

## دور وسائل الاتصال الحديثة في فاعلية العلاقات العامة

( دراسة تطبيقية على الهيئة السودانية للمواصفات والمقاييس في الفترة من (2010م- 2014م)

هدي عثمان عبدالله

حسن محمد الزين

جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا - كلية علوم الاتصال

**ABSTRACT**

The study aims to investigate the role of modern telecommunication in upgrading and enabling public relations (PR) to provide better service to the targeted individuals or organizations in a short time, at low cost and less efforts. It also tends to help PR keep up with information technology which has made the world a small village.

The study, moreover, tends to provide support to research carried out in the area of PR in Sudan using descriptive approach to describe the nature of the problem by adopting direct interview . field survey and questionnaire.

In compliance with the research hypotheses, the researcher collected and recorded the data required for the study and analysed these data using statistical methods to got conclusion and then answer the research questions.

The study concluded that the top administrations in the Sudanese institutions appreciate the role of Public Relations, but the public relations neglect their task to communicate their message to the targeted group via the internet which has become available in all the institutions.

PR departments don't use *Short Message Service(SMS)* to convey their message. SMS is effective because almost everybody has a mobile phone, however, the Sudanese institutions or corporations including the Sudanese Standard and Metrology Organization (SSMO) use only radio, TV and newspapers to spread their information. They overlook SMS which is regarded as very effective tool to convey the information and is suitable for all categories regardless of education, living standard or age.

The study concluded that weakness of the public relations as administrative body at the SSMO has impeded its work . and other directorates have dominated the job of public relations. The study has also concluded the lack of adequate atmosphere and lack finance has also obstructed the work of public relations.

الكلمات المفتاحية: دور ، فاعلية ، وسائل اتصال حديثة .

**المقدمة:**

العلاقات العامة نشاط يعتقد كثير من الناس أنه علم نشأ حديثاً وأخذ مكانه في أعقاب الحرب العالمية الثانية، وأنها كوظيفة لم تأخذ مكانها في الهيكل الإداري للمؤسسات إلا قريباً .

والمتابع لتطور تاريخ العلاقات العامة يلاحظ أن تطور وسائل الاتصال المستخدمة في تحقيق وتنفيذ أهداف وبرامج العلاقات العامة يساعد كثيراً في تطور وظيفة العلاقات العامة ، فنشاط العلاقات العامة نشاط يمارسه الإنسان منذ القدم وعلى مر العصور يستخدم كوسيلة لتحقيق التفاهم والتعايش مع من حوله.

الجديد فقط وسائل الاتصال والأدوات التي يستخدمها المشتغلون بالعلاقات العامة في الاتصال بالجمهور ، ودرجة تخصص كل منهم والجهود المستمرة التي يبذلها المتخصصون في إنشاء وتدعيم علاقات طيبة بين الهيئات التي يمثلونها وبين الجمهور .

وعلى الرغم من كثرة الدراسات العلمية في العلاقات العامة ، ورغم الاعتراف بأهميتها في التطبيق العملي داخل مجتمعات كثيرة معاصرة، إلا أن وظيفة العلاقات العامة في الدول النامية والسودان في عدادها لازالت تعاني من مشكلات علمية وتطبيقية جعلتها لا تأخذ الشكل والمكانة المناسبة التي حظيت بها في العديد من الدول المتقدمة ويرجع ذلك إلى القصور الواضح في ممارستها على الصعيد التطبيقي والتي دفعت الكثيرين إلى توجيه التشكيك في قدراتها وجهودها رغم أنها أوشكت أن تبلغ قرناً كاملاً. على صعيد آخر نجد أن هناك جهوداً علمية مبذولة وممارسات جادة تحقق لها الثبات العلمي وسلامة النتائج العلمية الايجابية، حتى أصبحت وظيفة العلاقات العامة من وظائف الإدارة العليا بالمؤسسة وتهدف إلى تقدير الرأي العام ، وهي تسير في طريق التطوير والتحديث فلا بد لها من إستغلال وسائل الاتصال الحديثة في تنفيذ برامجها وأنشطتها حتى تتصف بالتحديث المستمر الذي يساعد في تحقيق أنشطتها بأقل تكلفة وجهد وبالسرية المطلوبة كما لا بد أن يقود وظيفة العلاقات العامة بهذا الشكل الحديث والمتطور ، كادر متخصص ومؤهل حتى تكتمل الصورة وهذا ما سنتناوله الدراسة بمشيئة الله تعالى والتي سنتناول كيف أن استخدام وسائل الاتصال الحديثة في تنفيذ برامج العلاقات العامة يدفع بها ويجعلها فاعلة .

#### أهمية البحث:

مع بدايات هذا العصر الحديث المتطور ومع تدفق المعلومات وانطلاق ثورة الاتصالات بدأت تتقدم النواحي الاتصالية والإعلامية. وانفتحت الفضاءات فأصبح العالم مترابط إعلامياً بشكل واسع وميسور وأصبح أسهل ما يكون وصول الرسالة للمتلقي وبسرعة فائقة في وقت أصبح فيه العالم كعلبة الكبريت. ولهذه الهالة التقنية آثارها على شتى ضروب الحياة - ومن ثم ظهر التسابق الكبير بين المؤسسات لكسب ثقة الجمهور عبر الوسائط الإعلامية المتعددة.

ومن هنا تتبع أهمية الدراسة وهي كيف لأجهزة العلاقات العامة بالمؤسسات المختلفة أن تستفيد من هذا التطور التقني في وسائل الاتصال وتستغله استغلالاً أمثل لإيصال رسالتها ومدى تأثير ذلك على وظيفة العلاقات العامة.

كما تتبع أهميتها أيضاً من محاولة عكس ولو جزء يسير من نشاط إدارة العلاقات العامة بالهيئة السودانية للمواصفات والمقاييس والتعرف إلى أي مدى تستفيد الإدارة من وسائل الاتصال الحديثة.

#### مشكلة البحث :

تتمثل مشكلة البحث أنه ورغم الاعتراف الرسمي من قبل الدولة بأهمية الإعلام بصفة عامة والعلاقات العامة على وجه الخصوص إلا أن معظم أجهزة العلاقات العامة بالمؤسسات السودانية لم تثبت الفهم الحقيقي للعلاقات العامة، وما زال فهمها لوظيفة العلاقات العامة محدود ولا يتصل كثيراً بالعلمية في التطبيق إلا ما ندر والدليل على ذلك انه يعين لها كادر غير مختص في المجال حيث تصنف لدى الكثير من المؤسسات بأنها وظيفة هامشية ويمكن أن يقوم بها ويؤديها أي كادر متخصص في المجال .

والتصاقاً بهذا الفهم لا توفر لها الإمكانيات المادية والبشرية والفنية والتقنية المطلوبة حتى تنطلق وتبدع في استغلال وسائل الاتصال الحديثة.

إن شح الإمكانيات الذي يقود إلى عدم توفر وسائل الاتصال التقنية الحديثة ، بل وأن حتى المتوفر منها غير مستغل الاستغلال المطلوب لعدم الاهتمام بتدريب الكادر البشري على استخدامها. لذلك تحتم أهمية الموضوع وجود جهاز قادر على تقديم الخدمات المطلوبة وتلبية رغبات واحتياجات الجمهور وتقديم التسهيلات اللازمة له في أقل زمن وبالسريعة المطلوبة وبأقل جهد وتكلفة وهذا بالطبع يتأتى من خلال استغلال وسائل الاتصال الحديثة الاستغلال الأمثل في عمل العلاقات العامة.

#### أهداف البحث :

تهدف الدراسة إلى التعرف على وظيفة العلاقات العامة ونشاطها في استخدام وسائل الاتصال الحديثة في ظل تدفق المعلومات عبر الوسائط الإعلامية المختلفة من أجهزة رقمية وتكنولوجية اتصالية حتى تتمكن أجهزة العلاقات العامة من توصيل سياساتها وبرامجها للجمهور في سهولة ويسر وبأقل تكلفة لإحداث التفاهم المطلوب وكسب ثقة الجمهور وتعاونهم. من الأهداف أيضاً التعرف على المشاكل التي تواجه أجهزة العلاقات العامة في استغلال واستخدام وسائل الاتصال الحديثة وإيجاد الحلول. تهدف الدراسة أيضاً للتعرف على مشاكل التدريب التي تواجه منسوبي العلاقات العامة على الأجهزة الرقمية الحديثة وكيفية إيجاد الحلول لها .

#### تساؤلات البحث :

- ما هو مفهوم العلاقات العامة لدى المؤسسة.
- ما هي الأسس التطبيقية لبرامج العلاقات العامة بالمؤسسة.
- إلى أي مدى يتم استغلال الوسائط الحديثة في عمل جهاز العلاقات العامة.
- هل يتم توفير الإمكانيات التقنية والبشرية اللازمة لتسيير عمل العلاقات العامة .
- هل تتاح فرص للتدريب والتعرف على استخدام الأجهزة الرقمية الحديثة .
- هل استغلال الوسائط التقنية الحديثة يحتم الاستغناء أو تقليل الكادر البشري الموجود.
- هل يحتم استخدام الأجهزة التقنية الحديثة أن يكون الجمهور متعلم وملماً بالتقنيات الحديثة.
- ما هي المشاكل والصعوبات التي تواجه جهاز العلاقات العامة في تنفيذ برامجها.
- ما هو موقع العلاقات العامة في الهيكل الإداري للمؤسسة.

#### منهج البحث :

تستخدم الباحثة المنهج الوصفي التحليلي معتمدة على جمع المعلومات حول هذا الموضوع من المصادر المختلفة والمتمثلة في المراجع والكتب والمواقع الالكترونية والخبراء والعاملون في مجال موضوع البحث. ويعتبر المنهج الوصفي التحليلي جهداً علمياً منظماً للحصول على البيانات والمعلومات والأوصاف عن الظاهرة أو مجموعة الظواهر موضوع البحث والمسح الميداني.

## أدوات البحث :

استخدمت الباحثة الأدوات الآتية :

## 1- المقابلة (Interview) :

وهي أسلوب التبادل اللفظي وجهاً لوجه بين المقابل والمستجوب بهدف الحصول على المعلومات أو الآراء التي تعبر عن الاتجاهات ووجهات النظر الخاصة بالمسائل التي تشغل الرأي العام .

## 2- صحيفة الاستبيان :

وهي عبارة عن صحيفة تحتوي على مجموعة من الأسئلة يجمع بها الباحث المعلومات والحقائق والبيانات والاتجاهات من العينة التي يحتاجها - وذلك بقصد التعرف على آراء هذه العينة واتجاهاتها.

## مجتمع البحث :

اتخذت الباحثة من الهيئة السودانية للمواصفات والمقاييس والمؤسسات ذات الصلة بهامتل وزارات (الصناعة ، الزراعة ، الصحة ، البيئة ، الثروة الحيوانية ، التربية والتعليم ، الثقافة والاعلام والسياحة بولاية الخرطوم ، الإدارة العامة للجمارك ، المجلس الأعلى للبيئة والتربية الحضريّة بولاية الخرطوم) مجتمعاً لهذه الدراسة ونسبة لان هذه المؤسسة مهمة من حيث الخدمات التي تقدمها لجمهور كبير يختلف في فئاته وتمتد خدماتها داخل ولاية الخرطوم وخارجها ولان رئاسة الهيئة متواجدة بولاية الخرطوم ، اتخذت الباحثة مقر رئاسة الهيئة إطاراً مكانياً لهذه الدراسة .

الإطار المكاني : ولاية الخرطوم .

الإطار الزمني: في الفترة من 2010-2014 م .

## الدراسات السابقة :

ستسرد الباحثة ثلاث دراسات سابقة تصب في نفس قالب التطبيق بالنسبة لاستخدام وسائل الاتصال الحديثة والتقنيات الحديثة وتكنولوجيا الاتصال وبمشيئة الله تعالى ستكون الدراسة الحالية امتداد للدراسات السابقة.

## الدراسة الأولى:

أثر الوسائط المتعددة على وظيفة العلاقات العامة، دراسة تطبيقية على هيئة الجمارك السودانية، إعداد الطالب زهير على الأمين 1428هـ - 2007م - جامعة امدرمان الاسلامية ، رسالة دكتوراه غير منشورة .  
إستخدم الباحث الأسلوب المسحي للمنهج الوصفي لأنه يعتبر أحد المناهج المستخدمة وبصورة كبيرة في البحوث الإعلامية وذلك لأهميته، ولأن مفهومه لا يقتصر على مجرد جمع البيانات الإحصائية، بل يمتد مجاله إلى تصنيف هذه البيانات والحقائق التي يتم جمعها وتسجيلها، ثم تفسيرها وتحليلها تحليلًا شاملاً واستخلاص النتائج والدلالات المفيدة.

وتوصلت الدراسة لنتائج نذكر منها:

نظام المعلوماتية الجديد والسائد في العالم يساعد الهيئة في التخطيط الإداري وتنسيق العمل .

يساعد استخدام التقنيات الحديثة والمتمثلة في الوسائط المتعددة، الهيئة في اتخاذ قراراتها السليمة بشأن العمل.



تستخدم هيئة جمارك السودان التقنيات الحديثة في ممارستها لعملها اليومي وتستخدم كافة وسائل الاتصال الحديثة في ربطها بالجمهور الداخلي والخارجي.

#### دلالة الدراسة السابقة بالدراسة الحالية:

تعتبر الدراسات أن استخدام وسائل الاتصال الحديثة واستغلالها الاستغلال الأمثل يحتاج إلى إعداد وتدريب الكادر البشري وتمكينه من استخدامها بالوجه المطلوب.

#### الدراسة الثانية:

استخدام شبكات المعلومات في تطوير الاتصال التنظيمي 2001م - 2002م، إعداد الطالبة / منى خير السيد الفضيل - جامعة امدرمان الاسلامية ، رسالة دكتوراه غير منشورة .

استخدمت الباحثة منهجاً تكاملياً يضم المنهج المقارن الوصفي بهدف الوصول إلى حقائق تفصيلية عن واقع محدد وتقدم وصف متكامل .

وتوصلت الدراسة لنتائج نذكر منها:

تعد التكنولوجيا الاتصالية واستخدام الشبكات من انجح الوسائل التي تواجه بها المنظمات والمؤسسات تحديات العصر إذ أنها تعين المسؤولين في اتخاذ القرارات في المواقع المختلفة ووضع تنفيذ الخطط .  
الاستخدام الفعال لتكنولوجيا المعلومات احد أكبر التحديات التي تواجه معظم المؤسسات حالياً؛ لأن كل مؤسسة تبحث عن الميزة التنافسية عندئذ يكون المطلوب الرئيسي هو فهم الدور الذي تلعبه المعلومات وكيفية التوصل لأفضل استخدام لنظم تلك التكنولوجيا.

لا يمكن اعتبار استخدام التقنيات الحديثة في العمل الوظيفي كواقع تطبيقي سيعطي حلاً إدارية نهائية ، بل هذه التقنية تحتاج إلى التفكير والإدارة والإبداع ودراسة كيفية استثمار واستخدام هذه التقنية والتطبيق الأمثل لها.

#### دلالة الدراسة السابقة بالدراسة الحالية:

تعتبر الدراسات أن التقنية الحديثة وحدها لا تقوم بالدور الفعال ، بل تحتاج إلى الكادر البشري المدرب حتى يتمكن من تنفيذ البرامج وممارسة النشاط.

أيضاً تتفق الدراسات أن الاستخدام الأمثل لهذه التكنولوجيا ووسائل الاتصال الحديثة - ومع وجود الكادر البشري المتخصص يؤيدان إلى قيادة وظيفة العلاقات العامة .

#### الدراسة الثالثة :

التطور التقني للاتصال ودوره في إنتاج الإعلان وتطوره ، إعداد الطالبة/ حليلة الحبيب آدم يوليو 2000م - يناير 2004م - جامعة امدرمان الاسلامية ، رسالة دكتوراه غير منشورة .

استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي ومنهج المسح الميداني، وهي أفضل المناهج التي تساعد على تحقيق أهداف الدراسة فيما يتعلق بجوانب الممارسة العملية.

وتهتم البحوث الوصفية بدراسة الحقائق حول الظواهر والأحداث والأوضاع القائمة وذلك بجمع البيانات والمعلومات وتحليلها وتفسيرها لاستخلاص دلالاتها والوصول إلى النتائج.

وتوصلت الدراسة لنتائج نذكر منها:

1. ضعف استخدام الأجهزة التقنية في إنتاج الإعلانات .
  2. ضعف الكوادر التقنية والفنية .
  3. ضعف الإنتاج الرقمي للإعلانات بصورة كبيرة .
  4. ضعف الإنفاق على الإعلان .
- دلالة الدراسة السابقة بالدراسة الحالية .

تعتبر الدراسات أن ضعف الاستخدام الأمثل للتقنيات الحديثة هو من أهم أسباب عدم تطور العمل في مجال العلاقات العامة .

تتفق الدراسات أن تدريب الكادر البشري على التقنيات الحديثة يدفع كثيراً بالعمل .

#### مصطلحات البحث:

- دور Role : وهو وصف محدد اجتماعياً للتصرف في مركز معين ، ويقصد به المهام والوظائف والواجبات والأهداف التي تقوم بها وسائل الاتصال الحديثة . (د.عبدالعزیز شرف، المدخل لوسائل الاتصال، القاهرة، دار الكتاب المصري، 1989م، ص، 53) .
- وسائل : يقصد بها الوسيلة التي يتم عبرها نقل المعاني باستخدام الرموز . (عاطف على العبد، مدخل الاتصال والراى العام، القاهرة، دار الفكر، 1997م، ص، 108) .
- الاتصال Communication: هو العملية الرئيسية التي يمكن أن تتطوي بداخلها عمليات فرعية، أو واجهة نشاط متنوعة وقد تختلف من حيث أهدافها وتتفق في أنها وسائل اتصال بالجمهور . ويقصد به أيضاً نقل المعلومات والأفكار والاتجاهات من خلال عملية ديناميكية مستمرة ليست لها بداية أو نهاية، وفي هذا البحث يقصد بها وسائل الاتصال الأكثر حداثة . (محمد المسعدى ، القاموس الجديد ، دمشق ، د ن ، 1973م ، ص 170 ) .
- وسائل الاتصال الحديثة في هذا البحث يقصد بها الانترنت واستخداماته من خلال الموقع الالكتروني ، البريد الالكتروني ، شبكات التواصل الاجتماعي (الفيديو) وهي تناسب في استخدامها مع المؤسسات الرسمية بالإضافة لاستخدامات الموبايل من (SMS) التي تعتبر الانسب في المؤسسات الرسمية في توصيل الرسالة الإعلامية للجمهور المستهدف
- فاعلية Effectiveness:
- الفعل كناية عن عمل متعمد أو غير متعمد ، فعل يفعل فعلاً ، ويقصد بها القدرة على تحقيق الأهداف المرسومة مسبقاً . (محمد المسعدى ، القاموس الجديد ، دمشق ، د ن ، 1973م ، ص 170 )
- العلاقات Relation :
- في التعريف اللغوي هي جمع علاقة ، والعلاقة بالفتح هي الحب والهوى اللزيم للقلب أي الصلة التي تربط بين اثنين أو أكثر - أما العلاقات (الكلمة الإعلامية) معناها الترابط والتواصل والتكاتف في تحقيق هدف أو أهداف موضوع فيها مصلحة المستهلكين .

وفى التعريف الاصطلاحي: هي ميول المؤسسات والشركات والدول للتفاهم والتفكير في ما يجلب المصلحة فيما بينها في كافة مناحي الحياة السياسية والاقتصادية والاجتماعية عبر وسائل الاتصال المختلفة لتحقيق الأهداف التي تسعى اليها تلك المؤسسات والدول في بناء ما تصبو إليه .

#### - العامة Public :

في التعريف اللغوي من كلمة (عم) والجمع عمم جاريه عميمه وعماء طويلة تامة القوام والخلق ، والذكر أعم والجمع عم والعمم عظم الخلق في الناس - والعمم الجسم التام العم الخلق الكثير فالعامة اسم الجمع لكلمة عم خلاف الخاصة .( ابن منظور ، لسان العرب ، بيروت ، ط 1 ، دار صادر ، 1986م ، المجلد 1 ، ص 4869 ).

#### عرض النتائج:

لمعرفة مدى استخدام وسائل الاتصال الحديثة في تحقيق برامج العلاقات العامة تم توزيع الإستبيان الذي تم تصميمه على افراد عينة البحث المتمثلة في المشتغلين بأجهزة العلاقات العامة بالهيئة السودانية للمواصفات والمقاييس وأجهزة العلاقات العامة بالمؤسسات ذات الصلة مثل وزارات (الصحة ، الزراعة ، الصناعة ، البيئة ، الثروة الحيوانية ، التربية والتعليم ) ، والهيئة العامة للجمارك ، وزارة المالية والاقتصاد وحماية المستهلك بولاية الخرطوم ، وزارة الثقافة والاعلام والسياحة بولاية الخرطوم ، المجلس الاعلى للبيئة والترقية الحضرية بولاية الخرطوم .

وبإجراء التحليل الاحصائي بعد ملء الاستمارات كانت النتائج كما توضح الجداول والاشكال التالية:

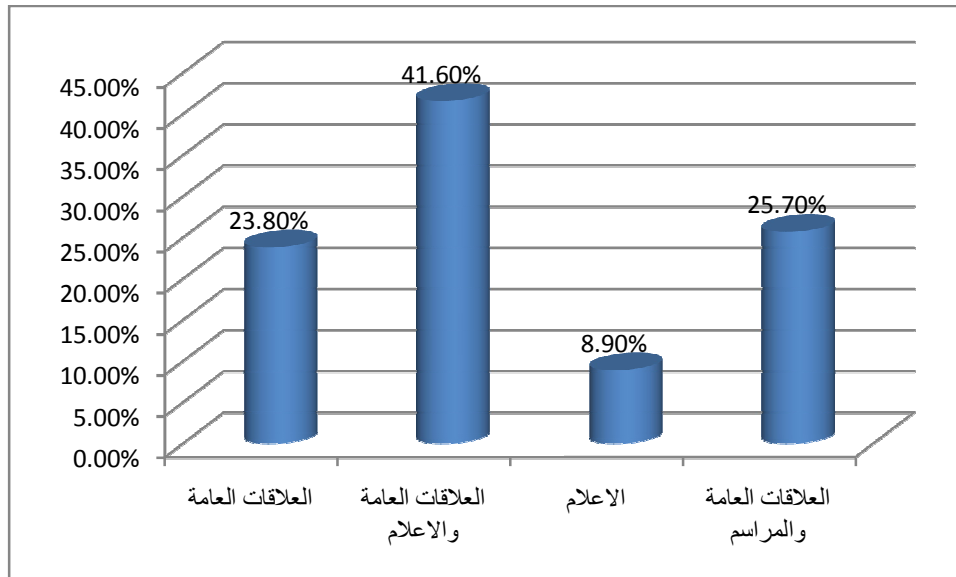
#### نتائج التحليل الاحصائي

ثانياً : البيانات الموضوعية

الجدول رقم (1) يوضح التوزيع التكراري والنسبي لمتغير ماتسمية جهاز العلاقات العامة بمؤسستكم

النسبة المئوية	التكرارات	العامة
%23.8	24	العلاقات العامة
%41.6	42	العلاقات العامة والاعلام
%8.9	9	الاعلام
%25.7	26	العلاقات العامة والمراسم
%100.0	101	المجموع

المصدر: إعداد الباحث من الدراسة الميدانية



المصدر: إعداد الباحث من الدراسة الميدانية، برنامج Excel، 2014

شكل رقم (1) يوضح التوزيع النسبي لأفراد عينة الدراسة وفق المتغير اعلاه

يتبين من الجدول والشكل اعلاه أن التوزيع النسبي للمتغير اعلاه العلاقات العامة بنسبة بلغت (23.8%) العلاقات العامة والاعلام بنسبة بلغت (41.6%) و الاعلام بنسبة بلغت (8.9%) والعلاقات العامة والمراسم بنسبة بلغت (25.7%).

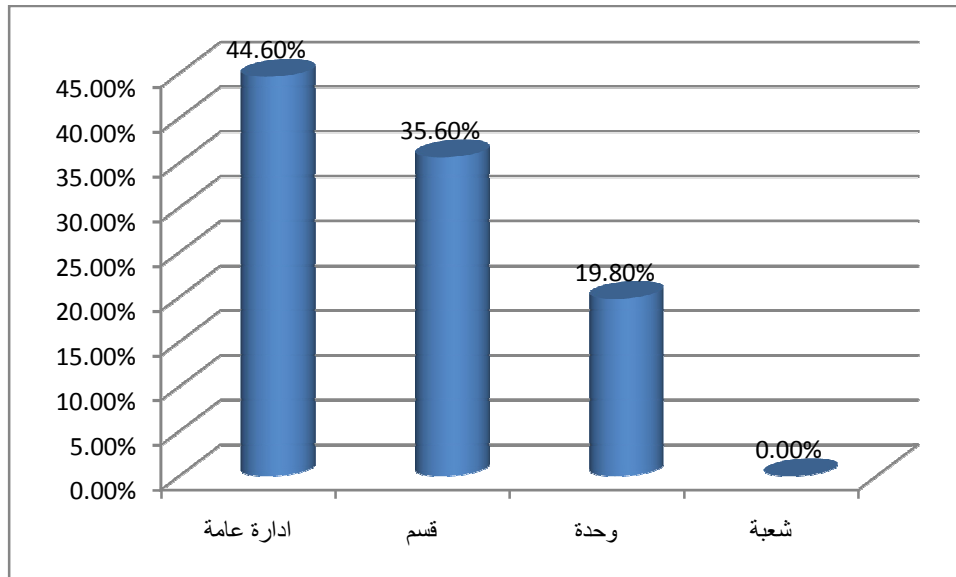
ويتضح من النتيجة التي توصل اليها التحليل أن التسمية الأكثر استخداماً بالمؤسسات لجهاز العلاقات العامة بها هي العلاقات العامة والاعلام ، وترى الباحثة أن الترتيب للتسمية صحيح حيث أن العلاقات العامة سبقت الإعلام وهذا هو الصحيح لأن وظيفة العلاقات العامة تستخدم الإعلام في إيصال رسائلها للجمهور المستهدف .

الجدول رقم (2) يوضح التوزيع التكراري والنسبي لمتغير ما المستوى الاداري لجهاز العلاقات العامة

بمؤسستكم

العلاقة	التكرارات	النسبة المئوية
ادارة عامة	45	44.6%
قسم	36	35.6%
وحدة	20	19.8%
شعبة	0	0.0%
المجموع	101	100.0%

المصدر: إعداد الباحث من الدراسة الميدانية



المصدر: إعداد الباحث من الدراسة الميدانية، برنامج Excel، 2014م

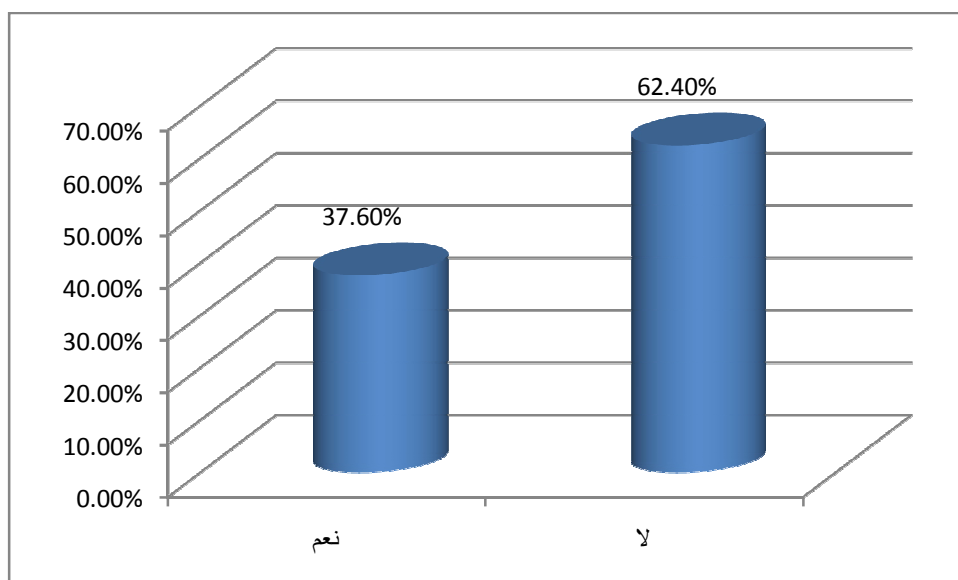
شكل رقم (2) يوضح التوزيع النسبي لأفراد عينة الدراسة وفق المتغير اعلاه يتبين من الجدول والشكل اعلاه أن التوزيع النسبي للمتغير اعلاه كالآتي ادارة عامة بنسبة بلغت (44.6%) قسم بنسبة بلغت (35.6%) وحدة بنسبة بلغت (19.8%) وشعبة بنسبة بلغت (0.0%). يتضح من التحليل أن المستوى الإداري لجهاز العلاقات العامة هو إدارة ، وهذا مؤشر ايجابي يمكن وظيفة العلاقات العامة من تنفيذ أنشطتها وبرامجها بيسر بتكوين الهيكل الإداري الذي يساعدها في ذلك .

الجدول رقم (3) يوضح التوزيع التكراري والنسبي لمتغير هل يوجد مكتب علاقات عامة بكل فرع من

فروع المؤسسة بولايات السودان المختلفة

العلاقة	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	38	37.6%
لا	63	62.4%
المجموع	101	100.0%

المصدر: إعداد الباحث من الدراسة الميدانية



المصدر: إعداد الباحث من الدراسة الميدانية، برنامج Excel، 2014م

شكل رقم (3) يوضح التوزيع النسبي لأفراد عينة الدراسة وفق المتغير اعلاه

يتبين من الجدول والشكل اعلاه أن التوزيع النسبي للمتغير اعلاه كالاتي نعم بنسبة بلغت (37.6%) ولا بنسبة بلغت (62.4%).

يتبين من التحليل أنه لا يوجد فروع لجهاز العلاقات العامة بمكاتبها بالولايات الا في ولايات محدودة مما يؤثر سلباً في تفعيل وظيفة العلاقات العامة بفروع الهيئة .

الجدول رقم (4) يوضح التوزيع التكراري والنسبي لمتغير هل تستخدم الرسائل القصيرة عبر الموبايل SMS لتوصيل الرسالة التي تود المؤسسة ايصالها الي المستهلك

العبارة	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	21	20.8%
لا	80	79.2%
المجموع	101	100.0%

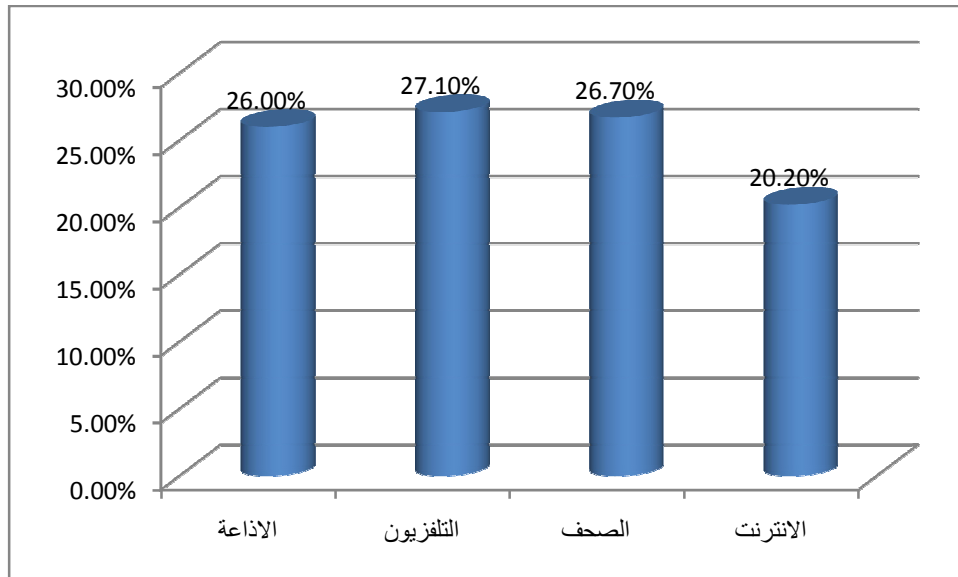
المصدر: إعداد الباحث من الدراسة الميدانية











المصدر: إعداد الباحث من الدراسة الميدانية، برنامج Excel، 2014م

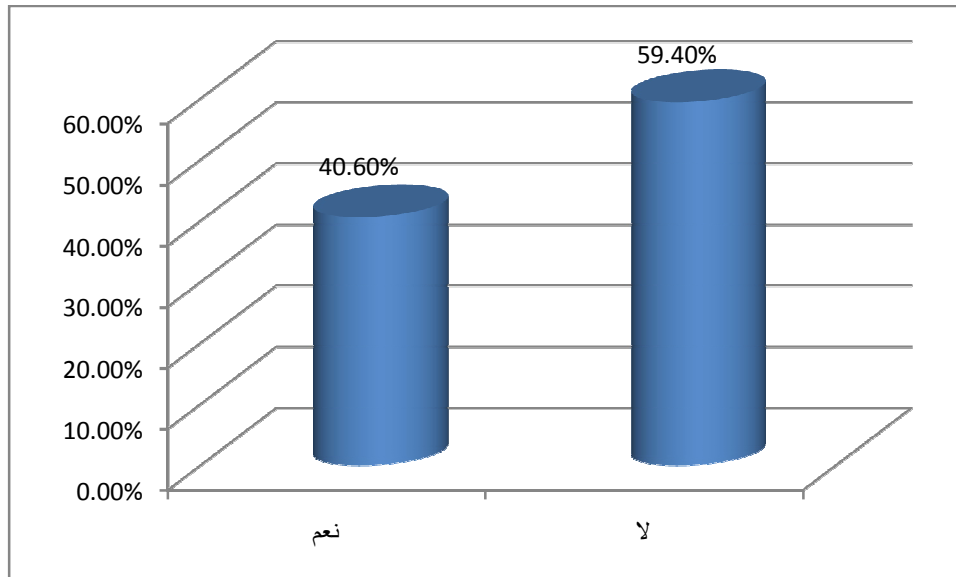
شكل رقم (7) يوضح التوزيع النسبي لأفراد عينة الدراسة وفق المتغير اعلاه يتبين من الجدول والشكل اعلاه أن التوزيع النسبي للمتغير اعلاه كالاتي الاذاعة بنسبة بلغت (26.0%) والتلفزيون بنسبة بلغت (27.1%) والصحف بنسبة بلغت (26.7%) والانترنت بنسبة بلغت (20.2%). يتضح من التحليل أن التلفزيون ، الصحف والاذاعة بهذا الترتيب هي من اكثر وسائل الاتصال التي تستخدمها الهيئة والمؤسسات ذات الصلة في ايصال رسائلها الاعلامية .

الجدول رقم (8) يوضح التوزيع التكراري والنسبي لمتغير هل يتم اجراء تقييم لرضا جمهور المؤسسة

(المستهلكين) عن الوسائل والاساليب التي يستخدمها جهاز العلاقات العامة

العلاقة	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	41	40.6%
لا	60	59.4%
المجموع	101	100.0%

المصدر: إعداد الباحث من الدراسة الميدانية



المصدر: إعداد الباحث من الدراسة الميدانية، برنامج Excel، 2014م

شكل رقم (8) يوضح التوزيع النسبي لأفراد عينة الدراسة وفق المتغير اعلاه

يتبين من الجدول والشكل اعلاه أن التوزيع النسبي للمتغير اعلاه كالآتي نعم بنسبة بلغت (40.6%) ولا بنسبة بلغت (59.4%).

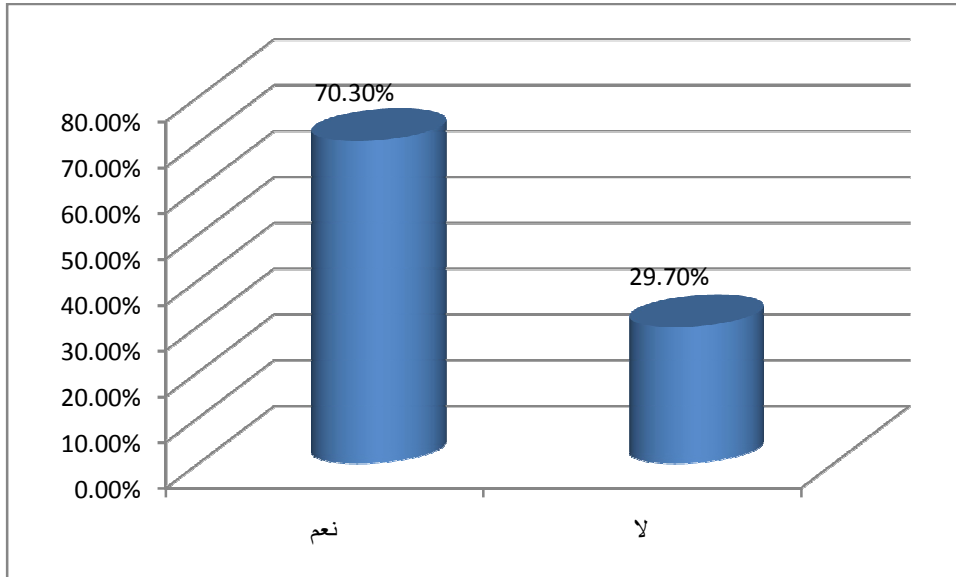
يتضح أنه لا يتم تقييم وسائل الاتصال التي تستخدمها أجهزة العلاقات العامة بالهيئة والمؤسسات ذات الصلة في إيصال رسائلها للجمهور حتى تتأكد من فاعليتها في ذلك .

الجدول رقم (9) يوضح التوزيع التكراري والنسبي لمتغير هل تواجهون مشاكل او مصاعب في تنفيذ

خطط وبرامج جهاز العلاقات العامة

العـ	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	71	70.3%
لا	30	29.7%
المجموع	101	100.0%

المصدر: إعداد الباحث من الدراسة الميدانية



المصدر: إعداد الباحث من الدراسة الميدانية، برنامج Excel، 2014م

شكل رقم (9) يوضح التوزيع النسبي لأفراد عينة الدراسة وفق المتغير اعلاه

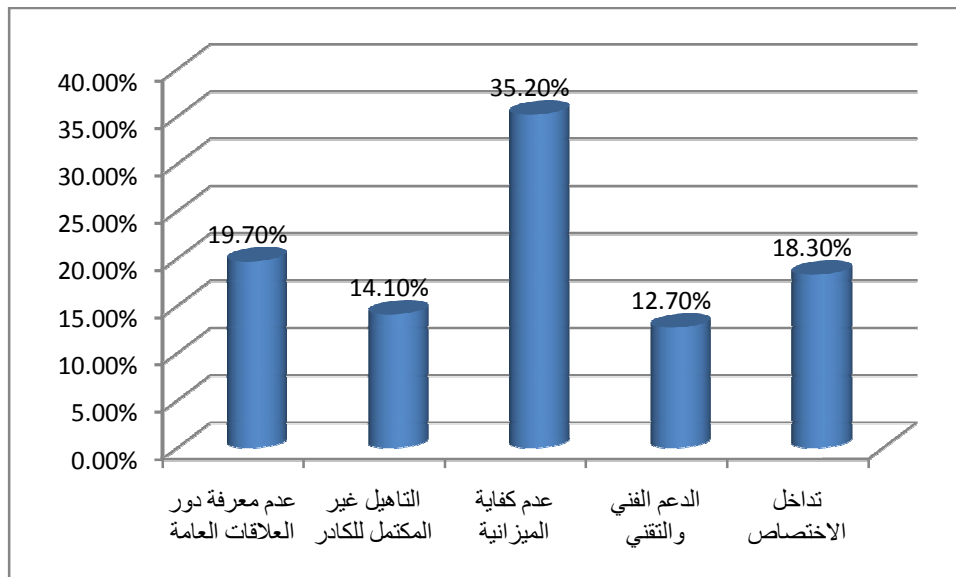
يتبين من الجدول والشكل اعلاه أن التوزيع النسبي للمتغير اعلاه كالاتي نعم بنسبة بلغت (70.3%) ولا بنسبة بلغت (29.7%).

أبان التحليل أن العاملين بأجهزة العلاقات العامة بالهيئة السودانية للمواصفات والمقاييس والمؤسسات ذات الصلة يواجهون مشاكل في تنفيذ الخطط التي تترجم لبرامج وأنشطة .

الجدول رقم (10) يوضح التوزيع التكراري والنسبي حسب اذا كانت الاجابة بنعم تذكر

النسبة المئوية	التكرارات	العبارة
19.7%	14	عدم معرفة دور العلاقات العامة
14.1%	10	التأهيل غير المكتمل للكادر
35.2%	25	عدم كفاية الميزانية
12.7%	9	الدعم الفني والتقني
18.3%	13	تداخل الاختصاص
100.0%	71	المجموع

المصدر: إعداد الباحث من الدراسة الميدانية



المصدر: إعداد الباحث من الدراسة الميدانية، برنامج Excel، 2014م

شكل رقم (10) يوضح التوزيع النسبي لأفراد عينة الدراسة وفق المتغير اعلاه

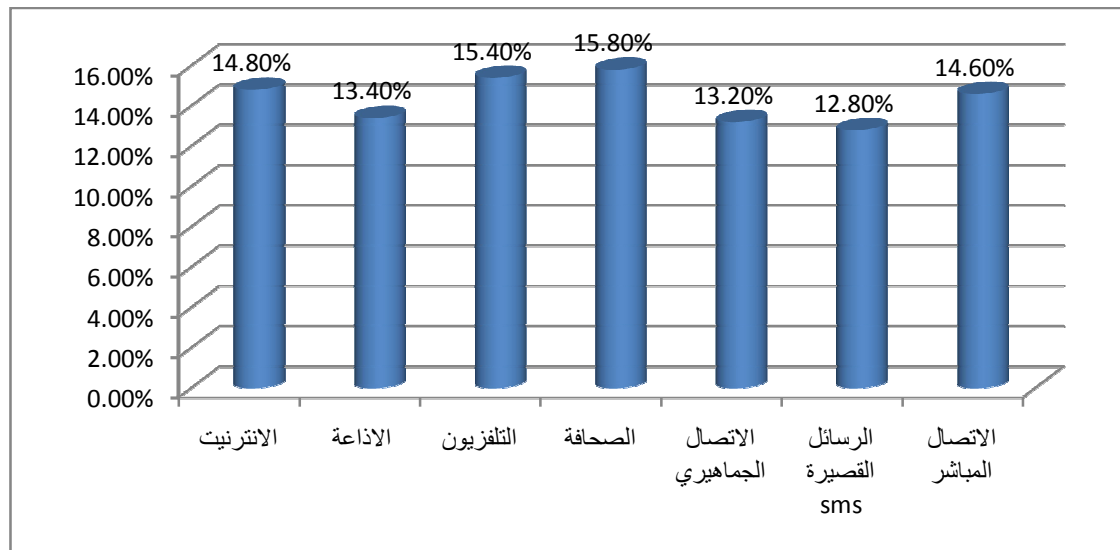
يتبين من الجدول والشكل اعلاه أن التوزيع النسبي للمتغير اعلاه كالاتي عدم معرفة دور العلاقات العامة بنسبة (19.7%)، التأهيل غير المكتمل للكادر بنسبة (14.1%)، عدم كفاية الميزانية بنسبة (35.2%)، الدعم الفني والتقني بنسبة (12.7%) وتداخل الاختصاص بنسبة بلغت (18.3%). من التحليل يتضح أن المشاكل التي تواجه أجهزة العلاقات العامة في تنفيذ برامجها تمثلت في عدم كفاية الميزانية، احتياجات فنية وتقنية، عدم التوعية الكافية بدور العلاقات العامة من قبل العاملين بالمؤسسات، وهذا لايفسح المجال واسعاً لوظيفة العلاقات العامة من تأدية مهامها بالصورة المطلوبة.

الجدول رقم (11) يوضح التوزيع التكراري والنسبي لمتغير برايك ماهي اكثر الوسائل لايعصال رسالة

العلاقات العامة بالمؤسسة

العلاقة	التكرارات	النسبة المئوية
الانترنت	75	14.8%
الاذاعة	68	13.4%
التلفزيون	78	15.4%
الصحافة	80	15.8%
الاتصال الجماهيري	67	13.2%
الرسائل القصيرة SMS	65	12.8%
الاتصال المباشر	74	14.6%
المجموع	507	100.0%

المصدر: إعداد الباحث من الدراسة الميدانية



المصدر: إعداد الباحث من الدراسة الميدانية، برنامج Excel، 2014م

شكل رقم (11) يوضح التوزيع النسبي لأفراد عينة الدراسة وفق المتغير اعلاه

يتبين من الجدول والشكل اعلاه ان التوزيع النسبي للمتغير اعلاه كالاتي الانترنت بنسبة بلغت (14.8%) الاذاعة بنسبة بلغت (13.4%) التلفزيون بنسبة بلغت (15.4%) الصحافة بنسبة بلغت (15.8%) الاتصال الجماهيري بنسبة بلغت (13.2%) الرسائل القصيرة بنسبة بلغت (12.8%) الاتصال المباشر بنسبة بلغت (14.6%).

يتضح من التحليل أن أكثر الوسائل فاعلية لا يصلح الرسائل الاعلامية في عمل العلاقات العامة بالمؤسسات بالترتيب هي الانترنت ، الاذاعة والتلفزيون ، الصحافة ، الرسائل القصيرة SMS ، الاتصال المباشر عبر اللقاءات والندوات وغيره . ترى الباحثة انه وبالممارسة العملية ثبت أن الرسائل القصيرة SMS من أكثر الوسائل فاعلية في اوصول الرسائل الاعلامية للمستهدفين من الجمهور وميزتها في انها الاسرع والاقل تكلفة وجهد مع توفير جهاز مع كل فرد .

طريقة ألفا كرونباخ :-

حيث تم حساب الثبات باستخدام معادلة ألفا كرونباخ الموضحة فيما يلي:

معامل الثبات =  $\frac{1}{n} (1 - \text{مجموع تباينات الأسئلة})$

حيث  $n = 1$  ————— تبين الدرجات الكلية

حيث  $n =$  عدد عبارات القائمة.

ولقد كان معامل ألفا كرونباخ = (0.83) وهو معامل ثبات عال يدل على ثبات المقياس

وصلاحيته للدراسة.

ومعامل الصدق هو الجزر التربيعي لمعامل الثبات فبالتالي هو (0.91) وهذا يدل على ان هنالك صدق عال للمقياس وصالح للدراسة.

النتائج

يمكن ايجاز أهم نتائج الدراسة في اطار التساؤلات الوارده بها في النقاط التالية :-

- عدم وجود تنسيق بين جهاز العلاقات العامة بالهيئة واجهزة العلاقات العامة بالمؤسسات ذات الصلة .
- تفهم المستويات الادارية العليا بالمؤسسات لدور العلاقات العامة .
- ضعف الهيكل الادارى لجهاز العلاقات العامة بالهيئة السودانية للمواصفات والمقاييس
- ضعف الميزانية المخصصة لعمل العلاقات العامة بالمؤسسات ذات الصلة بالهيئة .
- عدم استخدام وسائل الاتصال الحديثة فى إيصال الرسائل الاعلامية للجمهور كالرسائل القصيرة (SMS).
- عدم توفر الاحتياجات التقنية والبشرية اللازمة لعمل العلاقات العامة .
- عدم الاهتمام بتدريب منسوبي العلاقات العامة خاصة فى المجالات التقنية .
- حصر جهود العلاقات العامة فى أعمال محدودة فى كثير من المؤسسات .
- عدم إهتمام أجهزة العلاقات العامة بتقييم مدى الرسالة الاعلامية لدى الجمهور المستهدف منها .
- أكدت الدراسة ان من الصعوبات التى تواجه المشتغلين بأجهزة العلاقات العامة بالهيئة السودانية المواصفات والمقاييس والمؤسسات التى لها علاقة بها هى :-
- عدم الدراية الكافية بدور العلاقات العامة من قبل العاملين بالمؤسسات.
- عدم التأهيل الكامل للكوادر العاملة بها .
- ضعف التمويل .
- ضعف الدعم الفنى والتقنى .
- تداخل الاختصاصات .
- إيمان المشتغلين بأجهزة العلاقات العامة بفاعلية دور الاجهزة الاعلامية { المحطات الاذاعية والقنوات الفضائية } والصحف والاتصال المباشر فى إيصال الرسالة الاعلامية أكثر من الوسائل الحديثة منها رسائل القصيرة {SMS} .

#### التوصيات:

- الاعتراف الكامل بدور العلاقات العامة كوسيط إدارى يساهم فى ترقية الأداء بالمؤسسات وبحسن الصورة الذهنية اتجاهها مما ينعكس إيجابياً على أداء المؤسسة .
- الاهتمام بتدريب العاملين فى مجال العلاقات العامة فى مجال التخصص والتقنية الحديثة لمواكبة ما هو جديد فى هذا المجال .
- أن تضطلع الأجهزة الرسمية بالدولة بإنشاء جسم يضم العاملين بوظيفة العلاقات العامة بالمؤسسات المختلفة .
- الإهتمام بهيكل التنظيم الإدارى لمؤسسات القطاع العام والعمل على أن تكون الهياكل الادارية لأجهزة العلاقات العامة بها مكتملة ، والتركيز على إعداد وصف وظيفى فاعل لكل وظيفة .
- الحرص على أن يكون التعيين فى أجهزة العلاقات العامة للكوادر ذات التخصص والخبرة .

- الإهتمام بتوفير الميزانيات الحقيقية والمعينات المادية لأجهزة العلاقات العامة بالمؤسسات الحكومية توصيات على مستوى الهيئة السودانية للمواصفات والمقاييس :-
- ترفيع وحدة العلاقات العامة بالهيئة السودانية للمواصفات والمقاييس الى إدارة .
- إنشاء أجسام إعلامية بفروع الهيئة بولايات السودان .
- ضرورة إستغلال وسائل الإتصال الحديثة لإيصال الرسالة الإعلامية للجمهور بإعتبار أن أبسط الاشخاص يمتلك جهاز موبايل .
- الإهتمام بتدريب منسوبي أجهزة العلاقات العامة بالهيئة والمؤسسات ذات الصلة فى مجالات التخصص والتقنية الحديثة .
- توفير الكادر البشرى المؤهل بأجهزة العلاقات العامة .

#### المراجع :

1. أحمد بدر ، (1998م) مناهج البحث فى الاتصال والرأى العام والإعلام الدولى ، دار قباء للطباعة والنشر ، ط 4 .
2. أحمد كمال أحمد ، (1967م) ، العلاقات العامة فى المجالات الاجتماعية والانسانية ، دار الحمamy ، القاهرة.
3. أحمد بدر ، (1985م) ، المدخل الى علم المعلومات والمكتبات ، الرياض ، دار المريخ للنشر .
4. ابن منظور ، (1986م) ، لسان العرب ، ط 1 ، دار صادر ، بيروت .
5. عوجة وآخرون ، (1989م) مقدمة فى وسائل الاتصال ، جدة ، مكتبة مصباح .
6. أنيس هستو ، (2003م) ، العلاقات العامة ، ترجمة تيب توب لخدمات التعريب والترجمة ، القاهرة ، دار الفاروق للنشر والتوزيع .
7. شريف درويش اللبان ، الصحافة الالكترونية ، دراسات فى التفاعلية وتصميم المواقع ، القاهرة ، الدار المصرية اللبنانية ، ط 1 .
8. الحسين محمد الديب ، (1970م) ، الحاسبات الالكترونية وميكنة المعلومات ، القاهرة ، مكتبة الانجلو المصرية .
9. جميل احمد خضر ، (1998م) ، العلاقات العامة ، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ، ط 1 .
10. جمال مجدى حسنين ، (1987م) ، دراسات اجتماعية ، الاسكندرية ، دار المعرفة الجامعية .
11. خليل صابات ، (1987م) ، وسائل الاتصال نشأتها وتطورها ، القاهرة ، مكتبة الانجلو المصرية ، ط 2 .
12. عبد العزيز شرف ، (1989م) ، المدخل لوسائل الاتصال ، القاهرة ، دار الكتاب المصرى .
13. Barden: Reabert and Hacker, Michael, Communication Technology, N.Y, Delmar Publishers, INC, 1995.
14. Aspin all, Rlchard Radio, Paris, UNESCO, Printed in France, 1977.
15. Head, Sydney W. Broadcasting in America.



- 16.Hunter Julio K and G. Rass, Lyane S.L Broadcast News Toin the in Side out, USA, the C.V. Mosby Company, 1980.
- 17.Smith Anthony, the Shadaw in the Cave, The Broad Caster, His Audience, and The State, Urbana, University Of Tllinois Press, 1973.
- 18.Dary, David TV news Han dook, USA, TBA Books, 1971.
- 19.Harris, Richard Jackson A cognitive Of Mass Communication, N.J, Lawrence Erblaum Association, Inc, 1989.
- 20.Harless, James D.Mass Communication, An introaductory Survey, USA Wm.Brwn Publisher, 1985.