

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



جامعة إفريقيا العالمية
عمادة الدراسات العليا
كلية الإعلام



بحث مقدم لنيل درجة الماجستير في الإعلام تخصص العلاقات العامة والإعلان
بعنوان:

دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات بالمؤسسات الحكومية

دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على وزارة المالية والتخطيط الاقتصادي بالسودان

في الفترة من 2016-2018م

إشراف الدكتور /
عباس أبكر محمد أحمد

إعداد الطالبة /
منى إبراهيم محمد عمر

الخرطوم ٢٠١٩ م

الإستهلال

قَالَ تَعَالَى:

﴿ يُوَسِّفُ أَيُّهَا الصِّدِّيقُ أَفْتِنَا فِي سَبْعِ بَقَرَاتٍ سِمَانٍ يَأْكُلُهُنَّ سَبْعٌ عِجَافٌ وَسَبْعِ
سُنْبُلَاتٍ خُضْرٍ وَأُخْرَىٰ بَسَّتِ اللَّعْلَىٰ أَرَجِعْ إِلَى النَّاسِ لَعَلَّهُمْ يَعْلَمُونَ ﴿٤٦﴾ قَالَ نَزَّرَعُونَ سَبْعَ سِنِينَ
دَابًّا فَمَا حَصَدْتُمْ فَذَرُوهُ فِي سُنْبُلِهِ إِلَّا قَلِيلًا مِّمَّا نَأْكُلُونَ ﴿٤٧﴾ ثُمَّ يَأْتِي مِنْ بَعْدِ ذَلِكَ سَبْعٌ شِدَادٌ
يَأْكُلْنَ مَا قَدَّمْتُمْ لَهُنَّ إِلَّا قَلِيلًا مِّمَّا تُحْصِنُونَ ﴿٤٨﴾ ثُمَّ يَأْتِي مِنْ بَعْدِ ذَلِكَ عَامٌ فِيهِ يُغَاثُ النَّاسُ وَفِيهِ
يَعَصْرُونَ ﴿٤٩﴾ ﴾

((سورة يوسف، الآية: ٤٦ - ٤٩))

الإهداء

أنت سندي ومرجعي ومصلحي أصل الصلاح
وروح الحياة تعجز كلماتي عن وصفك
لكني ممتلئ بالفخر بك ... أبي

صغير إسمك وقليل الحروف لكنه يحوي
أسمى معاني الحب والعطاء أنت نبع
الحنان الذي لا يجف والأمان الذي لا خوف
بعده ... أمي

حياة بلا أخوات حياة باهته لا روح لها ولا
معنى ... أخواتي

أنتم النور الذي يضيء حياتي والسند القوي
والنبع الذي ارتوي منه حباً وحناناً... إخوتي

— إليهم جميعاً أهدي عصارة جهدي —

الشكر والتقدير

بعد الشكر لله الذي وفقني لإتمام هذا المشروع، وبعد أسمى عبارات التقدير للوالدين الكرمين، فأني أشكر جامعة افريقيا العالمية، فخوراً ومعتزاً بإتتمائي لهذا الصرح العلمي المتميز، الذي أثبت جدارته على الصعيد الأكاديمي .

أتقدم بجزيل الشكر والامتنان لوالدي في الكلية، وأستاذي أيام الدراسة ومشرقي في على الرسالة، الدكتور/ عباس ابكر محمد أحمد لما منحني من وقت وجهد وتوجيه وإرشاد وتشجيع، كذلك أتقدم بجزيل الشكر إلى أساتذتي الكرام وكل من ساهم في تعليمي . وأقدم شكري إلى أستاذي الدكتور موسى طه تاي الله - نائب المدير للشؤون العلمية، على نصائحه وتوجيهاته التي قدمها لي من أجل نيل هذه الدرجة العلمية اطلال الله في عمره .

كما اشكر كل من ساعدنا من قريب أو من بعيد ولو بكلمة أو دعوة صالحة صديقاتي واصدقاء كل من نجمه احمد، نوراً شرف، الاء عوض، خضرة على، صفيه عبدى، نشوة عبدالله .

ولا أنسى صاحب الفضل اخ العزيز الذي لم يدخر جهداً في مساعدتي للبحث ، ليرسم بصمة جميلة كي يصبح مجتحي مثلي ومتميز الاخ ياسر عبدالله طبت .

،،، الباحثة ،،،

إعداد الطالبة: منى إبراهيم محمد عمر.
إشراف الدكتور: عباس أبكر محمد أحمد.

دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات بالمؤسسات الحكومية

دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على وزارة المالية والتخطيط الإقتصادي بالسودان

في الفترة من 2016 - 2018م

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور العلاقات العامة خلال مراحل الأزمات بالإضافة إلى مساهمتها في حل الأزمات، مع توضيح أساليب إستكشاف إدارة العلاقات العامة لنشوب الأزمة، وتنشيط إهتمام المسؤولين في المؤسسات الحكومية بأهمية إدارة العلاقات العامة، والتعرف على طبيعة الوظيفة التصحيحية والعلاجية للعلاقات العامة.

إستخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي، سيما أن هذا المنهج يتسم بالموضوعية وعدم التحيز، والوصول من خلاله إلى نتائج دقيقة. وفي سبيل الوصول على البيانات الأولية إستخدمت الباحثة أدوات الإستبيان والمقابلة كأدوات أساسية للبحث.

يتمثل مجتمع البحث في هذه الدراسة وزارة المالية والتخطيط الإقتصادي في جمهورية السودان، وعمدت الطالبة إلى تحديد عينات تتمثل الجمهور الداخلي (أي العاملون) في الوزارة.

قُسم البحث إلى أربعة فصول: حيث تناول الفصل الأول الإطار المنهجي، والفصل الثاني جاء بعنوان مفاهيم وأساسيات العلاقات العامة، أما الفصل الثالث فقد تسمى إدارة الأزمات في المؤسسات الحكومية، والفصل الرابع كان في إطار الدراسة الميدانية، ثم اختتمت الدراسة بإستخراج النتائج والتوصيات، وسرد المصادر والمراجع التي استعانت بها الطالبة في البحث.

وبمعالجة البيانات الواردة بإستمرار الإستبيان إلى جانب المعلومات التي وردت من خلال المقابلات الشخصية، توصلت الدراسة الى نتائج أهمها:

1. كشفت الدراسة أن العلاقات العامة تقوم بممارسة التخطيط العلاجي لتخفيف أضرار الأزمة وتواجه الجماهير بالوسائل المناسبة.
2. أكدت الدراسة أن الوزارة تعتمد العلاقات العامة في فترة مناسبات الوزارة أكثر مما تعتمد في فترة الأزمة.
3. كشفت الدراسة عن نقاط الضعف التي تواجه العلاقات العامة مثل عدم وجود الكوادر المؤهلة، وضعف في كيفية إختيار وسائل الاتصال المستخدمة، وضعف التمويل، وضعف في إختيار الفرق المتخصصة.

وخلصت الدراسة إلى عدد من التوصيات أهمها:

1. ضرورة عقد دورات تدريبية متخصصة في إدارة العلاقات العامة وإدارة الأزمات وتكثيف محتوى ومدة الدورات مع إستقطاب الكوادر المؤهلة والمتخصصة في مجال العلاقات العامة.
2. ضرورة تقييم أداء العلاقات العامة أثناء الأزمات والقيام بحملات إعلامية مكثفة بعد زوال الأزمة.
3. إمكانية منح الصلاحيات والتفويضات في الحدود المسموح بها حتى تتمكن إدارة العلاقات العامة من القيام بدورها المنوط بها بوجه أكمل.

Abstract

The Role of Public Relations in Crisis Management in Government Institutions

*An analytical descriptive study applied to the Ministry of Finance and Economic Planning of Sudan
In the period from 2016 to 2018*

Prepared by the Student: Mona Ibrahim Mohamed Omer
Supervised by Dr. Abbas Abakar Mohammed Ahmed

Abstract

The aim of this study was to identify the role of public relations during crisis phases, in addition to its contribution to crisis resolution. It also clarifies the methods of exploring the public relations department for the outbreak of the crisis, activating the interest of government officials in the importance of managing public relations and identifying the corrective and remedial function of public relations.

The researcher adopted the descriptive methodology in analytical style, as this methodology is objective and impartial, and leads to accurate results. In order to access the initial data, the researcher used questionnaire and interview tools as basic research tools.

The research community in this study is the Ministry of Finance and Economic Planning in the Republic of the Sudan, and the researcher had to identify samples of the internal audience (i.e. employees) in the ministry

The research section was divided into four chapters: Chapter I dealt with the methodological framework and chapter two came with the title: Concepts and fundamentals of public relations. The third chapter was called crisis management in government institutions. The fourth chapter was part of the field study. The study ended with findings and recommendations, and the references used by the student in the research.

By processing the data contained in the questionnaire form, as well as the information received through personal interviews, the study reached the following findings:

1-The study revealed that public relations are practicing constructive planning to mitigate the damages of the crisis, and face the masses by appropriate means with the masses concerned

2-The study confirmed that the ministry adopts public relations during the Ministry's events more than it does during the period of crisis

3-The study revealed that the weaknesses of public relations; lack of qualified cadres, the weakness in how to choose the means of communication used, weak funding, weak composition of specialized teams.

The study came out with the following recommendations:

1-The need to hold specialized training courses in the management of public relations and crisis management, intensifying the content and duration of the courses and attracting qualified and specialized personnel in the field of public relations

2-The need to evaluate the performance of public relations during crises and to carry out intensive media campaigns after the crisis has ended

3-The possibility of granting powers to the personnel, and delegating them within the permissible limits so that the Department of Public Relations can carry out its role more fully.

فهرس المحتويات

الصفحة	المحتويات	رقم
أ	الإستهلال	1.
ب	الإهداء	2.
ج	الشكر والعرفان	3.
د - هـ	المستخلص بالعربي	4.
و - ز	Abstract	5.
ح - ط	قائمة المحتويات	6.
ي - ل	قائمة الجداول	7.
م - س	قائمة الأشكال	8.
الفصل الأول: الإطار المنهجي		
1	المقدمة	9.
2	أسباب إختيار الموضوع	10.
3	مشكلة البحث	11.
3	أهمية البحث	12.
4	أهداف البحث	13.
5	منهج البحث	14.
5	مجتمع البحث	15.
5	أدوات البحث	16.
6	حدود البحث	17.
6	مصطلحات ومفاهيم البحث	18.
8	الدراسات السابقة	19.
الفصل الثاني: مفاهيم وأساسيات العلاقات العامة في المؤسسة		
14	مفهوم وأهمية العلاقات العامة	20.
22	أهداف ووظائف العلاقات العامة	21.
29	أسس ومبادئ العلاقات العامة	22.

الفصل الثالث: إدارة الأزمات في المؤسسة الحكومية		
37	تعريف وأنواع وسمات الأزمات	.23
48	مراحل نشأة وإدارة الأزمة	.24
56	العلاقات العامة في إدارة الأزمات	.25
الفصل الرابع: الدراسة الميدانية		
71	نبذة عن وزارة المالية والتخطيط الإقتصادي	.26
76	الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية	.27
80	عرض وتحليل بيانات الدراسة	.28
الخاتمة		
134	النتائج	.29
136	التوصيات	.30
137	المصادر والمرجع	.31
	الملاحق	.32

قائمة الجداول

الصفحة	الجدول	رقم
62	يوضح الفرق بين مفهوم الازمة والكارثة وبعض المفاهيم الإدارية ذات العلاقة	1.
80	يوضح ثبات وصدق الاستثمارة	2.
81	يوضح النوع	3.
82	يوضح الوظيفة	4.
83	يوضح الخبرة	5.
84	يوضح المؤهل الاكاديمي	6.
85	يوضح التخصص	7.
86	يوضح المستوى	8.
87	يوضح هناك إدارة أخرى تقوم بمهام العلاقات العامة	9.
88	يوضح التعريف بالوزارة واقسامها	10.
89	يوضح تكوين السمعة الطيبة عن الوزارة	11.
90	يوضح تدعيم التعاون المستمر بين الوزارة والوزارات الاخرى	12.
91	يوضح إيجاد درجة من الترابط بين الوزارة والمؤسسات التابعة	13.
92	يوضح ممارسة البحوث المسحية	14.
93	يوضح ممارسة البحوث الاستكشافية	15.
94	يوضح ممارسة بحوث دراسة الحالة	16.
95	يوضح ممارسة بحوث تحليل المضمون	17.
96	يوضح ممارسة التخطيط الوقائي	18.
97	يوضح ممارسة التخطيط العلاجي	19.
98	يوضح ممارسة التخطيط الطارئ	20.
99	يوضح ممارسة التقويم القبلي	21.
100	يوضح ممارسة التقويم الاتناء	22.
101	يوضح ممارسة التقويم البعدي	23.
102	يوضح القيام بشرح وتفسير السياسات	24.

103	يوضح كتابة التقارير والبيانات	.25
104	يوضح إقامة تنظيم المعارض	.26
105	يوضح القيام باجراء البحوث والدراسات المتعلقة بآراء الجمهور	.27
106	يوضح تنظيم الحفلات والرحلات	.28
107	يوضح القيام بالرد على مايبث وينشر في وسائل الاعلام	.29
108	يوضح القيام بقياس الراي	.30
109	يوضح تنظيم المؤتمرات	.31
110	يوضح القيام بتنظيم الندوات والاحتفالات	.32
111	يوضح القيام ببرامج التعاون مع أجهزة الاعلام	.33
112	يوضح تخطيط الحملات الاعلامية	.34
113	يوضح الفترات التي يكون فيها أنشطة العلاقات العامة مكثفة	.35
114	يوضح مشاركة إدارة العلاقات العامة في اتخاذ القرار	.36
115	يوضح من وسائل التي تستخدمها العلاقات العامة في الاتصال الجماهيري(الصحف والمجلات)	.37
116	يوضح من الوسائل التي تستخدمها العلاقات العامة في الاتصال الجماهيري(النشرات والملصقات)	.38
117	يوضح من الوسائل التي تستخدمها العلاقات العامة في الاتصال الجماهيري (المكاتبات الرسمية)	.39
118	يوضح من الوسائل التي تستخدمها العلاقات العامة في الاتصال الجماهيري (إعلانات الطرق)	.40
119	يوضح من الوسائل التي تستخدمها العلاقات العامة في الاتصال الجماهيري (الراديو)	.41
120	يوضح من الوسائل التي تستخدمها العلاقات العامة في الاتصال الجماهيري (التلفزيون)	.42
121	يوضح من الوسائل التي تستخدمها العلاقات العامة في الاتصال الجماهيري (المقابلات الشخصية)	.43

122	يوضح من الوسائل التي تستخدمها العلاقات العامة في الاتصال الجماهيري (المحاضرات والاجتماعات)	.44
123	يوضح من الوسائل التي تستخدمها العلاقات العامة في الاتصال الجماهيري (الحفلات والمعارض)	.45
124	يوضح من الوسائل التي تستخدمها العلاقات العامة في الاتصال الجماهيري (استقبال الوفود)	.46
125	يوضح من الوسائل التي تستخدمها العلاقات العامة في الاتصال الجماهيري (الأفلام الوثائقية)	.47
126	يوضح من الوسائل التي تستخدمها العلاقات العامة في الاتصال الجماهيري (الانترنت)	.48
127	يوضح من الوسائل التي تستخدمها العلاقات العامة في الاتصال الجماهيري (الاعلام التفاعلي)	.49
128	يوضح من الوسائل التي تستخدمها العلاقات العامة في الاتصال الجماهيري (الفاكس)	.50
129	يوضح نقاط الضعف المؤثرة: تضارب تصرفات المسؤولين وقت الازمات	.51
130	يوضح نقاط الضعف المؤثرة: ضعف تكوين الفرق المتخصصة	.52
131	يوضح نقاط الضعف المؤثرة: ضعف وسائل الاتصال المستخدمة	.53
132	يوضح نقاط الضعف المؤثرة: عدم وجود كوادر مؤهلة	.54
133	يوضح نقاط الضعف المؤثرة: نقص المخصصات المالية	.55

قائمة الأشكال

الصفحة	الشكل	رقم
44	يوضح أنواع الأزمات	1.
47	يوضح أسباب نشوء الأزمات	2.
49	يوضح مراحل إنماء وتصعيد الأزمة	3.
50	يوضح طريقة التصعيد الدائري المتراكم	4.
72	الهيكل التنظيمي والوظيفي للوزارة العام	5.
73	الهيكل التنظيمي للوكالة المالية	6.
73	الهيكل التنظيمي لوكالة التخطيط الإقتصادية	7.
75	يوضح إدارة العلاقات العامة وإعلام والمراسم	8.
81	يوضح النوع	9.
82	يوضح الوظيفة	10.
83	يوضح الخبرة	11.
84	يوضح المؤهل الاكاديمي	12.
85	يوضح التخصص	13.
86	يوضح المستوى	14.
87	يوضح هناك إدارة أخرى تقوم بمهام العلاقات العامة	15.
88	يوضح التعريف بالوزارة واقسامها	16.
89	يوضح تكوين السمعة الطيبة عن الوزارة	17.
90	يوضح تدعيم التعاون المستمر بين الوزارة والوزارات الاخرى	18.
91	يوضح إيجاد درجة من الترابط بين الوزارة والمؤسسات التابعة	19.
92	يوضح ممارسة البحوث المسحية	20.
93	يوضح ممارسة البحوث الاستكشافية	21.
94	يوضح ممارسة بحوث دراسة الحالة	22.
95	يوضح ممارسة بحوث تحليل المضمون	23.
96	يوضح ممارسة التخطيط الوقائي	24.
97	يوضح ممارسة التخطيط العلاجي	25.

98	يوضح ممارسة التخطيط الطارئ	.26
99	يوضح ممارسة التقويم القبلي	.27
100	يوضح ممارسة التقويم الاثناء	.28
101	يوضح ممارسة التقويم البعدي	.29
102	يوضح القيام بشرح وتفسير السياسات	.30
103	يوضح كتابة التقارير والبيانات	.31
104	يوضح إقامة تنظيم المعارض	.32
105	يوضح القيام باجراء البحوث والدراسات المتعلقة بآراء الجمهور	.33
106	يوضح تنظيم الحفلات والرحلات	.34
107	يوضح القيام بالرد على مايبث وينشر في وسائل الاعلام	.35
108	يوضح القيام بقياس الراي	.36
109	يوضح تنظيم المؤتمرات	.37
110	يوضح القيام بتنظيم الندوات والاحتفالات	.38
111	يوضح القيام ببرامج التعاون مع أجهزة الاعلام	.39
112	يوضح تخطيط الحملات الاعلامية	.40
113	يوضح الفترات التي يكون فيها أنشطة العلاقات العامة مكثفة	.41
114	يوضح مشاركة إدارة العلاقات العامة في اتخاذ القرار	.42
115	يوضح من وسائل التي تستخدمها العلاقات العامة في الاتصال الجماهيري(الصحف والمجلات)	.43
116	يوضح من الوسائل التي تستخدمها العلاقات العامة في الاتصال الجماهيري(النشرات والملصقات)	.44
117	يوضح من الوسائل التي تستخدمها العلاقات العامة في الاتصال الجماهيري (المكاتبات الرسمية)	.45
118	يوضح من الوسائل التي تستخدمها العلاقات العامة في الاتصال الجماهيري (إعلانات الطرق)	.46
119	يوضح من الوسائل التي تستخدمها العلاقات العامة في الاتصال الجماهيري (الراديو)	.47

120	يوضح من الوسائل التي تستخدمها العلاقات العامة في الاتصال الجماهيري (التلفزيون)	.48
121	يوضح من الوسائل التي تستخدمها العلاقات العامة في الاتصال الجماهيري (المقابلات الشخصية)	.49
122	يوضح من الوسائل التي تستخدمها العلاقات العامة في الاتصال الجماهيري (المحاضرات والاجتماعات)	.50
123	يوضح من الوسائل التي تستخدمها العلاقات العامة في الاتصال الجماهيري (الحفلات والمعارض)	.51
124	يوضح من الوسائل التي تستخدمها العلاقات العامة في الاتصال الجماهيري (استقبال الوفود)	.52
125	يوضح من الوسائل التي تستخدمها العلاقات العامة في الاتصال الجماهيري (الأفلام الوثائقية)	.53
126	يوضح من الوسائل التي تستخدمها العلاقات العامة في الاتصال الجماهيري (الانترنت)	.54
127	يوضح من الوسائل التي تستخدمها العلاقات العامة في الاتصال الجماهيري (الاعلام التفاعلي)	.55
128	يوضح من الوسائل التي تستخدمها العلاقات العامة في الاتصال الجماهيري (الفاكس)	.56
129	يوضح نقاط الضعف المؤثرة: تضارب تصرفات المسؤولين وقت الازمات	.57
130	يوضح نقاط الضعف المؤثرة: ضعف تكوين الفرق المتخصصة	.58
131	يوضح نقاط الضعف المؤثرة: ضعف وسائل الاتصال المستخدمة	.59
132	يوضح نقاط الضعف المؤثرة: عدم وجود كوادر مؤهلة	.60
133	يوضح نقاط الضعف المؤثرة: نقص المخصصات المالية	.61