقوم حكومة الولاية بقرار من الوالي بتكوين لجنة صلح يكون وزير الشؤون الاجتماعية علي راسها وتقوم اللجنة بمعالجة المشكلة تقوم الوزارة عن طريق مكتب الاعلام بتنظيم برامج ومحاضرات بمختلف الدور بالولاية خصوصا محليتي كوستي وريك في مجال الاعلام المجتمعي والتوعية المجتمعية لدعم التعايش السلمي ، تتعاون الوزارة مع كل الجهات المختصة والجهات الامنية والشرطية في حال حدوث مشكلات قبلية وتسعي لحلها ، تكون الوزارة وسط المجتمع وعلي دراية بما يحدث فيه وتحاول معالجة المشكلات به واحتوائها في بدايتها ولديها خطط وبرامج لنشر التوعية المجتمعية . (المصدر: مقابلة مع مدير عام الوزارة )

## مكتب الاعلام:

يتبع مكتب الاعلام بالوزارة الي مكتب الوزير مباشرة تحت اشراف الشؤون الادارية

## مهام المكتب :

نشر ثقافة عن الوزارة و الخدمات التي تقدمها الوزارة

التعريف بالمشروعات التي تقدمها الوزارة

نشر كل مايدور داخل الوزارة من ( اجتماعات . ندوات . ورش )

## الطرق المتبعة للقيام بمهام مكتب الاعلام :

عبر الاداعة القومية والولائية

التلفزيون الولائي

الصحف

المواقع الاخري ( وسائل متعددة )

## هيكل المكتب

مصورين

محررين

فريق المونتاج

كوادر العلاقات العامة

## عمل المكتب في مايتعلق بالمشكلات القبلية :

في حال حدوث مشكلات قبلية جهوية تتكون لها لجان صلح يترأسها الوزير ويتابع المكتب سير عمل اللجان منذ بدايته من دراسة المشكلة وماتقدمه اللجان للمتضررين ولكن يسعى المكتب لنشر ماتم من مصالحات اي عكس الجوانب الايجابية فقط والحلول التي توصلت لها اللجان ويتناول بصدق تام المشكلة ويسعي لمحاولة احتواء النشر حولها حتي لا يثير الفتن ، عند بث رسائل توعية مجتمعية يحرص المكتب علي الاستعانة بالشخصيات البارزة والمؤثرة في المجتمع للعمل علي نشر تلك الرسائل ، يقوم المكتب ايضا بتصميم مطبقات لنشر رسائله للمجتمع . ( المصدر : مدير مكتب الاعلام بالوزارة ) 3/اكتوبر 2016 م .



## ثانيا : الاجراءات المنهجية للدراسة الميدانية :

للتعرف الباحثة علي فاعلية العلاقات العامة بوزارة الشئون الاجتماعية بولاية النيل الابيض في محافظة علي النسيج الاجتماعي قامت الباحثة باجراء دراسة عن المجتمع المستهدف وفقا لخطة منهجية مرت بخطوات هي:

### خطة الدراسة :

هي التي تحتوي علي الاطار العام للدراسة وبنيت علي ضوءها هذه الدراسة وتفصيلها ، والمشكلة التي تسعى الباحثة الي الوصول الي نتائج بشأنها حددت فيها اهداف الدراسة واهمية التساؤلات التي تسعى للاجابة عليها ، كما شملت الدراسة الحدود الزمانية 2014- 2015م والحدود المكانية وهي ولاية النيل الابيض .

### اختيار ادوات البحث:

هي الادوات التي ساعدت الباحثة في الوصول الي المعلومات والبيانات ذات الصلة بموضوع الدراسة وقد تمت الاشارة اليها في الاطار المنهجي بالتفصيل واستفادة الباحثة منها في الاتي :

### الملاحظة :

ساعدت الباحثة في تسجيل الملاحظات الاولية عن العلاقات العامة بوزارة الشئون الاجتماعية وفعاليتها في المحافظة علي النسيج الاجتماعي بالاضافة الي تحديد طبيعة ونوع الاسئلة التي سيتم طرحها علي الجمهور في تحديد فئات الجمهور المستهدف من عملية المحافظة علي النسيج الاجتماعي

## المقابلة :

أجرت الباحثة مع المسؤولين ذوي الاختصاص بوزارة الشؤون الاجتماعية وهم مدير عام الوزارة ومدير مكتب الوزير ومدير مركز المعلومات بالوزارة ومدير مكتب الاعلام بالوزارة ومدير رئاسة شرطة الولاية ومدير غرفة معلومات رئاسة شرطة الولاية ومعتمد محلية كوستي السابق وقد ساعد ذلك الباحثة في اعداد استمارات الاستبانة بطريقة تمكنها من معرفة فاعلية العلاقات العامة في المحافظة علي النسيج الاجتماعي بالولاية.

## الاستبيان :

"استخدمت الباحثة الاستبيان كاداة اساسية للدراسة حيث قامت بإعداد اسئلة الاستبيان وعرضها على المشرف الدكتور/ السر علي سعد وقام بإجراء بعض التعديلات عليها ثم تم عرض الاستبانة على لجنة خبراء لإجراء عملية التحكيم عليها وهم :

الدكتور/ صالح موسي	جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا
الدكتور /عبدالمولي موسي محمد	جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا
الدكتور/ معتصم بخيت احمد الامين	جامعة العلوم الحديثة _ دبي _ الامارات العربية المتحدة

وبعد اجراء عملية التحكيم قامت الباحثة بعرض الإستبانة علي عشرة افراد من المبحوثين للتأكد من مدي فهمهم للأسئلة حيث تمت الاجابة علي الاسئلة بصورة واضحة من جانب المبحوثين مما يؤكد وضوح اسئلة الاستبيان .

## معامل الثبات

يعني ثبات الاستبانة انها تمكن من الحصول على نفس النتائج في حال إستخدامها مرة اخري تحت ظروف مشابهة وقد طبقت الباحثة إستبانة الدراسة علي عينة عشوائية بسيطة مكونة من "126" مفردة ، بما ان الولاية كبيرة وكان من الصعب اجراء دراسة ميدانية علي كل مجتمع الولاية فقد وقع الاختيار علي مجتمع محلية كوستي لانها محلية كبيرة ومهمة كنموذج لمجتمع الولاية وباستخدام الحصر الشامل بعد الحصول علي بيانات التعداد السكاني للمحلية والبالغ عددهم (253,479) ألف نسمة لتحديد نسبة العينة وهي 20% من جملة سكان المحلية علي النحو التالي :

$$126 = 100 \times \frac{253,479}{20}$$

وقد تم توزيع الاستثمارات بحسب التقسيم الاداري للمحلية علي النحو التالي :

1. وحدة ام هاني الادارية وعدد السكان (403992) ألف نسمة

$$20 = 100 \times \frac{403992}{20}$$

2. وحدة السوق الكبير الادارية وعدد السكان (108776) ألف نسمة

$$54 = 100 \times \frac{108776}{20}$$

3. وحدة السوق الشعبي الادارية وعدد السكان (60082) ألف نسمة

$$30 = 100 \times \frac{60082}{20}$$

4. وحدة المنطقة الصناعية الادارية وعدد السكان (44222) ألف نسمة

$$22 = 100 \times \frac{44222}{20}$$

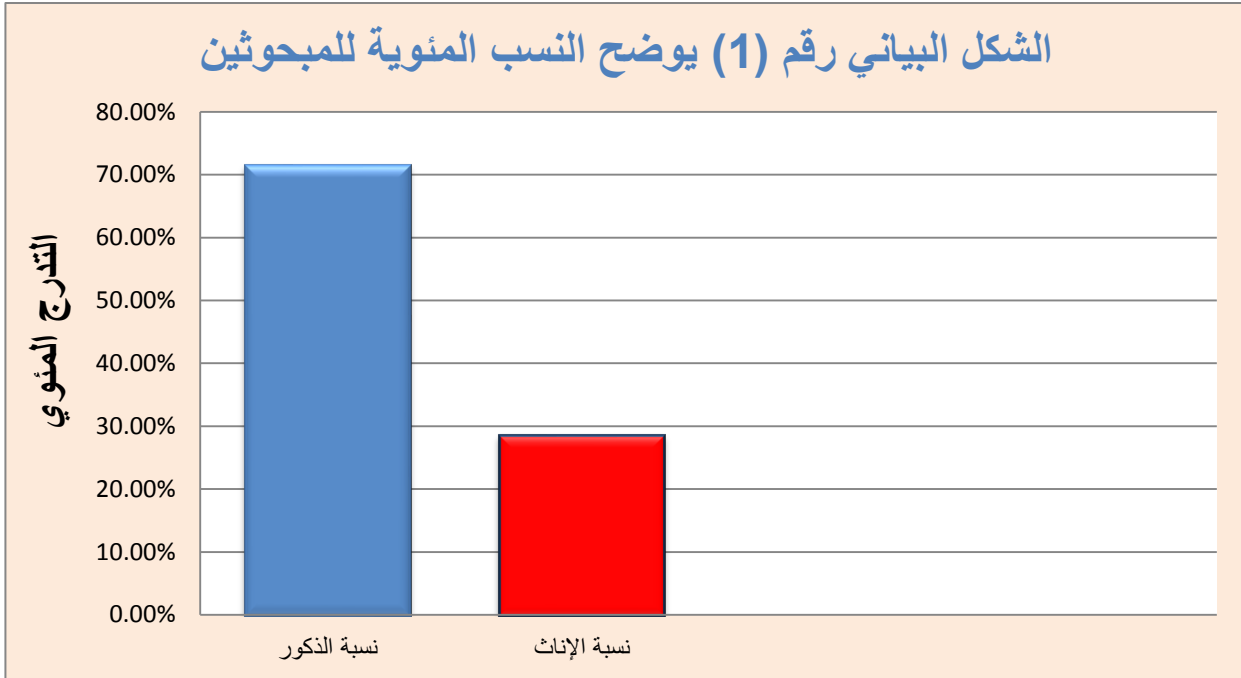
وزعت جميعها وغطت جميع افراد العينة .

\*اما فئة الموظفين بمكتب اعلام الوزارة فقد كان عددهم 30 موظف وموظفة وقد صممت الاستثمارات علي حسب عددهم ووزعت ايضا عليهم جميعها .

ثالثا : عرض وتفسير البيانات :

الجدول رقم (1) يوضح بيانات الجمهور الخارجي من المبحوثين وهي فئة من مواطني ولاية النيل الأبيض :

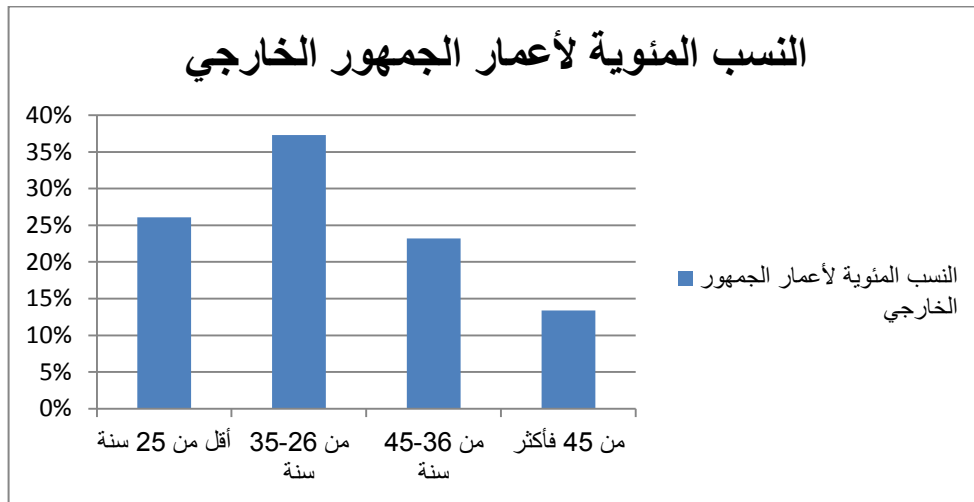
النوع	العدد	النسبة %
الذكور	90	71.5
الإناث	36	28.5
المجموع	126	%100



من الجدول رقم "1" والشكل البياني اعلاه نلاحظ ان نسبة الذكور 71.5 % ونسبة الإناث 28.5 % وهذا قديكون له تأثير في النتائج التي قد تتوصل لها الباحثة والملاحظ أن نسبة الذكور كبيرة لأن الباحثة حرصت على توزيع الاستمارات على أعضاء الادارات الأهلية بالمحلية لتخصصهم في مشكلات النسيج الاجتماعي .

الجدول رقم (2) يوضح الفئات العمرية للمبحوثين من الجمهور الخارجي وهم فئة من مواطني النيل الأبيض :

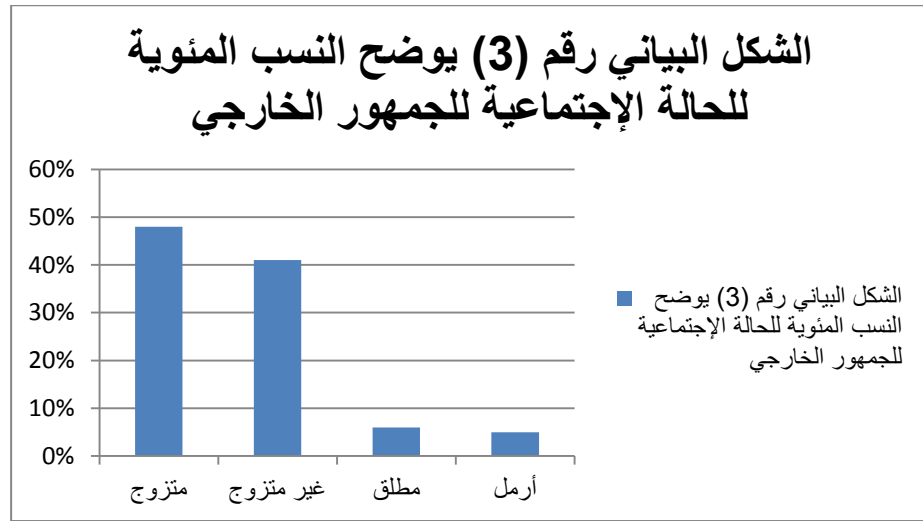
الفئات العمرية	العدد	النسبة المئوية
1/ أقل من 25 سنة	33	26.1%
2/ من 26 سنة إلى 35 سنة	47	37.3%
3/ من 36 سنة إلى 45 سنة	29	23.2%
4/ من 46 سنة فأكثر	17	13.4%
المجموع	126	100%



من الجدول رقم (2) والشكل البياني اعلاه نلاحظ ان نسب اعمار المبحوثين تتراوح بين 25 سنة ونسبتهم 26.1% ومن 26 \_ 35 نسبتهم 37.3% ومن 36 - 45 نسبتهم 23.2% ومن 46 فما فوق نسبتهم 13.4% والملاحظ أن نسبة الاعمار من 26 - 35 هي الاعلى وهذا يوضح أن أغلب المبحوثين من فئة الشباب

الجدول رقم (3) يوضح الحالة الإجتماعية لمبحوثي الجمهور الخارجي :

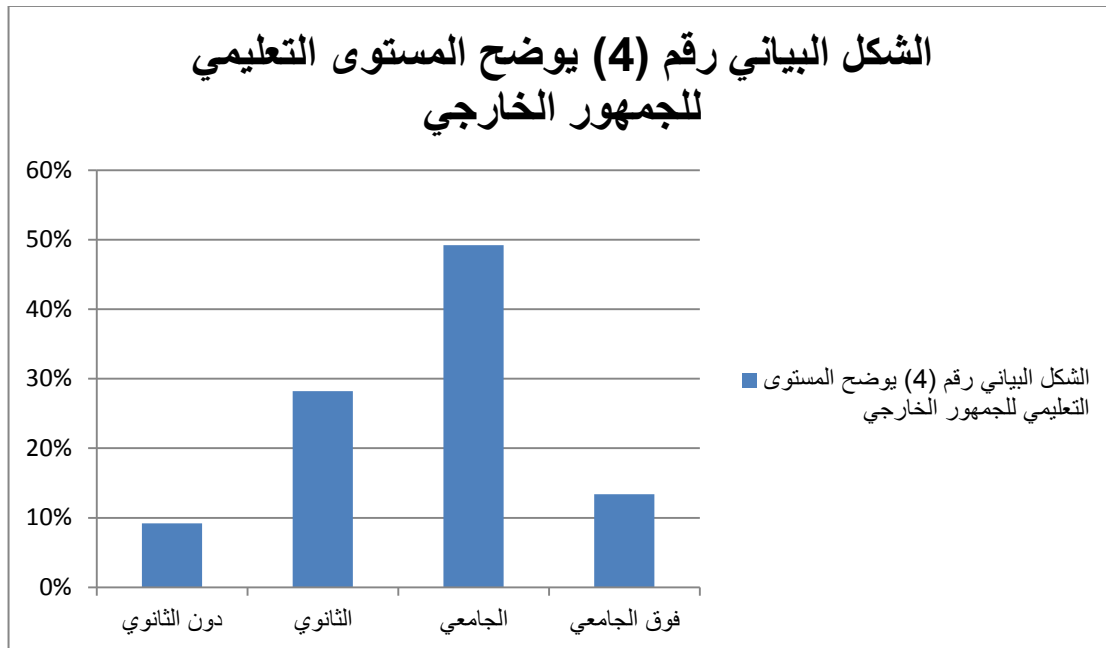
النسبة المئوية	العدد	الحالة الإجتماعية
%48	61	متزوج
% 41	53	غير متزوج
%6	8	مطلق
%5	4	أرمل
% 100	126	المجموع



من الجدول رقم "3" والشكل البياني يتضح الحالة الاجتماعية تراوحت ما بين 48 % نسبة المتزوجين و نسبة 41 % لغير المتزوجين ونسبة 6% للمطلقين ونسبة 5% للأرامل

الجدول رقم (4) يوضح المستوى التعليمي للمبحوثين من الجمهور الخارجي :

المستوى التعليمي	العدد	النسبة المئوية
دون الثانوي	12	9.2 %
الثانوي	35	28.2 %
جامعي	62	49.2 %
فوق الجامعي	17	13.4 %
المجموع	126	100 %



من الجدول رقم "4" والشكل البياني أعلاه يوضح المستوى التعليمي للمبحوثين وتراوحت نسبهم ما بين 9.2 % لفئة دون الثانوي ونسبة 28.2 % فئة الثانوي و 49.2 % للفئة الجامعية و 13.4 % تخص الفئة فوق الجامعي والملاحظ أن الفئة الجامعية كبيرة وهذا يرفع نسبة الوعي لدى المبحوثين مما يؤثر على نتائج الدراسة .

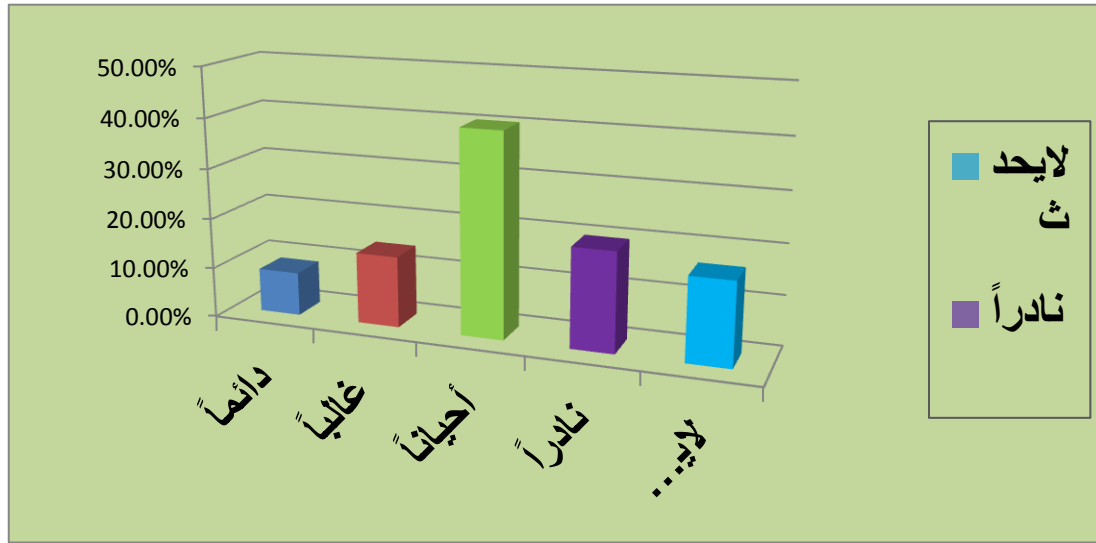


الاسئلة العامة :

الجدول رقم (5) يوضح النسب المئوية لإجابات مبحوثي الجمهور الخارجي على السؤال الأول من

تسهم وزارة الشؤون الاجتماعية بالولاية في حل قضايا المحلية	دائماً	غالبا	احيانا	نادرا	لا يحدث	المجموع
العدد	11	18	51	25	21	126
النسبة	%8.7	%14.3	%40.4	%19.9	%16.7	%100

الشكل البياني (5) أدناه يوضح النسب المئوية لإجابات المبحوثين على السؤال الأول

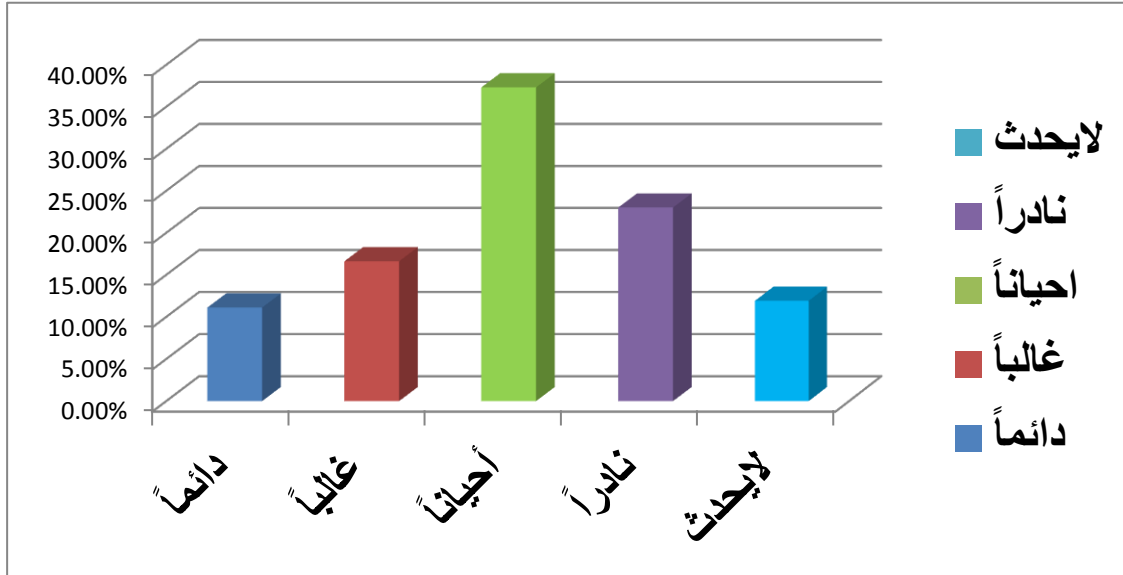


من الجدول رقم "5" والشكل البياني اعلاه تراوحت نسبة الاجابات على الخيار دائما 8.7% وغالبا 14.3% والخيار احيانا 40.4% ونادرا اخذ نسبة 19.9% ولا يحدث بنسبة 16.7% والملاحظ أن الاجابات جاءت بنسبة كبيرة على الخيار احيانا وهذا يوضح أن أدوار الوزارة في حل قضايا المحلية قليلة الحدوث من وجهة نظر المبحوثين .

الجدول رقم (6) يوضح النسب المئوية لإجابات مبحوثي الجمهور الخارجي على السؤال الثاني من

استفيد الرسائل والبرامج التي توجهها وزارة الشؤون الاجتماعية عبر وسائل الاعلام	دائماً	غالبا	احيانا	نادرا	لا يحدث	المجموع
العدد	14	21	47	29	15	126
النسبة	%11	%16.6	%37.5	%23	%11.9	%100

الشكل البياني (6) أدناه يوضح النسب المئوية لإجابات المبحوثين على السؤال الثاني

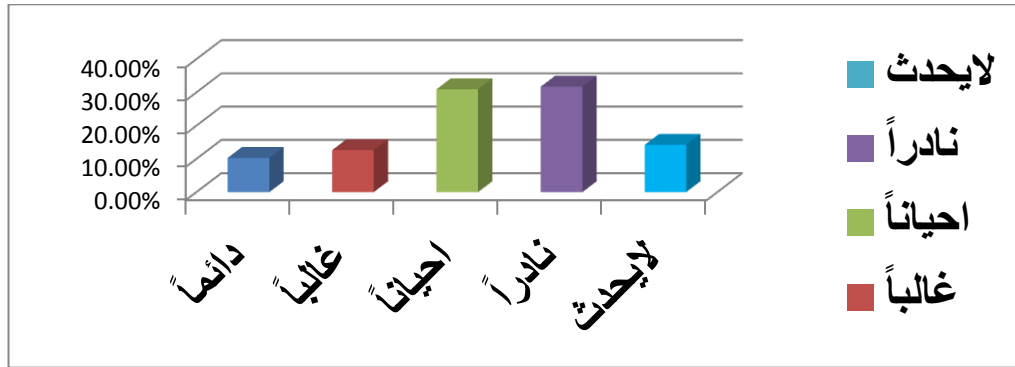


من الجدول رقم "6" والشكل البياني اعلاه نجد أنه قد تراوحت نسبة الاجابة ما بين 11% على الخيار دائماً ونسبة 16.6 % على غالبا و 37.5 % على أحيانا و 23% نادرا و 11.9 % لا يحدث وهذا يوضح ان المبحوثين يتعرضون احيانا للرسائل التي توجهها الوزارة عبر وسائل الاعلام ويستفيدون منها وقد تؤثر على توجهاتهم .

الجدول رقم (7) يوضح النسب المئوية لإجابات مبحوثي الجمهور الخارجي على السؤال الثالث من أسئلة الإستبيان :

المجموع	لا يحدث	نادرا	احيانا	غالبا	دائما	تؤدي وزارة الشؤون الاجتماعية ادوارا واضحة في دعم الاستقرار والتماسك الاجتماعي في المحلية
126	18	40	39	16	13	العدد
%100	14.3 %	%31.7	30.9 %	12.7 %	10.4 %	النسبة

الشكل البياني (7) أدناه يوضح النسب المئوية لإجابات المبحوثين على السؤال الثالث :

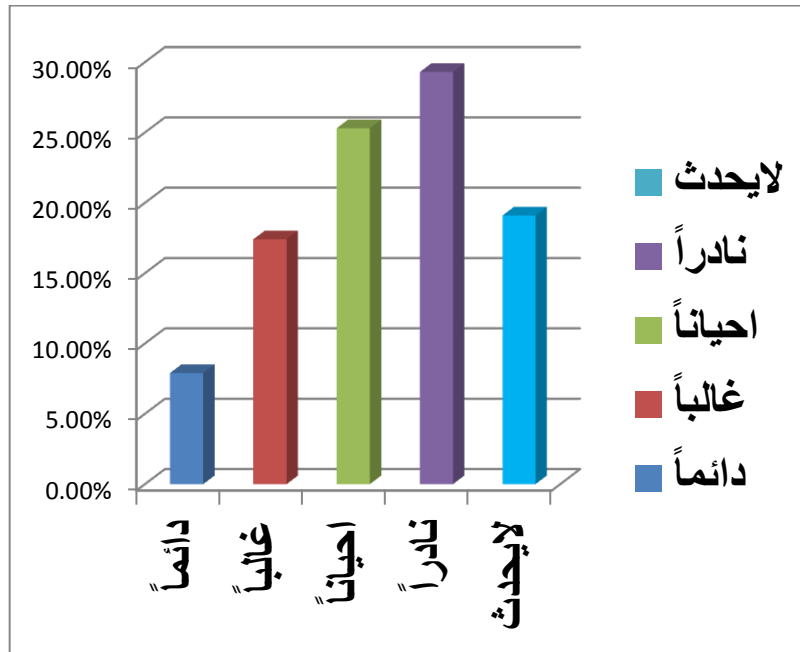


من الجدول رقم "7" والشكل البياني اعلاه نجد أنه قد تراوحت نسبة الاجابة ما بين 10.4 % على الخيار دائما ونسبة 12.7 % على غالبا و 30.9 % على أحيانا و 31.7% نادرا و 14.3% وقد أنتت النسب متقاربة بين الخيارين احيانا ونادرا

الجدول رقم (8) يوضح إجابات مبحوثي الجمهور الخارجي على السؤال الرابع من الاستبيان :

المجموع	لا يحدث	نادرا	احيانا	غالبا	دائما	تسهم وزارة الشؤون الاجتماعية في حل النزاعات القبلية والجهوية وتخفيف اثرها في المحلية
126	25	37	32	22	10	العدد
%100	%19.4	%29.6	%25.5	%17.6	%7.9	النسبة

الشكل البياني رقم 8 يوضح النسب المئوية لإجابات المبحوثين على السؤال الرابع:



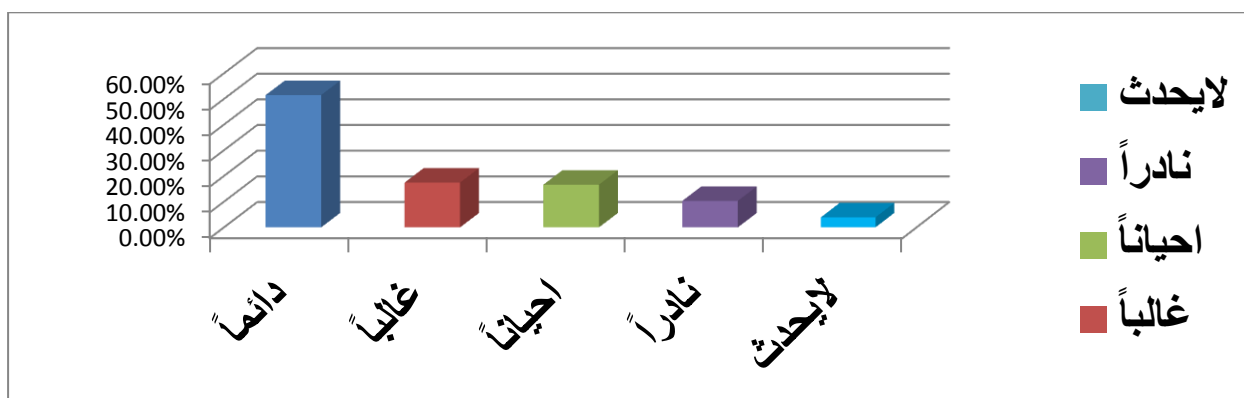
من الجدول رقم "8" والشكل البياني اعلاه نجد أنه قد تراوحت نسبة الاجابة ما بين 7.9% على الخيار دائما ونسبة 17.6% على غالبا و 25.5% على أحيانا و 29.6% نادرا و 19.4% وهذا يوضح ان نسبة اختيار الخيار نادرا هي الأعلى مما يوضح أن اسهامات الوزارة نادرة في حل النزاعات من وجهة نظر المبحوثين

الجدول رقم (9) يوضح اجابات مبحوثي الجمهور الخارجي على السؤال الخامس:

الشكل البياني رقم (9) يوضح النسب المؤيه لاجابات مبحوثي الجمهور الخارجي

المجموع	لايحدث	نادرا	احيانا	غالبا	دائما	تتطور بعض المشكلات البسيطة لتصبح مشكلات صراعات قبلية حال عدم تدخل الجهات الرسمية لمعالجتها في الوقت المناسب
126	5	13	21	22	65	العدد
%100	%3.9	10.5 %	16.6 %	17.5 %	51.5 %	النسبة

على السؤال الخامس :



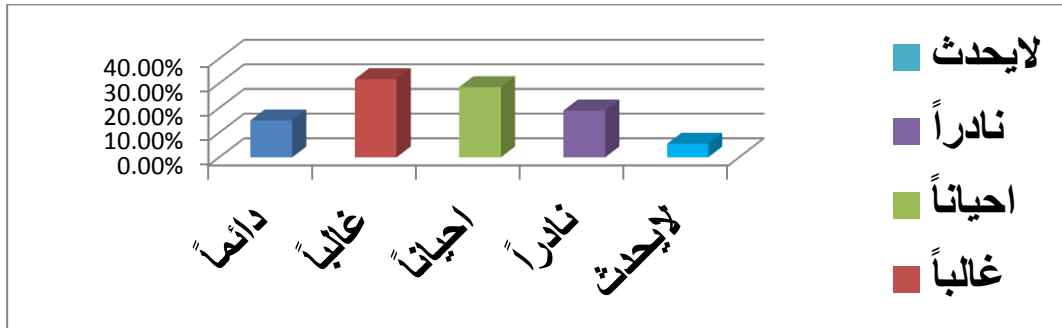
من الجدول رقم "9" والشكل البياني اعلاه نجد أنه قد تراوحت نسبة الاجابة ما بين 51.5% على الخيار دائما ونسبة 17.5 % على غالبا و 16.6% على أحيانا و 10.5% نادرا و 3.9% لا يحدث وهذا يوضح ان نسبة الاجابة على الخيار دائما

كانت عالية وهذا يوضح أن المبحوثين يوافقون على أن المشكلات القبلية هي مراحل متطورة من مشكلات بسيطة .

الجدول رقم (10) يوضح اجابات مبحوثي الجمهور الخارجي على السؤال السادس:

المجموع	لايحدث	نادرا	احيانا	غالبا	دائما	يساهم تستر الجهات الرسمية علي بعض المشكلات القبلية والجهوية في سرع حلها وتخفيفها
126	7	24	36	40	19	العدد
% 100	%5.5	%19.2	%28.6	%31.5	15.2 %	النسبة

الشكل البياني رقم (10) يوضح النسب المئوية لاجابات مبحوثي الجمهور الخارجي على السؤال السادس :



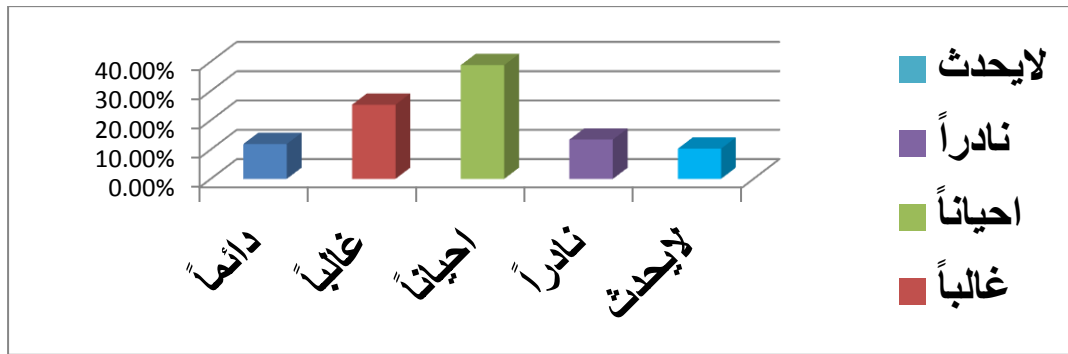
من الجدول رقم "10" والشكل البياني اعلاه نجد أنه قد تراوحت نسبة الاجابة ما بين 15.2% على الخيار دائما ونسبة 31.5% على غالبا و 28.6% على أحيانا و

19.2% نادرا و 5.5% لا يحدث وهذا يوضح أن نسبة الخيار غالبا كانت هي الاعلى وهذا يؤكد أن التستر وعدم النشر على بعض المشكلات القبلية والجهوية تساهم في سرعة حلها .

الجدول رقم (11) يوضح اجابات مبحوثي الجمهور الخارجي على السؤال السابع:

يساهم الدستوريين ولجان الصلح التي تكونها الحكومة في فض النزاعات والحد من اسبابها	دائما	غالبا	احيانا	نادرا	لايحدث	المجموع
العدد	15	32	49	17	13	126
النسبة	11.9%	25.4%	38.8%	13.5%	10.4%	100%

الشكل البياني رقم(11) يوضح النسب المئوية لاجابات مبحوثي الجمهور الخارجي على السؤال السابع



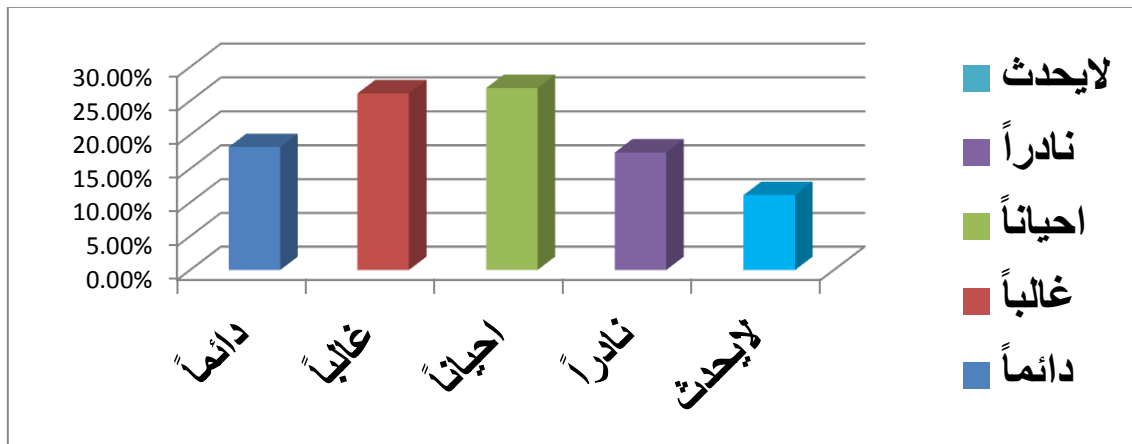
من الجدول رقم "11" والشكل البياني اعلاه نجد أنه قد تراوحت نسبة الاجابة ما بين 11.9% على الخيار دائما ونسبة 25.4% على غالبا و 38.8% على أحيانا و 13.5% نادرا و 10.4% لا يحدث جاءت الاجابات على الخيار احيانا بنسبة عالية وهذا يوضح أن مساهمات الدستوريين لجان الصلح الحكومية قد تسهم احيانا في فض النزاعات والحد من أسبابها .

الجدول رقم (12) يوضح اجابات مبحوثي الجمهور الخارجي على السؤال الثامن

المجموع	لا يحدث	نادرا	احيانا	غالبا	دائما	يساهم عكس دور الادارات الاهلية ووجهاء المجتمع عبر وسائل الاعلام في حل المشكلات القبلية
126	14	22	34	33	23	العدد
%100	%11,1	%17.5	%26.9	%26.2	%18.3	النسبة

الشكل البياني رقم (12) يوضح النسب المئوية لاجابات مبحوثي الجمهور الخارجي

على السؤال الثامن :



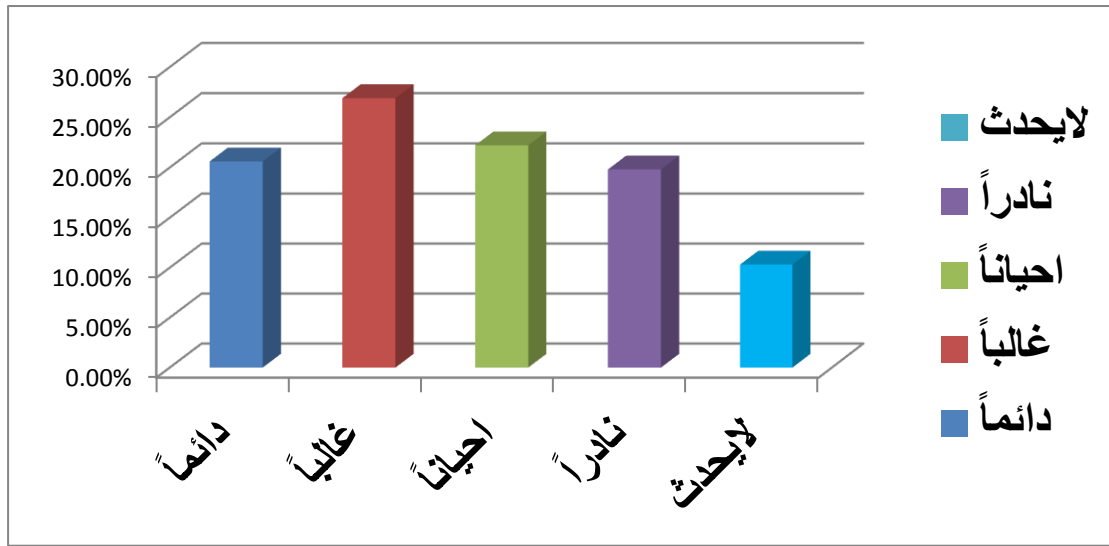
من الجدول رقم "12" والشكل البياني اعلاه نجد أنه قد تراوحت نسبة الاجابة ما بين 18.3% على الخيار دائما ونسبة 26.2% على غالبا و 26.9% على أحيانا و 17.5% نادرا و 11.1% لا يحدث جاءت الخيارات متطابقة على الخيارين غالبا و احيانا وهذا يوضح أن عكس أدوار الادارات الاهلية عبر وسائل الاعلام يساهم كما يرى المبحوثين في حل المشكلات القبلية والجهوية .



الجدول رقم (13) يوضح اجابات مبحوثي الجمهور الخارجي على السؤال التاسع:

المجموع	لايحدث	نادرا	احيانا	غالبا	دائما	يساهم عكس دور القوات الامنية والشرطية عبر وسائل الاعلام في بسط الامن وحسر مستوى التناحر
126	13	25	28	34	26	العدد
%100	%10.4	%19.8	22,3	%26.9	%20.6	النسبة

الشكل البياني رقم (13) يوضح النسب المئوية لاجابات مبحوثي الجمهور الخارجي على السؤال التاسع :

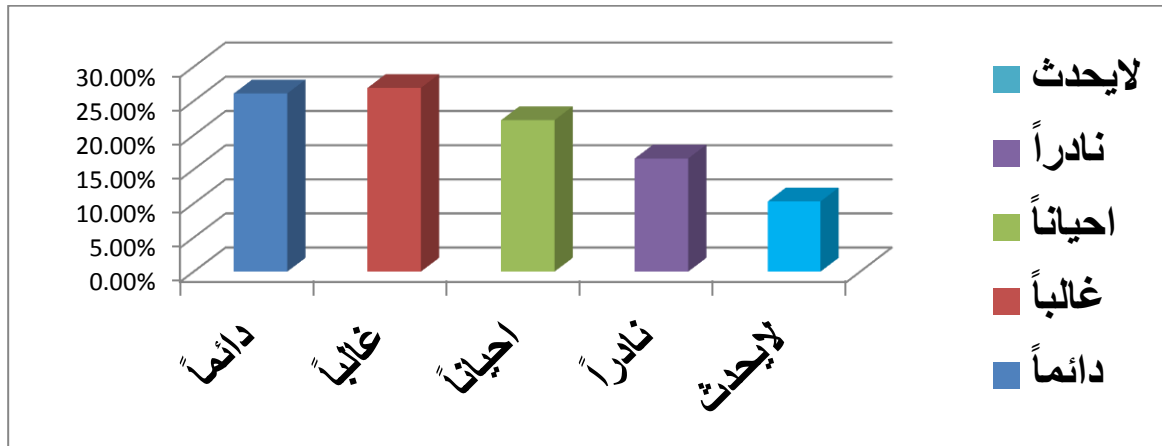


من الجدول رقم "13" والشكل البياني اعلاه نجد أنه قد تراوحت نسبة الاجابة ما بين 20.6% على الخيار دائما ونسبة 26.9% على غالبا و 22.3% على أحيانا و 19.8% نادرا و 10,4% لا يحدث جاءت الاجابات بالنسبة الاكبر على الخيار غالبا وهذا يؤكد ان عكس الادوار التي تقوم بها القوات الامنية والشرطية عبر وسائل الاعلام له تاثير كبير على حسب رأي المبحوثين في بسط الأمن وحسر مستوى التناحر.

الجدول رقم (14) يوضح اجابات مبحوثي الجمهور الخارجي على السؤال العاشر:

نشر روح التعايش في الاجهزة الاعلامية يساهم في نشر السلام وتهدئة الاوضاع الامنية	دائماً	غالبا	احيانا	نادرا	لا يحدث	المجموع
العدد	33	34	28	21	10	126
النسبة	26,1%	26,9%	22,5%	16,6%	7,9%	100%

الشكل البياني رقم (14) يوضح النسب المئوية لاجابات مبحوثي الجمهور الخارجي على السؤال العاشر



من الجدول رقم "14" والشكل البياني اعلاه نجد أنه قد تراوحت نسبة الاجابة ما بين 26.1% على الخيار دائماً ونسبة 26.9% على غالباً و 22.5% على أحياناً و 16.6% نادراً و 7.9% لا يحدث جاءت نسبة الاجابات على الخيارين دائماً وغالباً متطابقة وهذا يؤكد أن المبحوثين موافقون على أن نشر روح التعايش في أجهزة الاتصال الجماهيري تساهم في نشر السلام وتهدئة الاوضاع الأمنية في الولاية.

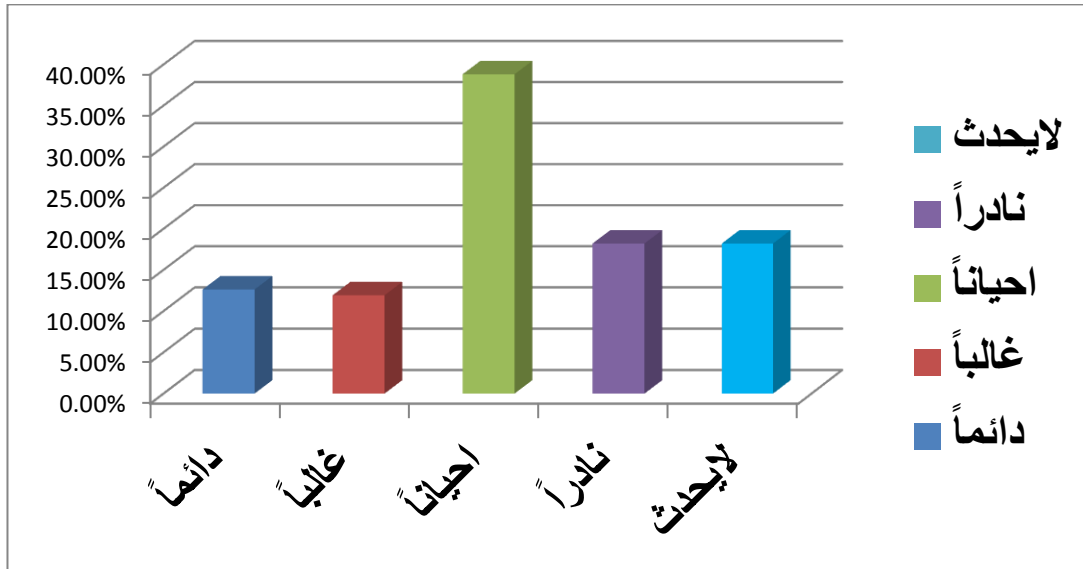
الجدول رقم (15) وضح اجابات مبحوثي الجمهور الخارجي على السؤال الحادي

عشر:

المجموع	لا يحدث	نادرا	احيانا	غالبا	دائما	اثق كمواطن بالولاية في الادوار التي تقوم بها وزارة الشؤون الاجتماعية للمساهمة في دعم التعايش القبلي
126	23	23	49	15	16	العدد
%100	18.3	%18.3	%38.8	%11.9	%12.7	النسبة

الشكل البياني رقم (15) يوضح النسب المئوية لاجابات مبحوثي الجمهور الخارجي

على السؤال الحادي عشر :



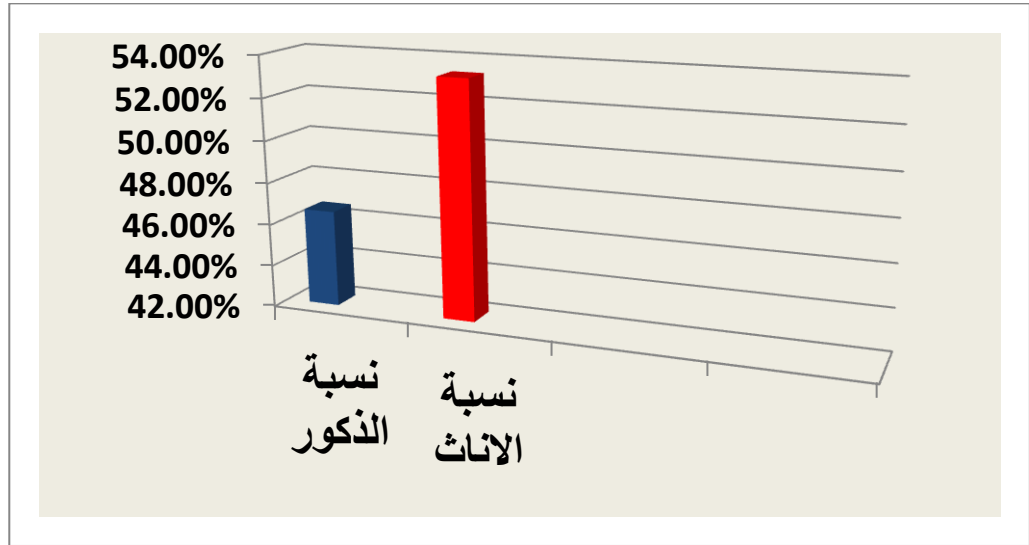
من الجدول رقم "15" والشكل البياني اعلاه نجد أنه قد تراوحت نسبة الاجابة ما بين 12.7% على الخيار دائما ونسبة 11.9% على غالبا و 38.8% على أحيانا و 18.3% نادرا و 18.3% لا يحدث جاءت النسبة الاكبر من الاجابات على الخيار احيانا وهذا يعكس أن المبحوثين لا يثقون بشكل مطلق في الادوار التي تقوم بها الوزارة لدعم التعايش القبلي .

جدول رقم (16) يوضح النوع الجمهور الداخلي وهم موظفي ادارة العلاقات العامة

بوزارة الشؤون الاجتماعية بولاية النيل الابيض :

النوع	العدد	النسبة
الذكور	14	%46.6
الإناث	16	53.4
المجموع	30	%100

شكل بياني رقم (16) يوضح النسب المئوية للمبحوثين :



من الجدول رقم " 16" والشكل اعلاه يتضح لنا ان نسبة الاناث هي النسبة الاكبر

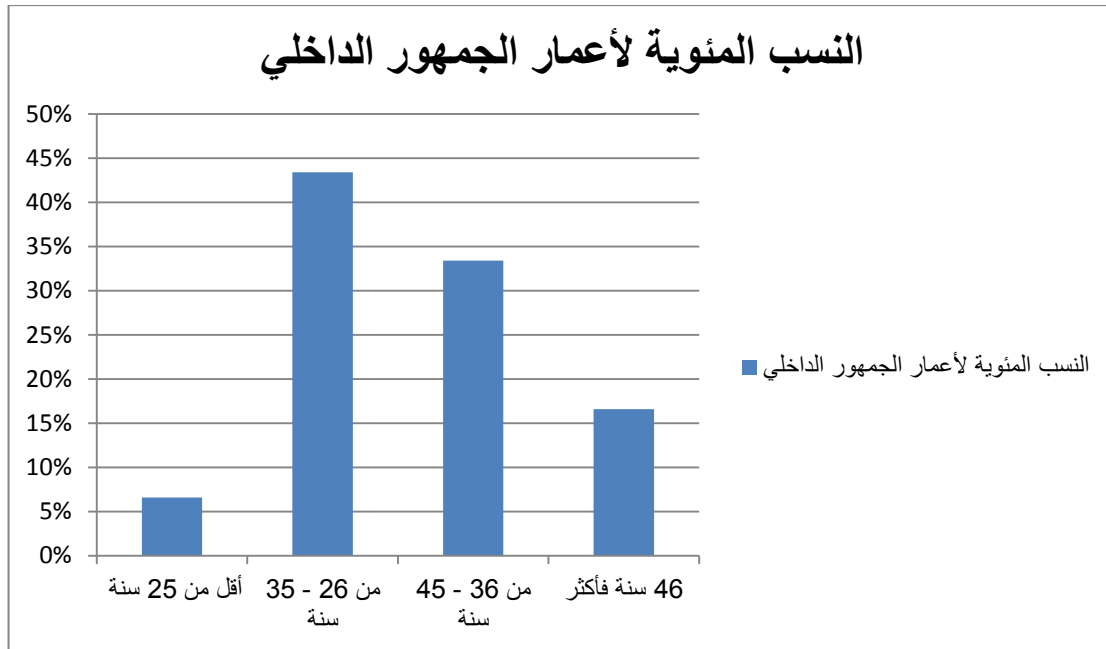
لدى موظفي المكتب حيث أن نسبة الاناث هي 53.4 % ونسبة الذكور هي

%46.6

الجدول رقم (17) يوضح اعمار الجمهور الداخلي من المبحوثين :

الفئات العمرية	العدد	النسبة المئوية
1/ أقل من 25 سنة	2	%6.6
2/ من 26 سنة إلى 35 سنة	13	%43.4
3/ من 36 سنة إلى 45 سنة	10	%33.4
4/ من 46 سنة فأكثر	5	%16.6
المجموع	30	%100

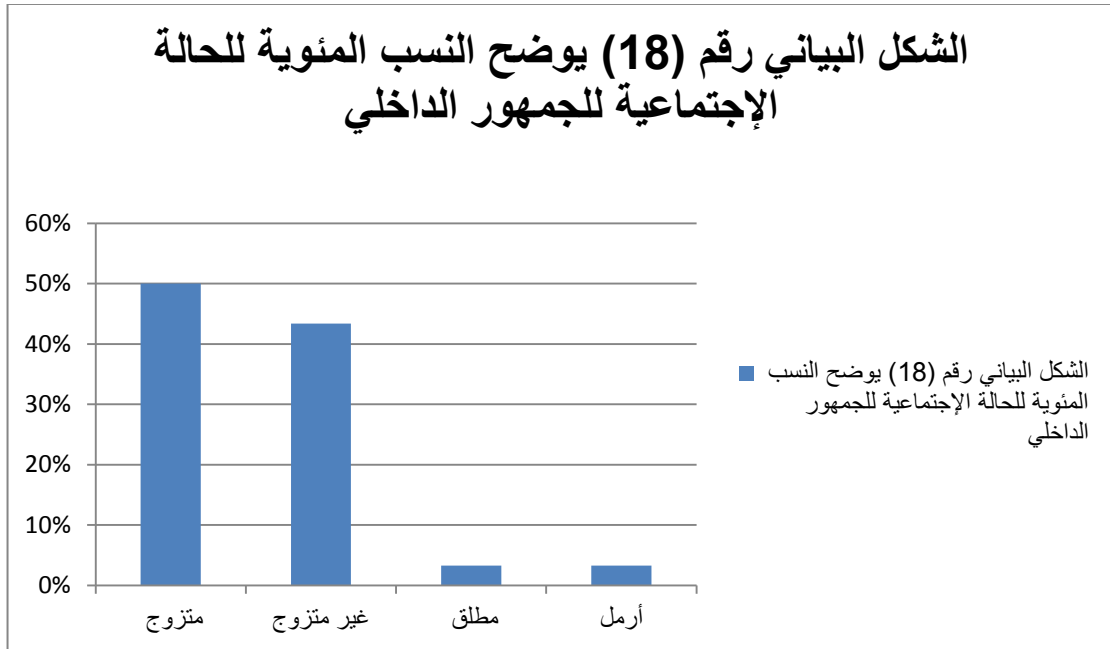
الشكل البياني رقم (17) يوضح النسب المئوية لأعمار مبحوثي الجمهور الداخلي :



من الجدول رقم " 17 " والشكل البياني اعلاه يتضح لنا أن نسبة أعمار الموظفين كانت %6.6 للفئة اقل من 25 سنة و نسبة %43.4 للفئة من 26-35 ونسبة % 33.4 للفئة من 36-45 سنة و % 16.6 للفئة من 46 فأكثر وهذا يوضح لنا أن نسبة الموظفين من فئة الشباب كبيرة .

الجدول رقم (18) يوضح الحالة الاجتماعية لمبحوثي الجمهور الداخلي :

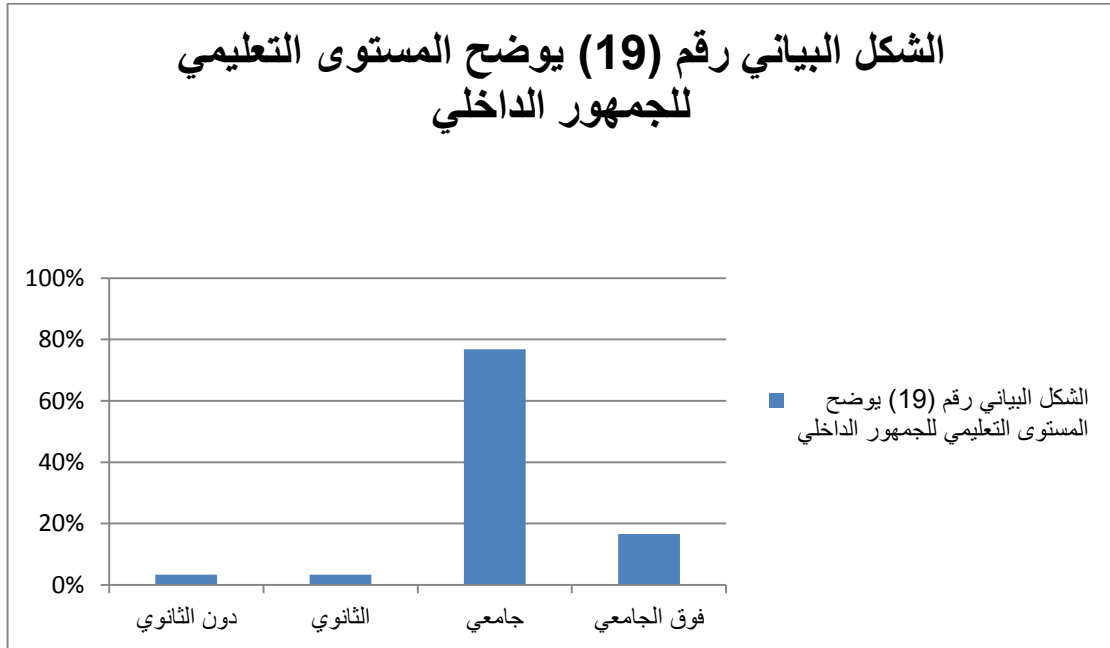
الحالة الاجتماعية	العدد	النسبة المئوية
متزوج	15	50%
غير متزوج	13	43.4%
مطلق	1	3.3%
أرمل	1	3.3%
المجموع	30	100%



من الجدول رقم " 18 " والشكل اعلاه يتضح لنا الحالة الاجتماعية للموظفين حيث كانت النسبة 50 % للمتزوجين ونسبة 43.4 لغير المتزوجين ونسبة 3.3 المطلقين وكذلك 3.3 % للأرامل .

الجدول رقم (19) يوضح المستوى التعليمي للمبحوثين من الجمهور الداخلي:

النسبة المئوية	العدد	المستوى التعليمي
3.3%	1	دون الثانوي
3.3%	1	الثانوي
76.8%	23	جامعي
16.6%	5	فوق الجامعي
100%	30	المجموع

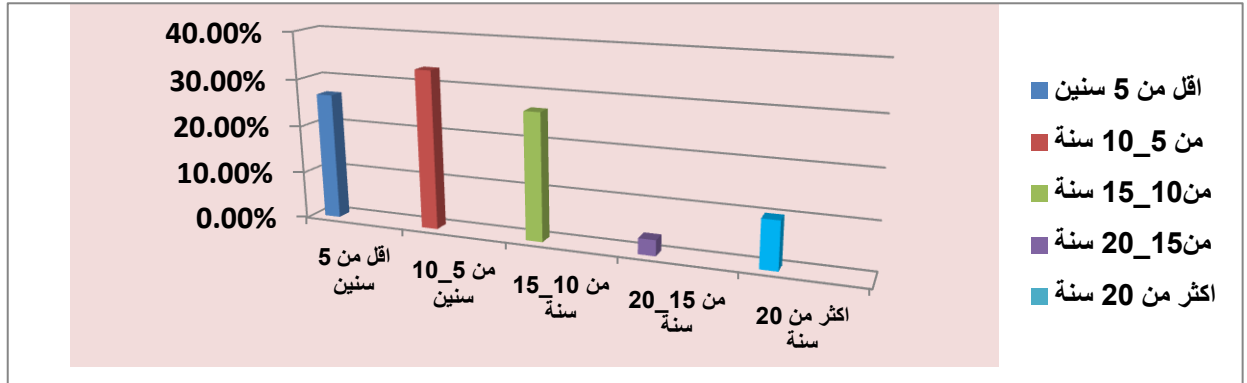


من الجدول رقم "19" والشكل اعلاه نجد أن نسبة فئة دون الثانوي 3.3 % ونسبة 3% من فئة الثانوي ونسبة 76.8 % من الفئة الجامعية و 16.6 من الفئة فوق الجامعي وهذا يوضح لنا ان نسبة الوعي عالية من عينة المبحوثين من مكتب اعلام الوزارة وهذا يدل على انهم يتمتعون بالمعرفة الكافية مما يؤثر على اجاباتهم .

جدول رقم (20) يوضح سنين الخبرة الوظيفية لمبحوثي الجمهور الداخلي :

النسبة	العدد	سنين الخبرة
26.6%	8	اقل من 5 سنين
33.4	10	من 5_10 سنة
26.7	8	من 10_15 سنة
3.3%	1	من 15_20 سنة
100%	3	اكثر من 20 سنة

الشكل البياني رقم (20) يوضح النسب المئوية لسنوات خبرة مبحوثي الجمهور الداخلي :



من الجدول رقم " 20 " والشكل اعلاه يوضح لنا سنين الخبرة لدى الموظفين حيث تراوحت % 26.6 للفئة اقل من 5 سنوات و 33.4 % للفئة من 5-10 سنوات ونسبة % 26.7 للفئة من 10-15 سنة ونسبة % 3.3 للفئة من 15-20 سنة ونسبة % 10 للفئة أكثر من 20 سنة ، نلاحظ أنه قد تطابقت الفئة الأولى والثالثة وهذا يؤكد أن فترات اكتساب خبرات الموظفين تتراوح ما بين قصيرة الخبرة ومتوسطة الخبرة .

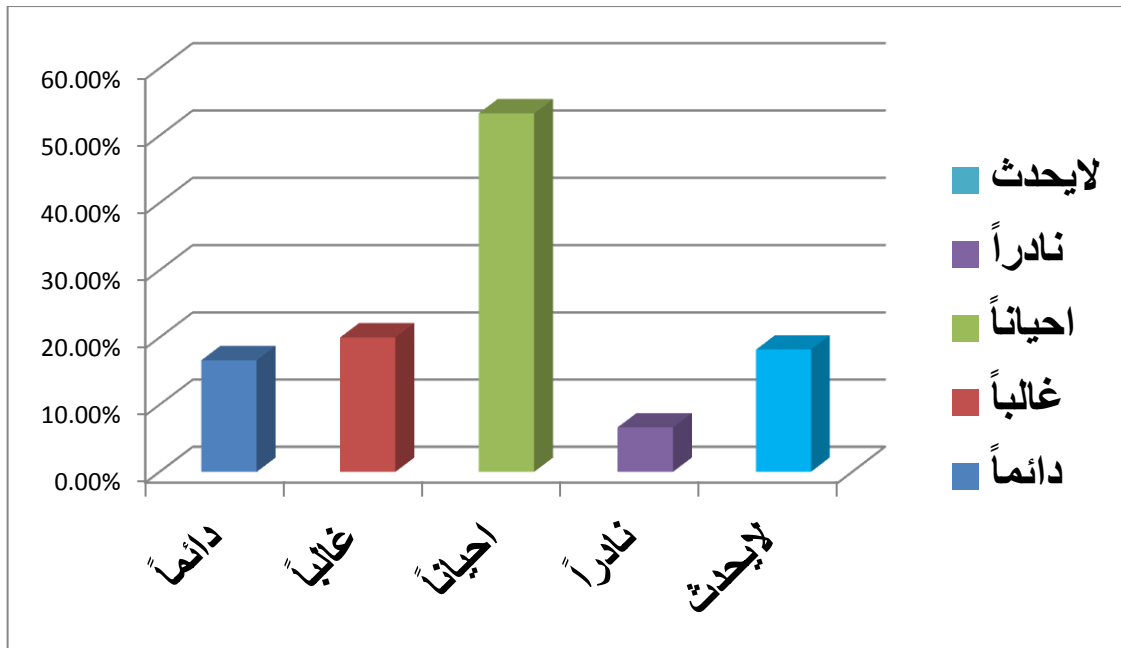


جدول رقم (21) يوضح اجابات مبحوثي الجمهور الداخلي على السؤال الاول :

المجموع	لا يحدث	نادرا	احيانا	غالبا	دائما	تقوم ادارة العلاقات العامة بدورها تجاه المجتمع
30	1	2	16	6	5	العدد
%100	%3.3	%6.6	%53.3	%20.2	%16.6	النسبة

الشكل البياني رقم (21) يوضح النسب المئوية لاجابات مبحوثي الجمهور الداخلي على

السؤال الاول:

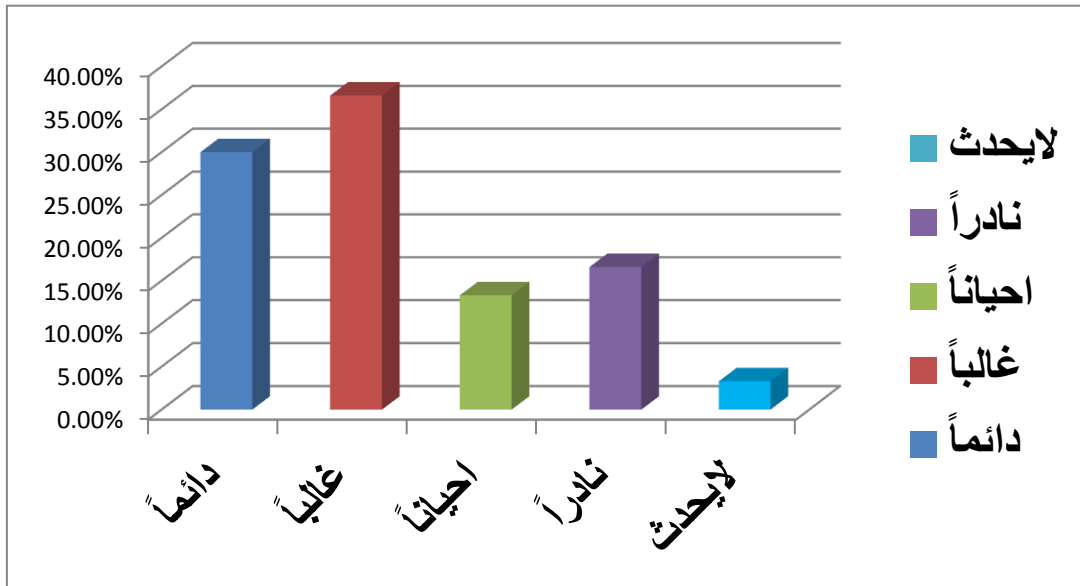


من الجدول رقم "21" والشكل البياني اعلاه جاءت الاجابة على الخيار دائماً بنسبة 16.6 % والاجابة على الخيار غالباً بنسبة 20.2 % والاجابة على الخيار احياناً بنسبة 53.3 % والخيار نادراً بنسبة 6.6% والخيار لا يحدث بنسبة 3.3% ، وبالتالي نلاحظ أن الاجابة على الخيار احياناً بنسبة كبيرة وهذا يدل على ان ادوار ادارة العلاقات العامة بالوزارة تجاه المجتمع قليلة الحدوث كما يراها المبحوثين.

جدول رقم (22) يوضح اجابات مبحوثي الجمهور الداخلي على السؤال الثاني:

تستخدم ادارة العلاقات العامة جميع ادواتها لعكس رسائلها للجمهور	دائماً	غالباً	احياناً	نادراً	لا يحدث	المجموع
العدد	9	11	4	5	1	30
النسبة	%30	%36.6	%13.5	%16.6	%3.3	%100

الشكل البياني رقم (22) يوضح النسب المئوية لمبحوثي الجمهور الداخلي على السؤال الثاني :



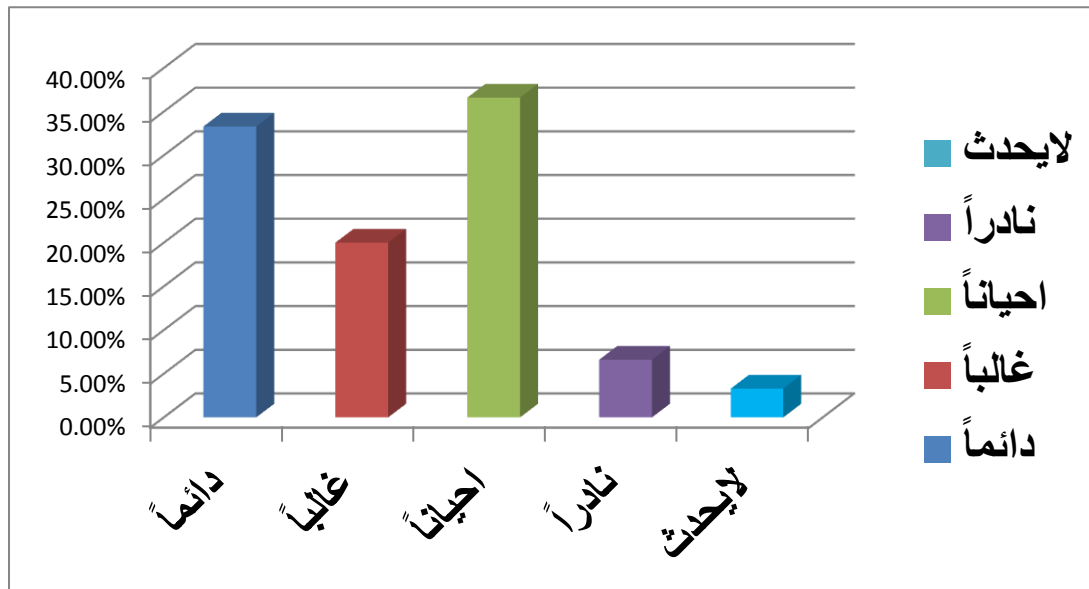
من الجدول رقم "22" والشكل البياني اعلاه جاءت الاجابة على الخيار دائماً بنسبة 30 % والاجابة على الخيار غالباً بنسبة 36.6 % والاجابة على الخيار احياناً بنسبة 13.5 % والخيار نادراً بنسبة 16.6 % والخيار لا يحدث بنسبة 3.3 % ، وبالتالي نلاحظ أنه قد جاءت الاجابة على الخيار غالباً بنسبة كبيرة وهذا يدل على أن المبحوثين من فئة الموظفين موافقون حيث أنهم يرون أن ادارتهم تقوم باستخدام جميع ادواتها لعكس رسائلها للجمهور .

الجدول رقم (23) يوضح اجابات مبحوثي الجمهور الداخلي على السؤال الثالث:

تولي الدارة العليا بالوزارة الاهتمام الاكبر لمكتب الاعلام	دائماً	غالبا	احيانا	نادرا	لا يحدث	المجموع
العدد	10	6	11	2	1	30
النسبة	%33.3	%20.2	%36	%6.6	%3.3	%100

الشكل البياني رقم (23) يوضح النسب المئوية لمبحوثي الجمهور الداخلي

السؤال الثالث:

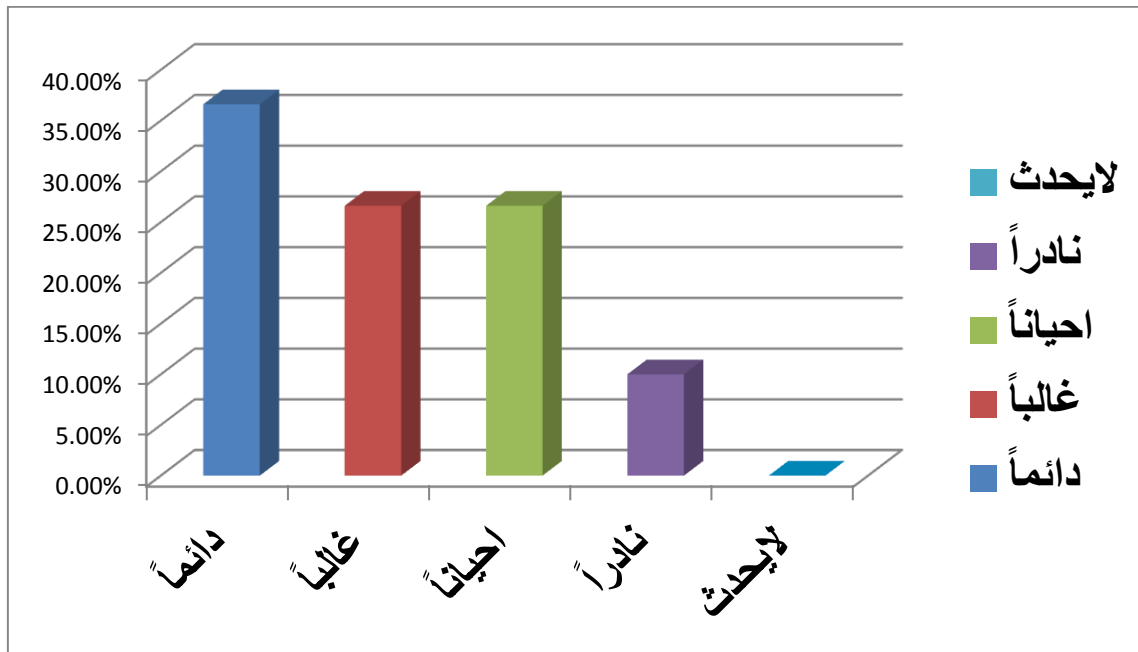


من الجدول رقم "23" والشكل البياني اعلاه جاءت الاجابة على الخيار دائماً بنسبة 33.3% والاجابة على الخيار غالباً بنسبة 20.2% والاجابة على الخيار احياناً بنسبة 36.6% والخيار نادراً بنسبة 6.6% والخيار لا يحدث بنسبة 3.3% ، وبالتالي نلاحظ انه جاءت نسبة الاجابة على الخيار احياناً كبيرة وهذا يدل على أن الموظفين يرون ان الادارة العليا تولي مكتب الاعلام اهتمامها .

الجدول رقم (24) يوضح اجابات مبحوثي الجمهور الداخلي على السؤال الرابع :

تؤدي العلاقات العامة وظيفتها اجتماعية بالوزارة	دائماً	غالبا	احيانا	نادرا	لايحدث	المجموع
العدد	11	8	8	3	0	30
النسبة	%36.6	%26.6	%26.6	%10.2	0	%100

الشكل البياني رقم (24) يوضح النسب المئوية لاجابات مبحوثي الجمهور الداخلي على السؤال الرابع:



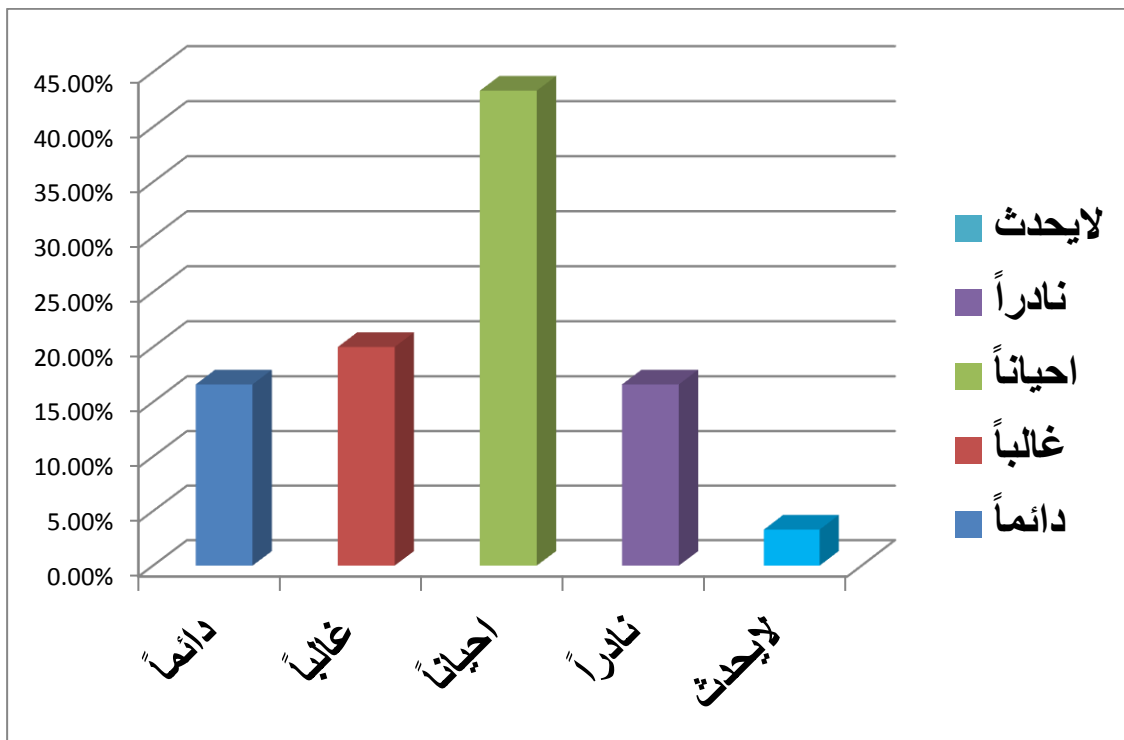
من الجدول رقم "24" والشكل البياني اعلاه جاءت الاجابة على الخيار دائماً بنسبة 36.6 % والاجابة على الخيار غالباً بنسبة 26.6 % والاجابة على الخيار احياناً بنسبة 26.6% والخيار نادراً بنسبة 10.2% واحتجبت الاجابات عن الخيار لا يحدث ، وبالتالي نلاحظ انه قد جاءت الاجابات على الخيار دائماً بالنسبة الاكبر وهذا يدل على ان الموظفين بالادارة تؤدي وظيفتها الاجتماعية داخل الوزارة.

الجدول رقم (25) يوضح اجابات مبحوثي الجمهور الداخلي على السؤال الخامس

المجموع	لا يحدث	نادرا	احيانا	غالبا	دائما	تقوم الإدارة بكامل وظيفتها الاجتماعية
30	1	5	13	6	5	العدد
%100	%3.3	%16.6	%43.5	%20	%16.6	النسبة

الشكل البياني رقم (25) يوضح النسب المئوية لاجابات مبحوثي الجمهور

الداخلي على السؤال الخامس:

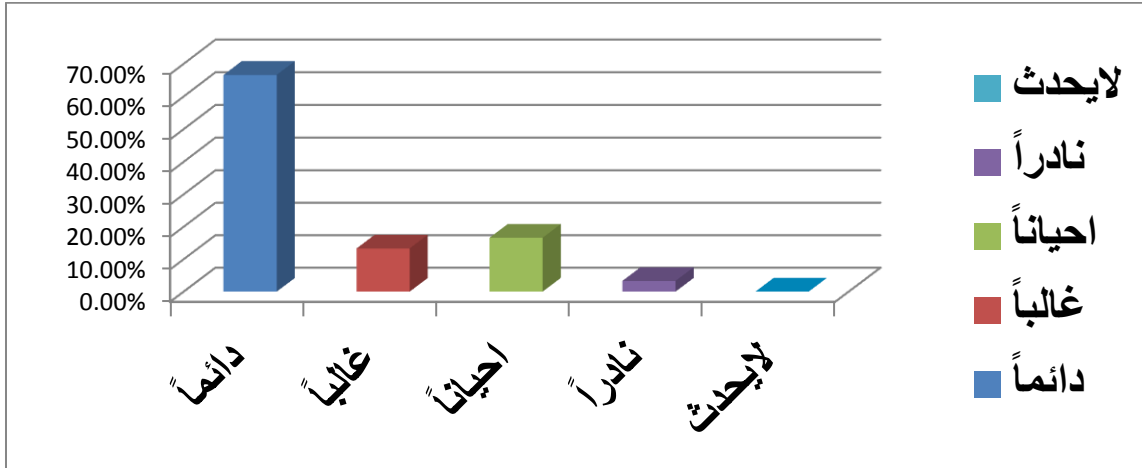


من الجدول رقم "25" والشكل البياني اعلاه جاءت الاجابة على الخيار دائما بنسبة 16.6% والاجابة على الخيار غالبا بنسبة 20% والاجابة على الخيار احيانا بنسبة 43.5% والخيار نادرا بنسبة 16.6% والخيار لا يحدث بنسبة 3.3% ، وبالتالي نلاحظ انه قد جاءت الاجابات على الخيار احيانا بنسبة كبيرة وهذا يدل على أن المبحوثين من فئة الموظفين يجدون ان الإدارة قليلا ما تقوم بمسؤوليتها الاجتماعية

الجدول رقم (26) يوضح اجابات مبحوثي الجمهور الداخلي على السؤال السادس :

تمثل الامكانات المادية عائقا لسير عمل مكتب العلاقات العامة	دائما	غالبا	احيان	نادرا	لا يحدث	المجموع
العدد	20	4	5	1	0	30
النسبة	%66.6	%13.5	%16.6	%3.3	0	%100

الشكل البياني رقم (26) يوضح النسب المئوية لاجابات مبحوثي الجمهور الداخلي على السؤال السادس :

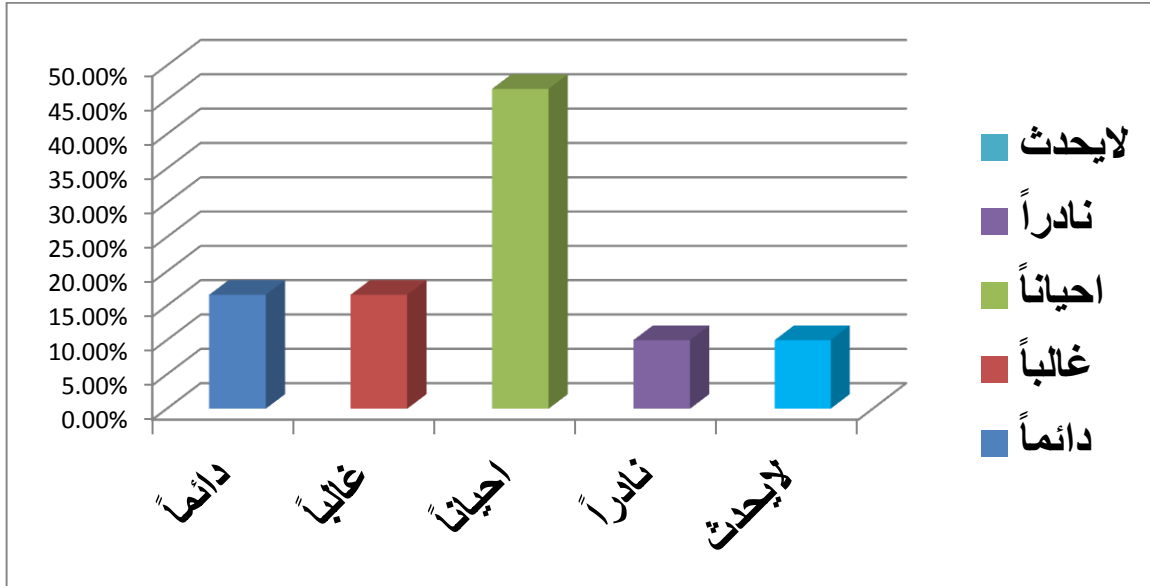


من الجدول رقم "26" والشكل البياني اعلاه جاءت الاجابة على الخيار دائما بنسبة 66.6% والاجابة على الخيار غالبا بنسبة 13.5% والاجابة على الخيار احيانا بنسبة 16.6% والخيار نادرا بنسبة 3.3% واحتجبت الاجابات عن الخيار لا يحدث ، وبالتالي نلاحظ انه قد حظي الخيار دائما على النصيب الاكبر من مجموع الاجابات وهذا يدل على ان الامكانات المادية تمثل عائقا على سير عمل مكتب الاعلام وهذا يجيب على السؤال رقم "7" من أسئلة البحث .

الجدول رقم (27) يوضح اجابات مبحوثي الجمهور الداخلي على السؤال السابع :

المجموع	لايحدث	نادرا	احيانا	غالبا	دائما	تجد إدارة العلاقات العامة تفاعلا من الجمهور تجاه رسائلها
30	3	3	14	5	5	العدد
%100	%10	%10	%46.7	%16.7	%16,6	النسبة

الشكل البياني رقم (27) يوضح النسب المئوية لاجابات مبحوثي الجمهور الداخلي على السؤال السابع :



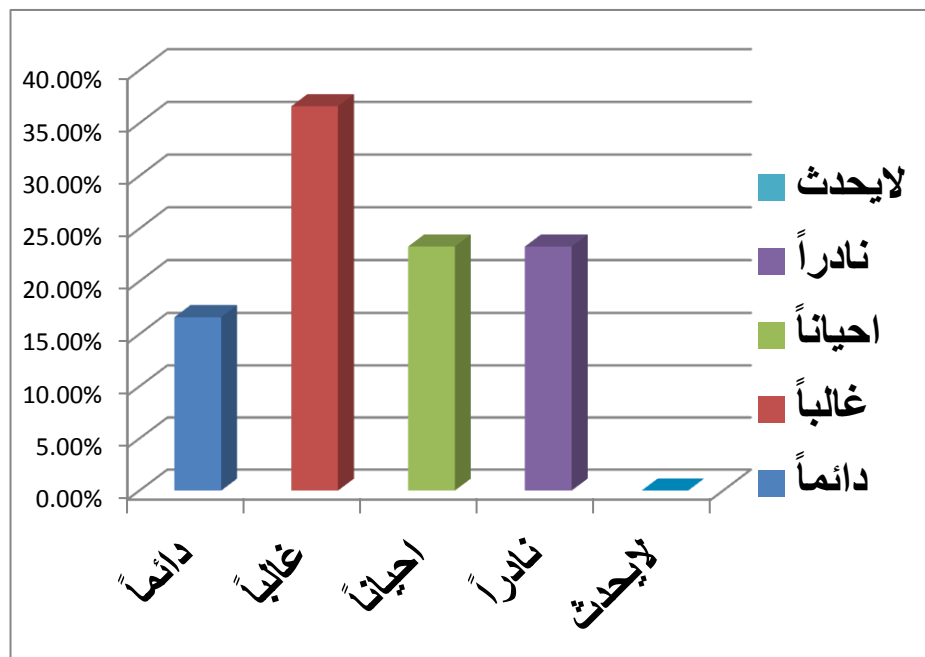
من الجدول رقم "27" والشكل البياني اعلاه جاءت الاجابة على الخيار دائما بنسبة 16.6% والاجابة على الخيار غالبا بنسبة 16.7% والاجابة على الخيار احيانا بنسبة 46.7% والخيار نادرا بنسبة 10% والخيار لا يحدث بنسبة 10% ، وبالتالي نلاحظ أنه قد جاءت الاجابات بنسبة اكبر على الخيار احيانا وهذا يدل على أن الموظفين غير راضون تماما عن تفاعل الجمهور مع رسائل الادارة فهم يجدونه قليلا وهذا يجيب على السؤال رقم "8" من أسئلة البحث.

الجدول رقم (28) يوضح اجابات مبحوثي الجمهور الداخلي على السؤال الثامن :

تسعي الادارة للحد من مشكلات النسيج الاجتماعي بالولاية	دائماً	غالبا	احيانا	نادرا	لا يحدث	المجموع
العدد	5	11	7	7	0	30
النسبة	%16.6	%36.6	%23.4	%23.4	0	%100

الشكل البياني رقم (28) يوضح النسب المئوية لإجابات مبحوثي الجمهور

الداخلي على السؤال الثامن



من الجدول رقم "28" والشكل البياني اعلاه جاءت الاجابة على الخيار دائماً بنسبة 16.6 % والاجابة على الخيار غالبا بنسبة 36.6 % والاجابة على الخيار احيانا بنسبة 23.4% والخيار نادرا بنسبة 23.4% والخيار لا يحدث صفر ، وبالتالي نلاحظ ان الاجابات قد جاءت بنسبة كبيرة على الخيار غالبا وهذا يؤكد أن الموظفين موافقون على أن ادارتهم تسعي للحد من مشكلات النسيج الاجتماعي .

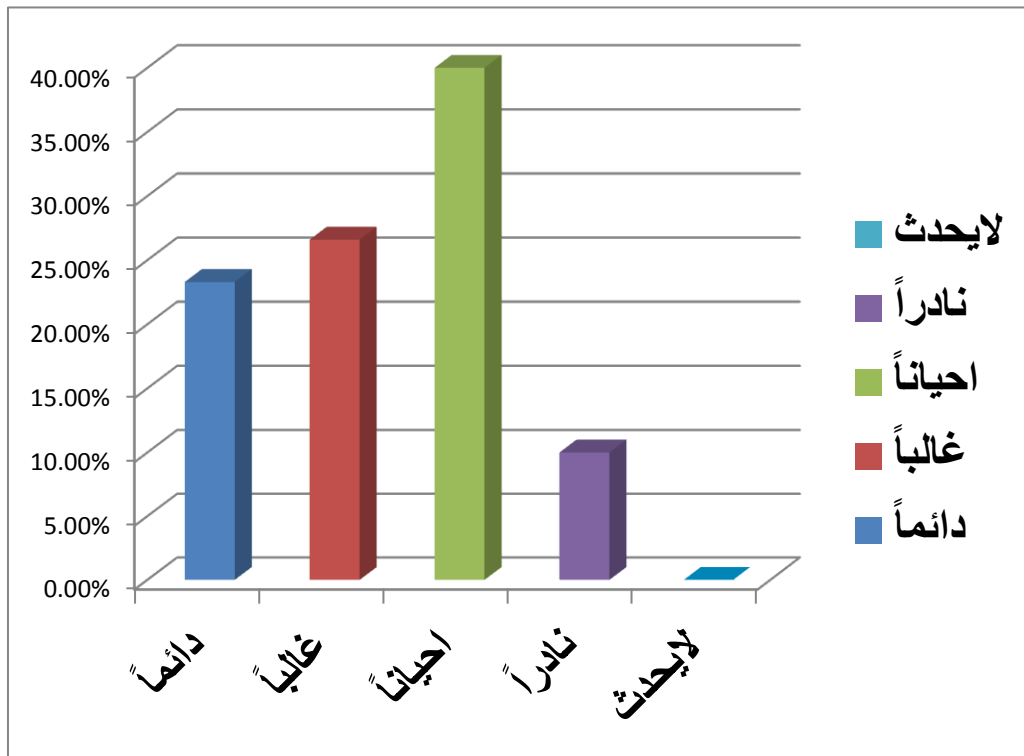


جدول رقم (29) يوضح إجابات مبحوثي الجمهور الداخلي على السؤال التاسع :

تقوم الإدارة بالتخطيط	دائماً	غالبا	احيان	نادرا	لا يحدث	المجموع
العدد	7	8	12	3	0	30
النسبة	%23.3	%26.6	%40	%10.1	0	%100

الشكل البياني رقم (29) يوضح النسب المئوية لإجابات مبحوثي الجمهور

الداخلي على السؤال التاسع :



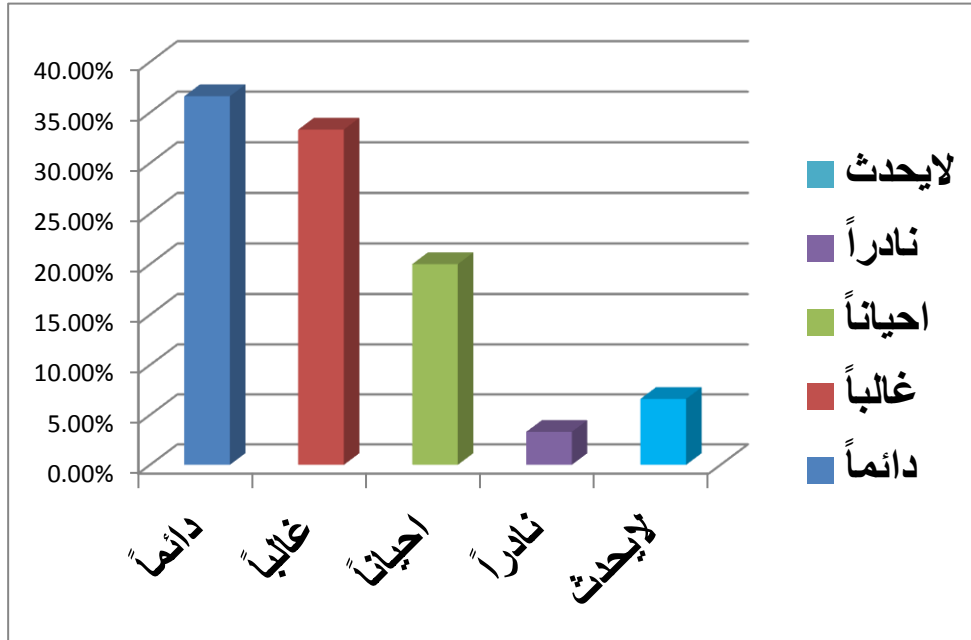
من الجدول رقم "29" والشكل البياني اعلاه جاءت الاجابة على الخيار دائماً بنسبة 23.3 % والاجابة على الخيار غالبا بنسبة 26.6 % والاجابة على الخيار احيانا بنسبة 40% والخيار نادرا بنسبة 10.1% عن الخيار لا يحدث صفر، ومن الملاحظ انه قد جاءت الاجابات على الخيار احيانا بنسبة كبيرة وهذا يؤكد أن الموظفين يرون أنه قليلا ما تهتم الإدارة بالتخطيط وهذا يجيب على السؤال رقم "9" من أسئلة البحث رغم أن التخطيط وظيفة أساسية من وظائف العلاقات العامة .

الجدول رقم (30) يوضح إجابات مبحوثي الجمهور الداخلي على السؤال العاشر :

المجموع	لا يحدث	نادرا	احيانا	غالبا	دائما	يؤدي الاتصال الصاعد والهابط بين الادارات دورا مهما في عمل الوزارة
30	2	1	6	10	11	العدد
%100	%6.6	%3.3	%20.1	%33.3	%36.6	النسبة

الشكل البياني رقم (30) يوضح النسب المئوية لإجابات مبحوثي الجمهور

الداخلي على السؤال العاشر :

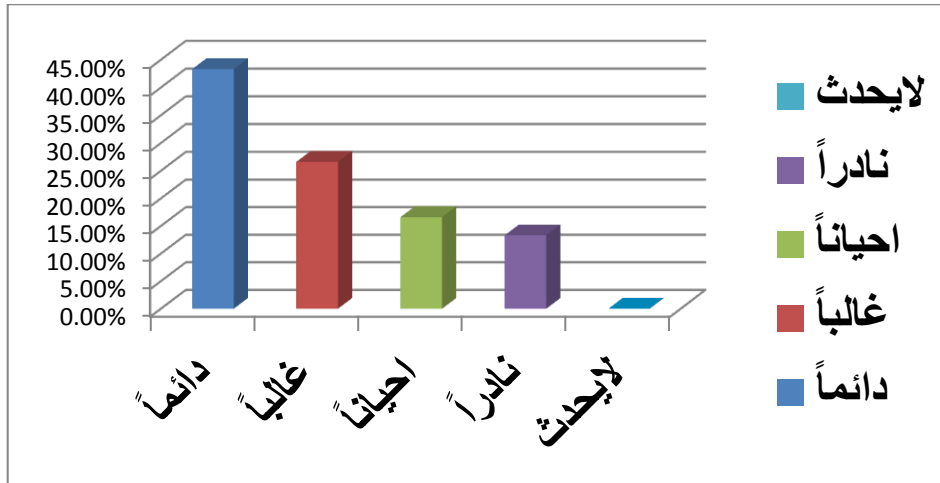


من الجدول رقم "30" والشكل البياني اعلاه جاءت الاجابة على الخيار دائما بنسبة 36.6% والاجابة على الخيار غالبا بنسبة 33.3% والاجابة على الخيار احيانا بنسبة 20.1% والخيار نادرا بنسبة 3.3% و الخيار لا يحدث 6.6%، ومن الملاحظ انه قد جاءت الاجابات بنسبة كبيرة على الخيار دائما يليه الخيار غالبا وهذا يؤكد أن المبحوثين يرون الاتصال الصاعد والهابط بين الادارات له أدوار مهمة في عمل الوزارة وهذا يجيب على السؤال رقم "6" من اسئلة البحث.

الجدول رقم (31) يوضح إجابات مبحوثي الجمهور الداخلي على السؤال الحادي عشر:

المجموع	لا يحدث	نادرا	احيانا	غالبا	دائما	تستفيد الادارة من وسائل الاتصال الجماهيري في بث رسائلها عن النسيج الإجتماعي
30	0	4	5	8	13	العدد
%100	0	%13.4	16.6	%26.6	%43.4	النسبة

الشكل البياني رقم (31) يوضح النسب المئوية لاجابات مبحوثي الجمهور الداخلي على السؤال الحادي عشر:



من الجدول رقم "31" والشكل البياني اعلاه جاءت الاجابة على الخيار دائماً بنسبة 43.4% والاجابة على الخيار غالباً بنسبة 26.6% والاجابة على الخيار احيانا بنسبة 16.6% والخيار نادرا بنسبة 13.4% و احتجبت الاجابات عن الخيار لا يحدث ، في هذه الحالة نلاحظ انه قد جاءت الاجابات على الخيار دائماً بنسبة كبيرة

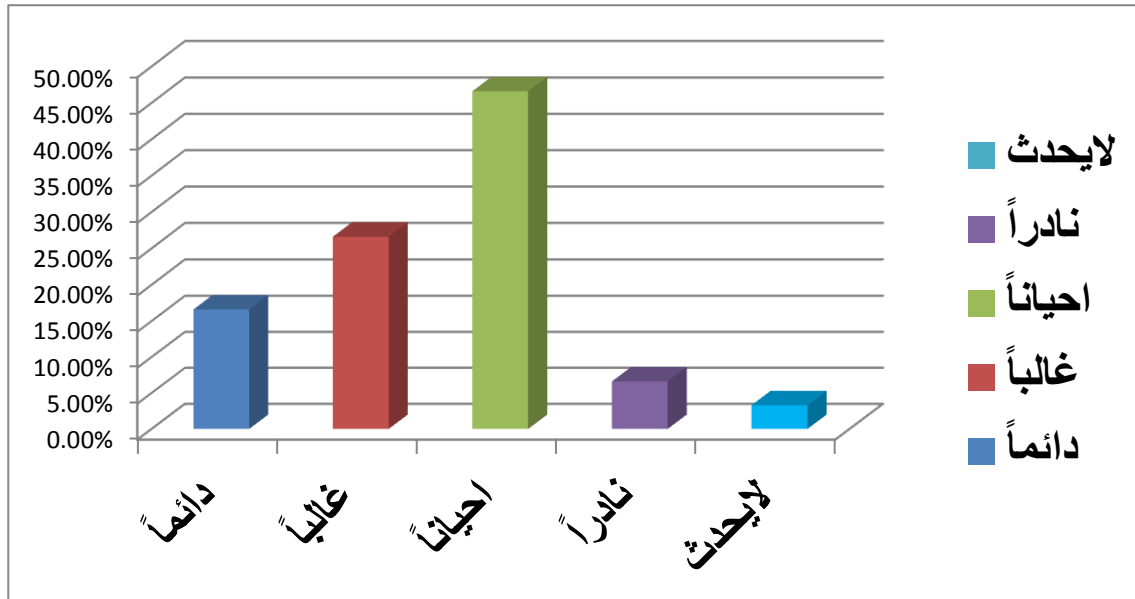
وهذا يدل على ان المبحوثين يرون انه دائما ما تستفيد ادارتهم من وسائل الاتصال الجماهيري في بث رسائلها.

### الجدول رقم (32) يوضح إجابات مبحوثي الجمهور الداخلي على السؤال الثاني

عشر :

تخطط الوزارة لتحسين ادائها في اتجاه العلاقات الاجتماعية	دائماً	غالبا	احيانا	نادرا	لا يحدث	المجموع
العدد	5	8	14	2	1	30
النسبة	16.7%	26.7%	46.6%	6.7%	3.3%	100%

الشكل البياني رقم (32) يوضح النسب المئوية لاجابات مبحوثي الجمهور الداخلي على السؤال الثاني عشر:



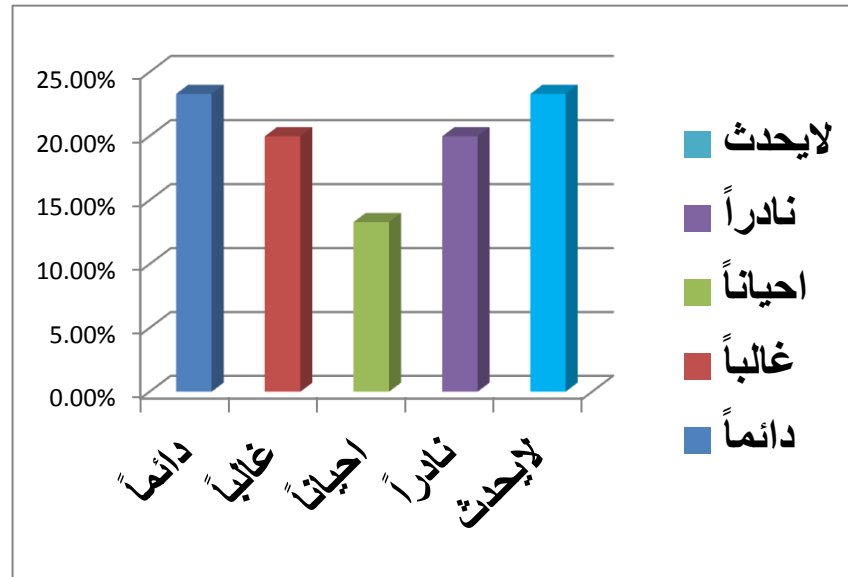
من الجدول رقم "32" والشكل البياني اعلاه جاءت الاجابة على الخيار دائماً بنسبة 16.7% والاجابة على الخيار غالباً بنسبة 26.7% والاجابة على الخيار احيانا بنسبة 46.6% والخيار نادرا بنسبة 6.7% و الخيار لا يحدث 3.3%، في هذه الحالة نلاحظ انه قد جاءت الاجابات على الخيار احيانا بنسبة كبيرة وهذا يدل على

ان المبحوثين يرون ان الوزارة قليلا ما تخطط لتحسين أدائها في مجال العلاقات العامة الاجتماعية .

الجدول رقم (33) يوضح اجابات مبحوثي الجمهور الداخلي على السؤال الثالث عشر:

تسهم الوزارة في فض النزاعات القبلية والجهوية والحد من تفاقمها	دائماً	غالبا	احيانا	نادرا	لا يحدث	المجموع
العدد	7	6	4	6	7	30
النسبة	%23.3	%20	%13.3	%20.1	%23.3	%100

الشكل البياني رقم (33) يوضح النسب المئوية لاجابات مبحوثي الشق الثاني على السؤال الثالث عشر:



من الجدول رقم " 33 " والشكل اعلاه نجد انها جاءت على الخيار دائماً بنسبة 23.3 % والخيار غالباً بنسبة 20 % والخيار احياناً بنسبة 13.3 % والخيار نادراً 20.1 % والخيار لا يحدث بنسبة 23.3 % ، ومن هذا نلاحظ أن الاجابات

متطابقة على الخيارين دائما ولا يحدث ومقاربة على الخيارين غالبا ونادرا وهذا يدل على ان الموظفين يختلفون بشكل ملحوظ حول وجهة نظرهم في إسهامات الوزارة بفض النزاعات القبلية والجهوية والحد من تفاقمها .

## رابعاً: النتائج :

توصلت الدراسة لعدة نتائج هي :

1. اثبتت الدراسة أن المشكلات البسيطة تتطور لتصبح مشكلات قبلية و جهوية بنسبة كبيرة.
2. توصلت الدراسة الى أن الوزارة تؤدي ادوار في حل القضايا المحلية .
3. اكدت الدراسة ان الجمهور يتعرض للرسائل التي تبثها ادارة العلاقات العامة بالوزارة عبر وسائل الاعلام الجماهيري.
4. توصلت الدراسة الى أن الوزارة تساهم في دعم استقرار النسيج الاجتماعي وحل مشكلاته بالولاية.
5. اكدت الدراسة ان حجب المعلومات واخفاءها في القضايا الجهوية والقبلية يساهم في سرعة حلها.
6. كما أن للجان الصلح الحكومية التي تترأسها الوزارة في بعض الاحيان أدوار في حل المشكلات القبلية.
7. اكدت الدراسة أن عكس أدوار الادارات الاهلية والقوات الامنية عبر وسائل الاعلام يساهم في حل المشكلات ويحصر مستوى التناحر .
8. كما أن الدراسة أثبتت ان الامكانيات المادية تمثل عائقا كبيرا بنسبة كبيرة لسير عمل مكتب الاعلام بالوزارة.
9. اكدت الدراسة أن المواطنون يثقون بنسبة قليلة في ادوار الوزارة بدعم التعايش القبلي بالولاية.
10. اثبتت الدراسة أن ادارة العلاقات العامة ينقصها قلة التخطيط لتصميم برامجها الاجتماعية .
11. اثبتت الدراسة ان الادارة تستفيد من وسائل الاتصال الجماهيري لبث رسائلها وتستخدم جميع ادواتها الاخرى لعكس رسائلها للجمهور .

12. توصلت الدراسة الى أن الوزارة تسهم في فض النزاعات القبلية والجهوية بالولاية.
13. اثبتت الدراسة ان ادارة العلاقات العامة تؤدي وظيفتها الاجتماعية داخل وخارج الوزارة .
14. اكدت الدراسة ان ادارة العلاقات العامة تسعى للحد من مشكلات النسيج الاجتماعي بالولاية .



## الخاتمة:

ان مشكلات النسيج الاجتماعي تسري احيانا في الخفاء ولكن لها تداعيات خطيرة على تماسك المجتمع وسلامة تكوينه وترابطه لذا يجب الانتباه لها ومحاولة تفعيل الامكانيات المتاحة للحد من انتشارها وتبصير المجتمعات وتحصين الناس ضدها ونشر المعرفة للوقاية منها ، يجب على القائمين على عمل الاعلام عدم التهاون بمثل هذه القضايا واغفال التعرض لها وعليه اصطحابها في جميع الخطط الاعلامية بالمؤسسات العامة والخاصة التي تحتك بالجمهور بشكل مباشر ومستمر ومن هنا توصي الدراسة بالاتي :

## خامساً:التوصيات :

1. وضع الخطط لتفعيل عمل العلاقات العامة في المجالات الاجتماعية .
2. توصي الدراسة بالاهتمام بالمسئولية الاجتماعية بالعلاقات العامة.
3. توصي الدراسة بتسخير الامكانيات المادية اللازمة لتسيير عمل مكتب العلاقات العامة بالوزارة.
4. توصي الدراسة بضرورة اجراء بحوث قياس الرأي العام بشكل مستمر .
5. توصي الدراسة بضرورة عكس الادوار التي تقوم بها الوزارة في فض النزاعات القبلية لكسب ثقة الجمهور .
6. توصي الدراسة باستخدام جميع الادوات المتاحة في عمل العلاقات العامة مثل المؤتمرات والنشرات والندوات لنشر روح التعايش.
7. على ادارة العلاقات العامة تكثيف برامجها عبر وسائل الاتصال الجماهيري خصوصا في المجالات الاجتماعية .

8. توصي الدراسة بالاهتمام بمعالجة المشكلات البسيطة قبل تطورها لتصبح مشكلات قبلية وجاهوية ومحاولة تادية أدوار فعالة في أوقات مبكرة.

سادسا: المصادر والمراجع:

أولاً : القرآن الكريم

ثانياً: المراجع العربية :

1. أبو أصعب ، صالح خليل (2004) ، العلاقات العامة والاتصال الانساني - دار الشروق للنشر والتوزيع ، رام الله - فلسطين ، الطبعة العربية الاولى ، الاصدار الاول.
2. أبوزيد ، أحمد (2011) ، البناء الاجتماعي مدخل الى دراسة المجتمع ، دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع ، الاسكندرية - مصر .
3. بدر ، أحمد (2001)، أول البحث العلمي ومناهجة ، المكتبة الاكاديمية ، الطبعة العربية الاولى.
4. جرادات ، عبدالناصر أحمد ، والشامي ، لبنان هاتف ، (2009)، أسس العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق ، دار الباروزي العلمية للنشر والتوزيع ، عمان الاردن ، الطبعة العربية.
5. جودة ، محفوظ أحمد (2006) ، العلاقات العامة مفاهيم وممارسات ، المكتبة الوطنية ، عمان - الاردن.
6. حجاب ، محمد منير (2007) ، العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، القاهرة - كمصر ، الطبعة الاولى.
7. حجاب ، محمد منير ، ووهبي ، سحر محمد - المدخل الاساسية للعلاقات العامة ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، القاهرة - مصر.
8. حداد ، مهنا (1991) ، مدخل الى العلوم الاجتماعية دار مجدلاوي - عمان الاردن الطبعة الاولى.

9. الخطيب ، سعادة راغب أحمد (2000) ، المدخل الى العلاقات العامة ، دار المسيرة للنشرة والتوزيع والطباعة ، عمان - الاردن .
10. زين ، منصور محمد (2011) ، العلاقات العامة في السودان ، مطبعة جامعة أفريقيا العالمية - الخرطوم ، السودان .
11. شتا ، السيد على (2015) ، المجتمع البشري ، المكتبة المصرية للنشر والتوزيع - القاهرة مصر ، الطبعة الاولى .
12. الشريف ، عبدالله محمد (2008) ، مناهج لبحث العلمي ، مؤسسة لثقافة الجامعية ، لاسكندرية - مصر .
13. عبدو ، منال محمد مراد (2010) ، القائم بالاتصال في العلاقات العامة (السمات والخصائص) ، مطبعة أرو .
14. عقيل ، حسين عقيل (1999) ، فسافة مناهج البحث العلمي ، مكتبة مدبولي .
15. غريب ، عبدالسميع (2009) ، علم الاجتماع (مفاهيم - موضوعات - دراسات) ، مؤسسة شباب الجامعة الاسكندرية - مصر .
16. فرج ، عصام الدين (2010) ، إدارة العلاقات العامة ، درا النهضة العربية ، القاهرة - مصر ، الطبعة الثانية .
17. ليلة ، علي (2013) ، المجتمع المدني العربي وقضايا المواطنة وحقوق الانسان ، مكتبة الانجلو المصرية \_ القاهرة ، مصر ، طبعة الثانية .
18. ماكفير ، وبيرج ، شارل (1974) ، المجتمع الجزء الاول ، مكتبة النهضة المصرية ، القاهرة - مصر ، الطبعة الثالثة .
19. محمد ، مصطفى عبدالسميع ، و ساكروس ، فيليب (2007) - البحث العلمي في المجالات العلمية ، دار العين للنشر ، الطبعة لاولي .

20. مصطفى ، عبدالحكيم خليل (2009) ،العلاقات العامة بين المفهوم النظري والتطبيق العلمي - الدار العالمية للنشر والتوزيع ، الجيزة - مصر ، الطبعة الاولى.
21. هارون ، الطيب أحمد (2009) ، أقليم ولاية النيل الابيض ، شركة مطابع السودان للعملة المحدودة.
22. يوسف ، محمد (2008) ، فن العلاقات العامة ، الدار العربية للنشر والتوزيع - جامعة القاهرة ، الطبعة الاولى.
23. يوسف ، محمد (2008) ، مقدمة في العلاقات العامة ، الدار العربية للنشر والتوزيع - جامعة القاهرة - مصر ، الطبعة الاولى.
24. الفوال ، صالح مصطفى (1983)،البناء الإجتماعي للمجتمعات البدوية ، مطبعة دار الفكر العربي ، القاهرة.
25. قاسم ، عون الشريف(1990) ، من صور التمازج القومي فيالسودان ، دار جامعة إمدرمان الإسلامية للطباعة والنشر ، الطبعة الثانية.

### ثالثا : الرسائل الجامعية:

1. نور الهادي ، هدى الزبير (2010) ، وظيفة العلاقات العامة في المؤسسات الحكومي في السودان ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة أمدرمان الاسلامية ، كلية الدراسات العليا.
2. نور ، أزاهر حسن أحمد (2006) ، الوظيفة الاجتماعية للعلاقات العامة ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة أمدرمان الاسلامية ، كلية الدراسات العليا.

3. أحمد ، شاذلي عوض عبد الفضيل (2015) ، فاعلية العلاقات العامة في تطوير أداء المؤسسات الحكومية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا ، كلية الدراسات العليا .
4. خليل ، مياسة خليل هاشم ، (2017) ، دور الإعلام في تحقيق أهداف العلاقات العامة في المؤسسات الإجتماعية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة أفريقيا العالمية ، كلية الدراسات العليا .
5. الأمين ، سلوى عبد الله ، (2016) ، دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمنشآت الحكومية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة أفريقيا العالمية ، كلية الدراسات العليا .

#### رابعاً : المقابلات :

1. مبارك محمد إدريس ، مدير عام وزارة الشؤون الاجتماعية ولاية النيل الابيض ، مقابلة بمكتبة في الوزارة بتاريخ 2017/10/1 الساعة الثانية عشر (12:00) ظهراً.
2. عبد المولى موسى محمد ، معتمد محلية كوستى السابق ، مقابلة بمكتبة في كلية علوم الاتصال جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا بتاريخ 2017/12/31م في الساعة العاشرة (10:00) صباحاً.

#### الدوائر الحكومية:

1. وزارة الشؤون الاجتماعية /ولاية النيل الأبيض /كوستي

2. رئاسة شرطة ولاية النيل الابيض /ريك
- 3.وزارة الثقافة والاعلام والسياحة/ولاية النيل الأبيض /كوستي
4. الجهاز المركزي للإحصاء /ولاية النيل الأبيض /كوستي

#### خامسا : مواقع الانترنت:

1. سر لخم ، نبوية (2010) ، مؤشرات سالبة تهدد النسيج الاجتماعي ، مقال منشور على موقع سودارس ، [www.sudaress.com](http://www.sudaress.com) ، تاريخ النشر (2010/2/18) تاريخ الزيارة (2015/9/8) الساعة العاشرة (10:00) صباحاً.
2. عجيلات ، فارس نبيل (2011) ،المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة في شركات الاتصالات الاردنية ،دراسة منشورة على الموقع الرسمي لجامعة الشرق الاوسط ، [www.middleEastuniversity](http://www.middleEastuniversity) ، تاريخ النشر (2011/11/24) ، تاريخ الزيارة (2016/10/18) الساعة الحادية عشر والنصف (11:30) صباحاً.
3. خضر ، مجد (2016) ، تعريف المجتمع لغة وأصطلاحاً على موقع موضوع، [mawdoo3.com](http://mawdoo3.com) تاريخ النشر (2016/1/26) تاريخ الزيارة (2017/8/11) الساعة الثامنة (8:00) صباحاً.
4. مشعلة ، فاطمة (2016)، مفهوم المجتمع ومكوناته - على موقع موضوع ، [mawdoo3.com](http://mawdoo3.com) تاريخ النشر (2016/10/17) ن تاريخ الزيارة (2017/8/11) الساعة العاشرة (10:00) صباحاً.
5. الموسوعة الحرة (2014) ،معنى كلمة انثروبولوجيا، <https://ar.m.wikipedia.org>، تاريخ النشر (2014/11/27) تاريخ الزيارة (2017/9/15) الساعة الثانية عشر (12:00) ظهراً.

6. ايميجز ، غيتي (2015) ، القبليّة جاهليّة عهد الانقاذ ، مقال منشور على الموقع الرسمي لقناة الجزيرة القطرية [www.aljazeera.net](http://www.aljazeera.net) تاريخ النشر (2015/6/19) ، تاريخ الزيارة (2017/9/1) الساعة التاسعة صباحاً.
7. الموسوعة الحرة (2015) ، ولاية النيل الابيض، Wiki <https://ar.m.wikipedia.org> تاريخ النشر (2015/2/26) ، تاريخ الزيارة (2017/11/24) – الساعة الثانية عشر (12:00) ظهراً.



سابعا : الملاحق

ملحق رقم (1)

بسم الله الرحمن الرحيم

عزيزي الموظف/ عزيزتي الموظفة

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

تقوم الباحثة بإعداد دراسة بعنوان: "فاعلية العلاقات العامة في المحافظة على تماسك النسيج الاجتماعي" دراسة تطبيقية على وزارة الشؤون الاجتماعية بولاية النيل الأبيض في الفترة من (2014-2015م)، آملّة التكرم بالإجابة عن أسئلة هذه الإستبانة بوضع علامة ( √ ) أمام الإجابة التي تتوافق مع وجهة نظركم مؤكدةً أن جميع المعلومات الواردة فيها مخصصة لأغراض البحث العلمي فقط.

ولكم جزيل الشكر والتقدير،،،،

خنساء الطيب الصادق الخليفة

طالبة ماجستير جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا

أولاً: البيانات الشخصية:

س1- النوع:

أ/ ذكر ( ) ب/ أنثى ( )

س2- العمر:

أ/ أقل من 25 ( ) ب/ من 26 - 35 ( )  
ج / من 36 - 45 ( ) د/ من 46 فأكثر ( )

س3- الحالة الاجتماعية:

أ/ متزوج ( ) ب/ غير متزوج ( )  
ج/ مطلق ( ) د/ أرمل ( )

س4- المستوى التعليمي:

أ/ دون الثانوي ( ) ب/ ثانوي ( )  
ج/ جامعي ( ) د/ فوق الجامعي ( )

س5- سنين الخبرة:

أ/ أقل من 5 سنة ( ) ب/ من 5-10 ( )  
ج/ من 10-15 سنة ( ) د/ من 15-20 سنة ( )  
هـ/ أكثر من 20 سنة ( )

## الأسئلة العامة

الرقم	العبارة	دائماً	غالباً	أحياناً	نادراً	لا يحدث
1	تقوم إدارة العلاقات العامة بالوزارة بدورها تجاه المجتمع					
2	تستخدم إدارة العلاقات العامة جميع أدواتها لعكس رسائلها للجمهور					
3	تولي الإدارة العليا بالوزارة الإهتمام الأكبر لمكتب الإعلام					
4	تؤدي العلاقات العامة وظيفة اجتماعية بالوزارة					
5	تقوم الإدارة بكامل مسؤوليتها الاجتماعية					
6	تمثل الامكانات المادية عائقاً لسير عمل مكتب العلاقات العامة					
7	تجد الإدارة تفاعلاً من الجمهور تجاه رسائلها					
8	تسعى الإدارة للحد من مشكلات النسيج الاجتماعي بالولاية					
9	تهتم الإدارة بالتخطيط					
10	يؤدي الإتصال الصاعد والهابط بين الإدارات دوراً مهماً في عمل الوزارة					
11	تستفيد الإدارة من وسائل الإتصال الجماهيري في بث رسائلها					
12	تخطط الوزارة لتحسين أدائها في اتجاه العلاقات العامة الاجتماعية					
13	تسهم الوزارة في فض النزاعات القبلية والجهوية والحد من تفاقمها					

## ملحق رقم (2)

بسم الله الرحمن الرحيم

عزيزي الموطن/ عزيزتي المواطنة

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

تقوم الباحثة بإعداد دراسة بعنوان: "فاعلية العلاقات العامة في المحافظة على تماسك النسيج الاجتماعي" دراسة تطبيقية على وزارة الشؤون الاجتماعية بولاية النيل الأبيض في الفترة من (2014-2015م)، آملّة التكرم بالإجابة عن أسئلة هذه الإستبانة بوضع علامة ( ✓ ) أمام الإجابة التي تتوافق مع وجهة نظركم، مؤكدةً أن جميع المعلومات الواردة فيها مخصصة لأغراض البحث العلمي فقط.

ولكم جزيل الشكر والتقدير،،،،

خنساء الطيب الصادق الخليفة

طالبة ماجستير جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا

أولاً: البيانات الشخصية:

س1- النوع:

أ/ ذكر ( ) ب/ أنثى ( )

س2- العمر:

أ/ أقل من 25 ( ) ب/ من 26 - 35 ( )  
ج / من 36 - 45 ( ) د/ من 46 فأكثر ( )

س3- الحالة الاجتماعية:

أ/ متزوج ( ) ب/ غير متزوج ( )  
ج/ مطلق ( ) د/ أرمل ( )

س4- المستوى التعليمي:

أ/ دون الثانوي ( ) ب/ ثانوي ( )  
ج/ جامعي ( ) د/ فوق الجامعي ( )



ملحق رقم (3)

مقابلة رقم (1)

### مقابلة مع مدير عام وزارة الشؤون الإجتماعية

- 1/ هناك بعض الصراعات القبلية التي طرأت علي الولاية مؤخرا ، ماهي الادوار التي قامت بها الوزارة للحد منها ومعالجتها ؟
- 2/ هل تقوم ادارة الاعلام والعلاقات العامة بوزارتكم بدورها ومسئوليتها تجاه المجتمع؟
- 3/ هل يولي مكتب الوزير الاهتمام الاكبر لمكتب الاعلام والعلاقات العامة ؟
- 4/ هل تخطط الادارة بالوزارة لتحسين اداء مكتب الاعلام وتسخر له الامكانيات اللازمة ؟
- 5/ هل تشمل خطط وبرامج الوزارة تسليط الضوء علي المشكلات القبلية والجهوية بالولاية عن طريق عمل مكتب الاعلام ؟
- 6/ لجان الصلح التي كونتها حكومة الولاية ماهي الادوار التي تقوم بها وهل لها تأثير ملموس للحد من المشكلات الجهوية بالولاية ؟
- 7/ هل لدي الوزارة خطة استراتيجية وماهي اهدافها في مجال برامج الاعلام المجتمعي ودعم التعايش السلمي ؟
- 8/ هل لدي الوزارة اتصال بوجهاء المجتمع والعمد والمشايخ والشعبيين للتعاون معهم والاستفادة من ادوارهم لدعم تماسك النسيج الاجتماعي بالولاية ؟
- 9/ هل تتعاون الوزارة مع الجهات المختصة والجهات الامنية والشرطية في حال وقوع مشكلات قبلية ؟
- 10 / هل تهتم الوزارة وتكون علي مقربة مما يحدث بالمجتمع لعكس رسائل وبرامج تتوافق مع الاحداث وتواكبها ؟

ملحق رقم (4)

مقابلة رقم (2)

### مقابلة مع معتمد محلية كوستي السابق

- 1/ هل حدثت مشكلات بالمحلية اثناء فترتكم بها صنفتم كمشكلات قبلية و جهوية ؟
- 2/ برأيكم ماهي الاسباب التي قد تؤدي لحدوث مثل هذه المشكلات ؟
- 3/ ماهي الحلول والمعالجات المناسبة لمثل هذه المشكلات ؟
- 4/ كيف يمكن تفادي الصراعات القبلية والجهوية بالولاية والحد من انتشارها ؟
- 5/ هل تتطور بعض المشكلات من مشكلات بسيطة لتصبح صراعات قبلية جهوية وكيف يمكن تفادي مثل هذه التطورات الخطيرة ؟
- 6/ ماهي الاثار السالبة التي يمكن ان تحدث من جراء مثل هذه الصراعات وماهي اثارها علي ترابط النسيج الاجتماعي بالولاية ؟
- 7/ ماهي الادوار التي يمكن تلعبها الحكومة بالولاية لحل الصراعات القبلية والجهوية وكيف يمكن تسخير امكانيات المؤسسات الحكومية في هذا الاتجاه ؟
- 8/ كيف يمكن لإدارات الإعلام والعلاقات العامة بمؤسسات الولاية الحكومية لعب ادوار مهمة للمساهمة في حل هذه المشكلات والحد من اثارها ؟
- 9/ نشر ثقافة السلام والتعايش السلمي عبر وسائل الاعلام هل يساهم في استقرار الاوضاع الامنية بالولاية ؟
- 10/ ماهي اهم الرسائل التي يجب ان يوجهها الاعلام للحد من وقوع المشكلات والصراعات القبلية بالولاية ؟



المحلية : كوستي  
الوحدة الإدارية : أم هاتي

0 - 4 Ma0	4 - 14 Ma5	14 - 24 Ma15	24 - 34 Ma25	34 - 44 Ma35	44 - 54 Ma45	54 - 64 Ma55	64 - 74 Ma65	74 - 84 Ma75	84 - 94 Ma85	94 - 104 Ma95	Tot_HHS	PAU_Name
80	90	127	139	88	129	100	142	104	82	1081	201	الإدارة الشعبية
188	181	249	279	153	191	180	210	101	97	1829	302	لين
67	76	122	131	68	107	110	128	74	88	971	171	فردود الخيل
351	275	602	565	397	500	431	625	358	349	4453	729	أم هاتي
244	196	375	332	153	249	185	291	128	135	2288	381	أم عضاء أراك
119	123	197	216	92	144	105	167	67	70	1300	242	ابيض ضميرك
198	206	314	287	175	206	194	267	111	98	2056	361	أبو عبيج
25	46	83	66	29	38	42	48	25	20	422	67	أم عضاء اولاد النيل
71	80	92	81	60	69	72	71	34	30	660	134	القلعة
123	122	220	203	99	128	103	160	84	77	1319	240	أبو تماشيج
57	65	128	125	88	87	79	126	67	72	894	164	كحول
79	82	114	124	69	101	76	101	41	47	834	139	الجميلون
62	52	103	115	82	91	84	89	58	44	780	108	الرقبة
224	226	377	391	233	321	229	282	167	168	2618	385	الغزالة
60	49	101	117	67	59	87	97	32	20	689	126	الثور
44	34	72	74	43	36	52	56	28	25	464	71	أم صنفور البحر

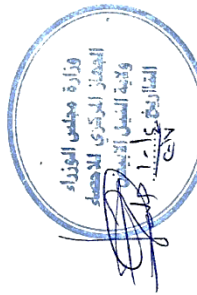
المسح اليان التصديقات



تابع الوحدة الادارية : ام هنى

PAU_Name	مجموع الاسر		Total Population		M45 - and over		M25 - 44		M15 - 24		M5 - 14		Fet15 - 24		F25 - 44		F45 - and over		Tot_HHS
الإدارة الشعبية	مجموع السكان		السكان		السكان		السكان		السكان		السكان		السكان		السكان		السكان		مجموع السكان
ابو حيبيا	211	1165	61	75	149	139	121	109	156	164	156	109	121	139	149	75	211	1165	61
ام زعف الهوارى	75	367	22	32	38	41	30	28	43	50	43	28	30	41	38	32	75	367	22
كوع الرحمة	264	1581	84	116	178	150	181	143	172	252	172	143	181	150	178	116	264	1581	84
الشمشلة المدرسة	60	324	27	26	41	38	35	25	45	34	45	25	35	38	41	26	60	324	27
الشمشلة القبة	213	1177	71	86	133	126	119	94	172	182	172	94	119	126	133	86	213	1177	71
اولاد شن	116	631	42	52	84	57	64	45	95	90	95	45	64	57	84	52	116	631	42
الصفيرا	443	2403	136	147	311	240	236	178	378	357	378	178	236	240	311	147	443	2403	136
حلة الرشيد	168	979	48	72	146	103	86	84	100	141	134	84	86	103	146	72	168	979	48
الهجر	114	675	43	31	92	76	62	55	100	106	100	55	62	76	92	31	114	675	43
الشياهي	296	1705	110	107	215	217	156	125	209	282	209	125	156	217	215	107	296	1705	110
الخرين	88	498	18	32	50	90	44	45	57	71	57	45	44	90	50	32	88	498	18
عسولة	417	2310	171	159	300	173	242	98	393	358	393	98	242	173	300	159	417	2310	171
الديبة	256	1533	106	105	220	154	137	133	215	213	215	133	137	154	220	105	256	1533	106
حلايب	20	107	13	8	8	9	14	13	9	15	9	13	14	9	8	8	20	107	13
ام قرين	60	369	9	19	48	45	30	28	51	68	51	28	30	45	48	19	60	369	9
المخادة	76	456	32	38	64	49	35	45	61	53	61	45	35	49	64	38	76	456	32
ام صنفور اولاد جماع	44	274	24	24	27	31	23	35	28	39	28	35	23	31	27	24	44	274	24
ام صن قور اولاد حسن	161	836	72	70	112	99	90	76	86	105	86	76	90	99	112	70	161	836	72
اعتمادة السيد	57	351	23	32	46	46	33	30	55	42	55	30	33	46	46	32	57	351	23
المجموع	6960	40399	2534	2710	5122	4012	4194	3285	5532	5898	5532	3285	4194	4012	5122	2710	6960	40399	2534

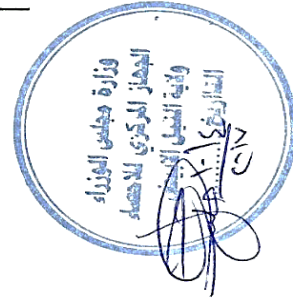
وزارة مجلس الوزراء  
 الجهاز المركزي للإحصاء  
 وحدة العمل الإقليمي  
 القاهرة - مصر  
 2017



المحلية : كوستي  
الوحدة الإدارية : السوق الكبير  
مدينة كوستي

0 - 4 Mar	5 - 14 Mar	15 - 24 Mar	25 - 44 Mar	45 - and over	Total Population	Tot_HHS	PAU Name					
94	95	144	174	148	139	160	153	118	99	1324	262	الخللات امتداد ٢٠
50	54	97	98	61	74	74	67	42	27	644	116	مربع ١٤
488	503	793	827	515	592	640	629	371	249	5617	928	البحيرة مربع ٥٤
291	294	482	408	245	345	331	288	169	145	2988	470	الصحافة ٤٥
115	98	142	115	97	138	130	111	63	32	1041	177	الظل مربع ٥٩
100	84	214	227	166	185	257	309	238	196	1976	367	الشاطيء شمال
134	128	271	255	250	261	372	439	302	280	2692	491	الحلة الجديدة شمال شرق
67	73	107	132	95	111	110	115	66	51	927	154	حي الرحمة
316	303	561	542	413	487	414	447	220	198	3901	573	الثورة الجديدة مربع ٢٠
536	500	922	858	711	698	710	780	415	347	6477	1047	الثورة شمال غرب
355	338	574	558	386	448	354	415	230	188	3846	609	ابو شريف شرق مربع ١
385	333	568	563	340	419	371	426	264	170	3839	621	ابو شريف غرب مربع ١
188	202	337	337	238	272	270	269	196	121	2430	446	ابو شريف الوادي شمال مربع ٢
113	110	226	183	152	190	178	202	125	103	1582	275	ابو شريف مربع ٢ ( الاملاك )
119	101	191	211	165	140	165	167	97	94	1450	196	ابوشريف (حي الوفاق) مربع ٢
55	37	93	91	76	84	112	112	80	77	817	155	الحلة الجديدة الشروق
371	326	638	615	482	544	479	563	337	294	4649	753	الحلة الجديدة شمال غرب
53	42	93	93	123	77	164	174	137	106	1062	199	حي الشاطيء جنوب
157	168	328	327	286	318	455	552	341	300	3232	554	الحلة الجديدة (حي العمدة)
50	67	130	105	97	101	105	135	62	74	928	149	الحلة الجديدة (حي الفهداء)
368	326	709	659	495	562	549	657	373	292	4990	759	حي ازهرى
134	132	241	247	235	218	240	228	141	115	1831	291	ابو الشريف القوزم ٢
246	258	460	418	278	344	361	315	197	177	3054	449	ابو الشريف الوادي جنوب مربع ٣
75	86	118	112	57	81	93	94	52	38	806	137	مربع ٧١ الوفاق العربي
259	235	439	405	262	302	309	374	188	131	2904	488	كنافي غرب
96	124	188	172	129	138	188	157	101	86	1379	249	دبة الجيبة
212	213	363	394	252	272	298	340	188	175	2707	423	الانقاذ مربع (١)
202	216	361	318	205	258	268	256	147	147	2378	368	الكلية مربع (٥)
174	165	331	319	345	455	277	310	148	131	2655	350	احد ٤٩
132	117	240	208	211	215	226	268	143	126	1866	288	بعداد مربع ٢٩

130	127	257	250	267	235	345	395	268	235	2509	444	حي الرعية
178	167	295	332	295	247	397	416	247	211	2785	518	الريف
33	48	70	52	82	78	95	89	57	44	648	110	مربع ٢٩ النهضة
137	129	261	252	297	289	364	326	192	192	2429	379	مربع ٢٩ القنارات
258	217	548	496	525	438	541	606	384	329	4342	635	مربع ٣١ القادسية
118	117	207	218	141	153	151	195	85	64	1449	208	المتك ٢٣ (الاروق)
18	23	41	42	24	30	39	39	23	22	301	53	القبين
375	365	596	556	392	462	493	532	327	268	4366	719	كاظمي شرق
238	228	341	360	230	278	292	295	183	141	2586	423	الانقاذ مربع (١)
221	214	353	348	219	247	275	292	130	109	2408	403	الانقاذ مربع (٢)
187	220	353	378	341	320	370	434	265	214	3082	498	المزاد مربع (٣٢)
144	141	290	273	218	215	287	269	158	121	2116	332	مربع (٤١)
219	248	364	321	261	251	376	339	177	126	2682	459	مربع ٥٧ / ٥١ / ٤٧
89	86	113	118	99	85	123	122	69	49	953	181	الحراري
8290	8058	14450	13967	10906	11796	12798	13701	8116	6694	108776	17704	المجموع





المحلية : كوستي  
الوحدة الادارية : السوق الشعبي  
مدينة كوستي

0 - 4 Ma	5 - 14 F	15 - 24 M	25 - 44 Ma	45 - and over	Total Populati	Tot. HHS	PAU Name
0 - 4 Ma	5 - 14 F	15 - 24 M	25 - 44 Ma	45 - and over	مجموع السكان	مجموع الايام	الادارة و الشعبية
170	184	368	363	351	3536	556	مربع ٢٧ الصفا
176	173	356	291	311	3418	563	مربع ٢٧ شرق
360	345	690	679	745	5699	821	مربع ٣٢ الرابع شمال
677	684	1208	1219	1099	9118	1469	العائدين اوب المسح
356	336	656	646	632	6439	973	مربع ٢٨ البروه
273	239	517	521	520	4507	668	مربع ٢٤ المطار
353	373	703	710	588	5606	946	مربع ٣٢ الرابع جنوب
231	227	413	384	326	3240	512	مربع ٢٩ حي النور
192	200	430	395	315	3211	470	مربع ٤١ اركويت
152	152	261	278	180	1935	318	مربع ٣٢
164	171	297	246	230	2206	346	مربع ٤٢ الشارقة
157	181	300	254	221	2196	327	مربع ٤٢ القريون
202	203	358	331	275	2461	420	مربع ٧٦ المصفاية
48	65	106	86	64	705	133	مربع ٦١
83	102	169	194	126	1182	215	مربع ٨٨ المصفاية العمارة
320	290	590	568	447	4359	757	الكلو الميوساب
12	15	34	28	18	264	60	الكلو الاحادده
3926	3940	7456	7193	6185	60062	9554	المجموع

