



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

جامعة إفريقيا العالمية

عمادة الدراسات العليا " الدبلوم العالي "

كلية الإعلام - قسم العلاقات العامة والاعلان



بحث تكميلي لنيل درجة الماجستير في الإعلام بعنوان: -

(فاعلية العلاقات العامة في انجاح أنشطة وبرامج المشروعات الزراعية)

بالتطبيق على مشروع الجزيرة في الفترة من ٢٠١٧-٢٠١٨م

إشراف

د. عباس ابكر محمد أحمد

إعداد الطالب

ابوبكر ابراهيم موسى

١٤٤١ هجرية - ٢٠١٩م

إِسْتِزْهَارٌ

قَالَ بَغْدَادِي :

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

{ اقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ } { ١ } { خَلَقَ الْإِنْسَانَ مِنْ عَلَقٍ } { ٢ } { اقْرَأْ وَرَبُّكَ

الْأَكْرَمُ } { ٣ } { الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ } { ٤ } { عَلَّمَ الْإِنْسَانَ مَا لَمْ يَعْلَمْ } { ٥ }

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

سورة العلق الآيات {١-٦}

(١)

إهداء

إلى التي جعل الله الجنة تحت أقدامها وإلى التي زرفت دموعها فرحاً بقدمي إلى هذه الدنيا، فهي ينبوع الحنان والطيبة والسعادة إلى التي زرعتني بالحياة بذرة وسقتني من دمها قطرة من بعد قطرة إلى التي لا تروق أغصانها إلا بما حنانها وبركات دعائها أمي الحبيبة متعك الله بالصحة والعافية

إلى من قوم أخلاقى بعد أن خلقني ربي إلى من أرشدني إلى العلم فأنا لى دربي إلى حكمتي وعلمي، أدبي وحُلمي طريقتي المستقيم إلى من بوجوده إكتسبتُ قوة لا حدود لها من علمني معنى الحياة والصدق والإخلاص والدي العزيز. اطال الله في عمرك إلى من عشتُ معهم في كنف واحد متجرعين الكأس فارغاًً ليسقوني قطرة حب، وعطف وحنان ، لم تلين عزائمهم في تقديم لحظات سعادة لي أشقائي وشقيقاتي. إلى من أنسوني في دراستي وشاركوني همومي حباً، وفاءً وتقديراً
اصدقائي الأعزاء.

(ب)

شكر و عرفان

الشكر أولاً لله سبحانه وتعالى الذي أعانني علي إتمام هذا العمل واصلي واسلم علي المبعوث رحمة للعالمين سيدنا (محمد ﷺ)

في مثل هذه اللحظات يتوقف اليراع قبل أن يخط الحروف ليجعلها كلمات تتبعثر الأحرف عبثاً وعبثاً أن يحاول تجميعها في سطور...سطور كثيرة تمر في الخيال ولا يبقى لي في نهاية المطاف إلا أن اتوجه بالشكر الى :

جامعة افريقيا العالمية كلية الإعلام و اخص قسم العلاقات العامة والدكاترة الأفاضل العاملين بها:

واتقدم بالشكر الى ذلك القامة العلامة الذي هو في قامة الوطن الكبير صاحب الأيادي البيضاء الذي أشرف بحكمته ودرأيته علي بحثي هذا وأعانني بعلمه الغزير في إكماله ،الدكتور / عباس ابكر محمد احمد

والشكر ايضاً موصول إلى اخي الاكبر الاخ الذي لم تلده امي البروف/ موسى طه تالله الذي لم يبخل علي بشئ

متعك الله بالصحة والعافية ولك مني كل والإحترام والتقدير والشكر موصول الى كافة العاملين بديوان الأوقاف الإسلامية بالأبيض وبالاخص الأخوة (ابراهيم يوسف ، وعبدالله الرحيمة)

(ت)

المستخلص

الاسم : ابوبكر ابراهيم موسى

العنوان : (فاعلية العلاقات العامة في انجاح أنشطة وبرامج المشروعات الزراعية)

تتناول هذه الدراسة (فاعلية العلاقات العامة في انجاح أنشطة وبرامج المشروعات الزراعية) ، وذلك لاهمية العلاقات العامة في انجاح أنشطة وبرامج مشروع الجزيرة والتي تسهم في الترويج لانشطة المشروع بالنسبة للعامة .

وقد هدفت الدراسة الى التعرف على المشكلات والعقبات التي تواجه إدارة العلاقات العامة في مشروع الجزيرة. وكذلك معرفة أهمية العلاقات العامة في مشروع الجزيرة والتعرف على مدى إمكانية العلاقات العامة في تطوير مشروع الجزيرة. والاطلاع على الأشياء التي يمكن أن تضيفها العلاقات العامة لمشروع الجزيرة. وكذلك تحسس الدور التوعوي الذي تقوم به إدارة العلاقات العامة في مشروع الجزيرة. وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي وخلصت الدراسة الى عدد من النتائج من اهمها : كشفت الدراسة أن ادارة العلاقات العامة بمشروع الجزيرة تقوم بالتواصل مع وسائل الاعلام ورصد ماتعكسه .وكذلك اوضحت الدراسة أن ادارة العلاقات العامة بمشروع الجزيرة تقوم بالتواصل مع الجمهور الخارجي وتنويره .وقد اوصت الدراسة ومن خلال ملاحظة الباحث في الدراسة الميدانية اتضح جلياً ان مشروع الجزيرة تاجر كثيراً بالتجاوزات السياسية لذلك يجب ابعاد المشروع من التجاوزات والمناحرات السياسية. وكذلك اوصت الدراسة بإجتثاث الفساد الإداري المتقلقل في المشروع حتى يرجع الى سابق عهده.

Abstract

This study deals with (the effectiveness of public relations in the success of activities and programs of agricultural projects), because of the importance of public relations in the success of the activities and programs of the island project, which contribute to the promotion of project activities for the public. The study aimed to identify the problems and obstacles facing the Public Relations Department in the Al-Jazeera project. As well as knowing the importance of public relations in the Al-Jazeera project and knowing the extent of the possibility of public relations in developing the Al-Jazeera project. Knowing the things that public relations can add to the Al-Jazeera project, as well as feeling the awareness role played by the Public Relations Department in the Al-Jazeera project. The study used the descriptive analytical approach, The study revealed that the public relations department of the Al-Jazeera project is communicating with the media and monitoring what it reflects. The study also showed that the public relations department of the Al-Jazeera project is communicating with and enlightening the public. The study recommended, and through the researcher's observation in the field study it became clear that the Al-Jazeera project was greatly affected by the concessions Therefore, the project must be removed from political rivalries and rivalries. The study also recommended eradicating the precarious administrative corruption in the project so that it could return to its previous era.

(ث)

فهرس المحتويات

رقم الصفحة	الموضوعات	الرقم
أ	الأية	1.
ب	الإهداء	2.
ت	الشكر والتقدير	3.
ث	مستخلص البحث	4.
ج	Abstract	5.
ح	فهرس المحتويات	6.
	الفصل الاول : الاطار المنهجي	7.
1-2	المقدمة - الاهمية - الاهداف	8.
3-4	المشكلة - مجتمع البحث	9.
5-6	منهج البحث - أدوات البحث	10.
7-8	مصطلحات ومفاهيم الحث	11.
10-17	الدراسات السابقة	12.
18	الفصل الثاني : العلاقات العامة	13.
19 -30	المبحث الاول : مفهوم العلاقات العامة	14.
31-41	المبحث الثاني : أهداف ووظائف العلاقات العامة	15.
42-46	المبحث الثالث : مجالات عمل العلاقات العامة	16.
47	الفصل الثالث : المشروعات الزراعية	17.
48-51	المبحث الاول : مفهوم المشروعات الزراعية	18.
52-59	المبحث الثاني : أهمية ومكونات ومراحل المشروعات	19.
60-68	المبحث الثالث : الأنشطة الإعلامية لبرامج المشروعات	20.
69	الفصل الرابع : الدراسة الميدانية	21.
70-89	أولاً: معلومات مجتمع الدراسة	22.
90-93	ثانياً: الاجراءات المنهجية	23.
94-107	ثالثاً: تحليل وتفسير البيانات	24.
108-109	رابعاً : النتائج والتوصيات	25.
110-114	المصادر والمراجع	26.
	الملاحق	27.

فهرس الجداول

رقم الصفحة	الموضوعات	الرقم
94	جدول رقم (١) الصدق والثبات	1.
95	جدول رقم (٢) :يوضح النوع	2
96	جدول رقم (٣) يوضح العمر	3
97	جدول رقم (٤) :يوضح المستوى الاكاديمي	4
98	جدول رقم (٥) :يوضح الحالة الاجتماعية	5
99	جدول رقم (٦) :يوضح الوظيفة	6
100	جدول رقم (٧) :يوضح وجود ادارة علاقات عامة بمشروع الجزيرة	7
101	جدول رقم (٨) :يوضح دور ادارة العلاقات عامة بمشروع الجزيرة	8
102	جدول رقم (٩) يوضح المتوسط والانحراف المعياري لمحور استخدام ادارة العلاقات العامة للوسائل الاعلامية	9
104- 103	جدول رقم (١٠) يوضح المتوسط والانحراف المعياري لمحور فاعلية ادارة العلاقات العامة للقيام بالمهام التالية	10
105	جدول رقم (١١) يوضح المتوسط والانحراف المعياري لمحور نجاح ادارة العلاقات العامة في اداء الوظائف	11
106	جدول رقم (١٢) يوضح المتوسط والانحراف المعياري لمحور دور ادارة العلاقات العامة في نجاح مشروع الجزيرة :-	12

المقدمة:

العلاقات العامة هي التي يتسع نشاطها حتى يمكنها أن تعمل في جميع المجالات، ولا تقتصر على أنواع معينة من مجالات محددة، وهي توجد في ميادين التجارة والصناعة والإدارة والتعليم والصحة، ولها مبادئها التي تقوم على أساس الثقة والإحترام المتبادل بين الطرفين، وكلما وجدنا مشروع أو مؤسسة نجد العلاقات العامة في مقدمتها؛ وذلك لأهميتها، مثل وجودها في المشروعات القومية التي تمثل لها العلاقات العامة المرتكز الرئيس في أعمالها، كما لها أهميتها في المشروعات الزراعية مثل مشروع الجزيرة الزراعي الذي يُعد العمود الفقري والرئيس للاقتصاد القومي، لذلك كان لابد للطالب أن يتحدث في موضوع البحث عن العلاقات العامة وفعاليتها في المشروعات القومية مثل مشروع الجزيرة تحديداً نسبة لأهميتها للأمن الغذائي القومي^١.

أهمية البحث:

يكتسب هذا البحث أهميته من أهمية مشروع الجزيرة بإعتباره مشروع زراعي له تأثيره المحلي والقومي على المواطن خاصة والدولة بشكلٍ عام، كما تتبع أهمية هذا البحث أيضاً من أهمية العلاقات العامة وأثرها في حل مشكلة المشروعات الزراعية من خلال الدور الكبير الذي يمكن أن تقوم به العلاقات العامة في هذا المجال وذلك بتقوية وتعزيز العلاقة والثقة مع كافة فئات الجمهور، فالمشاريع الزراعية القومية الكبيرة مثل مشروع الجزيرة الذي ظهر أثره الكبير على اقتصاد الدولة بما يستوجب أن يكون هناك دور فعّال للعلاقات العامة، لذلك يود الباحث الوقوف على فعالية العلاقات العامة في حل مشكلة مشروع الجزيرة لأنه يمثل الركيزة الأساسية للدولة والمجتمع.

¹ صالح خليل ابو اصبع، العلاقات لعامة والاتصال الانساني، ط١ (عمان: دار الشرق، ١٩٨٨م) ص٥

كما تزداد أهمية العلاقات العامة بتوعيتها للجمهور بأهمية مشروع الجزيرة، ومحاولة زيادة الوعي لهذه الأهمية.

أهداف البحث:

هدفت هذه الدراسة لتحقيق جانبين أساسيين؛ جانب معرفي، ويتمثل في إثراء المكتبة العلمية بهذه الدراسة العلمية. وأهداف عملية وتتمثل في:

١- التعرف على المشكلات والعقبات التي تواجه إدارة العلاقات العامة في مشروع الجزيرة.

٢- معرفة أهمية العلاقات العامة في مشروع الجزيرة.

٣- معرفة مدى إمكانية العلاقات العامة في تطوير مشروع الجزيرة.

٤- التعرف على البرامج التي يمكن أن تضيفها العلاقات العامة لمشروع الجزيرة.

٥- التعرف على الدور التوعوي الذي تقوم به إدارة العلاقات العامة في مشروع الجزيرة.

مشكلة البحث:

تبيّن للطالب من خلال إطلاعه على البحوث والدراسات السابقة في المجال أهمية ودور العلاقات العامة في المشروعات الزراعية ومشروع الجزيرة بأنه تحقق بعض النجاح في هذا المجال، وعلى الرغم من الأهمية الكبيرة للعلاقات العامة لكل مؤسسة إلا أنّ بعض نتائج الدراسات والبحوث كشفت عن العديد من السلبيات للعلاقات العامة لدى كثير من المؤسسات، ولذلك فهي بحاجة إلى نمو وتطوير كبير وخاصة أنها تنعكس على الواقع مما يؤثر بشكل مباشر على أهمية العلاقات العامة، ونتيجة للإحساس بحجم المشكلة في مشروع الجزيرة ؛ ونظراً لأهميتها الكبيرة ولضعف إمكانيات الدولة والصعوبات الفنية والإشكاليات الموضوعية التي تواجهها، وعليه

تتلخص مشكلة الدراسة في التعرف على فاعلية العلاقات العامة في انجاح مشروع الجزيرة والسعي لمعرفة القصور المهنية حتى يساهم الطالب في حلها.

تساؤلات البحث:

يهدف البحث إلى الإجابة على مجموعة من التساؤلات التي تمثل مشكلة البحث وتتلخص التساؤلات في الآتي:

- ١ – ما المشكلات والعقبات التي تواجه إدارة العلاقات العامة في مشروع الجزيرة ؟
- ٢ – هل للعلاقات العامة دور في تطوير مشروع الجزيرة ؟
- ٣ – هل تقوم إدارة العلاقات العامة بالتوعية المطلوبة بأهمية مشروع الجزيرة ؟
- ٤ – ما الذي يمكن أن تضيفه العلاقات العامة من خلال برامجها وأنشطتها لمشروع الجزيرة
- ٥ – ما أهمية العلاقات العامة بالنسبة لمشروع الجزيرة ؟
- ٦ – ما الإجابيات لمهام العلاقة العامة بالمشروع؟
- ٧ – هل العلاقات العامة بحاجة الى تطوير متقدم بالمشروع؟

مجتمع البحث:

يتكون مجتمع البحث من شريحة مختارة من جمهورين جمهور خارجي لولاية الجزيرة تتمثل في ((الطلاب والأساتذة والعاملين بجامعة الجزيرة))، وشريحة أخرى من الجمهور الداخلي تتمثل في العاملين بالمشروع في ولاية الجزيرة. وتم اختيار مدينة ود مدني لعدة اعتبارات هي:

١ – تمثل حاضرة ولاية الجزيرة.

٢ – بيئة المنطقة وطبيعة سكانها ولوجود المشروع بها.

منهج البحث:

إستخدم الباحث المنهج الوصفي:

يعتبر هذا البحث من حيث منهجيته من البحوث الوصفية التي تُستخدم لدراسة الحقائق حول الظواهر والأحداث والأوضاع القائمة، وذلك بجمع المعلومات والبيانات وتحليلها كماً وكيفاً، وإصدار الحكم على الظاهرة في إطار العينة التي تمَّ إخضاعها للدراسة.

أما في المنهج الوصفي يستخدم الطالب الدراسة المسحية لمسح أساليب الممارسة الإعلامية للمؤسسات ومشكلاتها وتحليلها وتفسيرها بغرض توصيف واقع الممارسة العملية بصورة دقيقة والخروج بنتائج علمية.

أدوات البحث:

إستخدم الطالب في هذا البحث أكثر من أداة وهي على النحو التالي:

١/ الملاحظة (Observation) (١):

هي عملية جمع المعلومات عن طريق ملاحظة الناس، أو الأماكن.

٢/ الاستبانة (Questionnaire) (٢):

هي أداة البحث الرئيسة ويعد الاستبيان أحد وسائل جمع المعلومات ويعرف بأنه مجموعة من الأسئلة يتم الإجابة عليها من قبل المبحوثين بدون مساعدة الباحث أو من يقوم مكانه في فهم الأسئلة أو تسجيل الإجابة عليها.

(١) منذر عبد الحميد الضامن، أساسيات البحث العلمي، ط ٢ (عمان :دار المسيرة للنشرة والطباعة، ب ت)، ص ٩٤.

(٢) منذر عبد الحميد الضامن، أساسيات البحث العلمي، المرجع نفسه، ص ٩١.

٣/ المقابلة (Interview) (١):

هي محادثة موجهة يقوم بها فرد مع آخر أو مع أفراد آخرين للحصول على بيانات أو معلومات بهدف استخدامها في بحث علمي والاستفادة منها في التشخيص والعلاج والتوجيه.

الإطار المكاني:

وقع الإختيار المكاني للدراسة على مشروع الجزيرة وذلك للأسباب التالية:

١- بها أكبر مشروع زراعي مروحي بالسودان.

٢- تمثل العمود الفقري للاقتصاد الوطني السوداني.

٣- موقعها الإستراتيجي وذلك بتوسطها السودان.

الإطار الزمني:

يمتد الإطار الزمني من الفترة (٢٠١٧ الى ٢٠١٨م) ، وذلك للأسباب الآتية:

١- المحاولات الجادة من إدارة مشروع الجزيرة في هذه الفترة لتطوير مشروع الجزيرة.

٢- إعتقاد الدولة على الزراعة باعتبارها تمثل الأمن القومي الغذائي للدولة.

(١) منذر عبد الحميد الضامن، أساسيات البحث العلمي، المرجع السابق، ص ٩٦.

مصطلحات ومفاهيم البحث:

١ - الفاعلية: لغةً: الفعل كناية عن عمل متعمد أو غير متعمد، فعل يفعل فعلاً، ويُقصد بها القدرة على تحقيق الأهداف المرسومة مسبقاً (١).

إصطلاحاً: هي تحقيق النتيجة المقصودة تحقيقاً كاملاً وإلى أعلى حد ممكن بأقلّ جهد ووقت وتكلفة (٢).

إجرائياً: يقصد بها الباحث قدرة العلاقات العامة على القيام بدورها في المشروعات.

٢ - إنجاح: لغةً: من نجح مثل أنجح الرجل صار ذا نجاح فهو منجح من قوم مناهج وقد أنجحت حاجته إذا قضيناها له.

إصطلاحاً: هي تحقيق الطموحات والأهداف وإستغلال الطاقات بشكل جيّد والتعلّم من أخطاء الماضي (٣).

إجرائياً: يقصد بها الباحث تقدير الأثر الحقيقي للمشروع من خلال إدارة العلاقات العامة.

٣ - أنشطة: لغةً: هي من نشط إليه وله - نشاطاً: خف له وجد فيه، فهو ناشط ونشيط، وهي ناشطة ونشيطة، وفي العمل ونحوه: طابت نفسه له.

إصطلاحاً: هي ممارسة صادقة لعمل من الأعمال، يُقال لفلان ناشط زراعيّ أو تجاريّ (٤).

إجرائياً: يقصد بها الباحث النشاط الذي يقدمه المشروع من خلال إدارة العلاقات العامة.

٤ - برامج: لغةً: اسم وبرامج جمع لبرنامج مثل قولنا: برنامج الدراسة وبرامج اليوم.

(١) محمد المسعدي، القاموس الجديد، دمشق: د، ن، ١٩٧٣م، ص ١٧.

(٢) أحمد حسين الليقاني - علي أحمد الحمل، معجم المصطلحات التربوية، المنهج وطرق التدريس، ب ط (القاهرة: عالم الكتب، ب ت ص ١٣٢).

(٣) ابن منظور: لسان العرب، ط ٦، (دار بيروت، ج ٢، ب ت) ص ٦١١.

(٤) إبراهيم أنيس، المعجم الوسيط، ط ١ (دار الفكر، ج ٢، ب ت)، ص ٩٢٢.

إصطلاحاً: هي البرامج الورقية الجامعة للحساب أو التي يُرسم فيها ما يُحمل من بلد إلى بلد من أمتعة التجارة والسلع، أو هو الخطة المرسومة لعمل ما كبرامج الدرس والإذاعة (١).

إجرائياً: يقصد بها الباحث البرامج التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة داخل المشروع. ٥ - المشروع: لغةً: من الفعل شرع يشرع شروءاً، فهو شارع وشرع في العمل أخذ فيه، بدأ، خاض.

إصطلاحاً: ما سوغه الشرع وهو الأمر يُهياً ليدرُس ويُقرر والجمع مشروعات (٢). إجرائياً: يقصد بها الباحث المكان الذي يقدم برامج تنمية حقيقية زراعية وغيرها. الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى:

اتجاهات الرأي العام لمزارعي الجزيرة نحو قانون ٢٠٠٥م (٣):
دراسة ميدانية عينة من مزارعي الجزيرة ٢٠١٤/٢٠١٥م.
أهم أهداف الدراسة:

- التعرف على مدى كفاءة فعالية البرامج الزراعية بتلفزيون الجزيرة من خلال برنامج الجزيرة الخضراء.

المنهج المستخدم:

استخدم الباحث منهج المسح.

أهم النتائج:

توصل الباحث إلى عدد من النتائج أهمها:

١ - كشفت الدراسة عن صعوبة للمعاملات وقلة المفتشين الزراعيين والمرشدين، وتوكل أهمية تلفزيون الجزيرة في دفع عملية التقنية الزراعية.

(١) إبراهيم أنيس، المرجع السابق، ص ٢.

(٢) www.htt.almaany.clm

(٣) ميسون محمد أحمد: اتجاهات الرأي العام لمزارعي الجزيرة نحو قانون ٢٠٠٥م - جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا - كلية الدراسات العليا - قسم العلاقات العامة - رسالة ماجستير غير منشورة - ٢٠١٦م.

٢ - أوضحت الدراسة أهمية البرامج الزراعية وإدخال التقنيات الزراعية وتطبيقها للمزارعين بطريقة مبسطة.

٣ - بيّنت الدراسة أنّ تلفزيون الجزيرة يعمل في ظروف صعبة ويعاني من مشاكل فنية وجميع الأجهزة العاملة انتهى عمرها الافتراضي.

الدراسة الثانية:

برامج الإرشاد الزراعي في تلفزيون السودان ودورها في تنمية وتطوير قدرات المزارعين:

(دراسة تطبيقية على برامج أرضنا الخضراء) في الفترة من ٢٠١٢ - ٢٠١٥م (١).

أهم أهداف الدراسة:

١ - التعرف على دور الإعلام التلفزيوني في إعداد البرامج الإرشادية للمزارع، وأثر ذلك عليهم مما يستوجب معرفة النشاط الزراعي في السودان أولاً.

٢ - التعرف على الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية للمزارع.

٣ - تحديد مدى مشاهدة المزارع.

المنهج المستخدم:

استخدم الباحث المنهج الوصفي.

أهم نتائج الدراسة:

١ - أن أعلى نسبة من المبحوثين ذكور، والمستوى التعليمي دون الثانوي بنسبة ٣٦%، وأن نسبة كبار السن بلغت ٤٠%.

(١) أسماء محمد صالح: برامج الإرشاد الزراعي في تلفزيون السودان ودورها في تنمية وتطوير قدرات المزارعين - جامعة السودان - رسالة ماجستير غير منشورة - ٢٠١٢م.

٢ - تبيّن أن مدى متابعة المبحوثين للبرامج الزراعية ضعيفة بصفة عامة ماعدا البرنامج الذي تمّ التطبيق عليه وقد بلغ نسبة عالية في المشاهدة.

٣ - أوضحت النتائج أسباب متابعة البرنامج المستهدف بأنها تتفاوت في النسب من أجل المعرفة الزراعية والإستمتاع بالماء والخضرة ولحب معرفة الثقافة الجديدة في الزراعة.

٤ - قد تبيّن أن الرسائل السالبة في إعلام الإرشاد الزراعي بها ضعف نسبي تتراوح ما بين ٤٠ - ٦٠ من محاور التكنولوجيا والحقول الإيضاحية وسلوك المزارع في الحقل والتعليم الذاتي للمزارع.

٥ - أبانت النتائج أن الإعلام الزراعي السوداني متأثر بالإنترنت والعولمة وأنه يحظى ويعزز التعرّف على الجديد وله تأثير على المزارعين بنسبة ٩٢%.

الدراسة الثالثة:

فاعلية البرامج الزراعية في تلفزيون ولاية الجزيرة:

(دراسة تطبيقية على مشروع ولاية الجزيرة في الفترة من ٢٠٠٦ - ٢٠٠٨م) (١):

أهم أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى إنتاج برنامج زراعي قوي داخل تلفزيون ولاية الجزيرة في أي شكل من أشكال البرامج التلفزيونية، ويكون ذلك بترجمة الأفكار المستحدثة التي تأتي إلى هيئة البحوث إلى برامج تلفزيونية تعليمية يستفيد منها المزارعون في حياتهم اليومية، وكذلك تحويل الإنجازات إلى واقع إعلامي لحث المزارعين على المشاركة في خطط التنمية، ونقل فلسفة تكنولوجيا الزراعة الحديثة للمزارعين في أقسام الري المختلفة داخل مشروع الجزيرة ولا يتم ذلك إلا بوجود كادر بشري مدرب داخل

(١) سارة فيصل يوسف محمد: فاعلية البرامج الزراعية في تلفزيون الجزيرة - جامعة الخرطوم - قسم الإعلام - رسالة ماجستير غير منشورة - ٢٠٠٨م.

المؤسسة الإعلامية له خلفيات زراعية، أو كادر بشري في المؤسسة الزراعية له مقدرات اتصالية عالية.

أهم المنهج المستخدم:

المنهج الوصفي.

أهم النتائج التي توصل إليها الباحث:

في محور أعمار المزارعين والمستوى التعليمي وامتلاك الحواشي، المزارعين من سن ٤٠ - ٦٠ يمتلكون ٥٧% من المزارعين، مما يؤكد تراكم الخبرات للزراعة والعمليات الزراعية أكبر لدى هذه الفئة مصحوبة بالتجارب داخل الحقل.

أما المستوى التعليمي فنجد ٧٥% من هؤلاء المزارعين في مستوى الخلوة والابتدائي، و ٢٥% من المزارعين هم في مستوى الثانوي والجامعي.

أما محور امتلاك الحواشي فنجد أن ٥٤% ملك حر، ١٨% إيجار، ٢٨% شراكة، أما نشرة الأخبار الرئيسية داخل تلفزيون الجزيرة ٥٤% يشاهدونها وذلك لتناولها أهم أحداث الزراعة والأخبار الزراعية التي ترد مشروع الجزيرة وهيئة البحوث الزراعية، إضافة إلى أخبار الولاية عموماً.

أما محور الاستفادة من البرامج التلفزيونية نجد أن ٢٠% استفادة كاملة، أما ٥٥% استفادة جزئية، ونسبة ٢٥% من أفراد العينة لا يستفيدون.

الدراسة الرابعة:

عنوان البحث:

وظيفة العلاقات العامة في تطوير التنمية الزراعية في السودان:

(دراسة تطبيقية على البنك الزراعي السوداني في الفترة من ٢٠١٤ - ٢٠١٦م (١):

أهم أهداف الدراسة:

يهدف البحث إلى الآتي:

- ١ - التعرف على دور العلاقات العامة في إحداث التنمية الزراعية.
 - ٢ - الوقوف على إستراتيجية البنك الزراعي في مجال العلاقات العامة المفهومي والتنموي للقطاعات الزراعية.
 - ٣ - العلاقات العامة والدور التثقيفي للعلاقات العامة مع المؤسسات المعنية بالتنمية.
- المنهج المستخدم:

استخدم الباحث منهج دراسة الحالة بغرض الوصف والتحليل والتقييم حيث تقوم دراسة الحالة على دراسة عدد محدود من الحالات أو المفردات دراسة شاملة.

أهم نتائج الدراسة:

- ١ - تؤكد من الدراسة بأن هنالك إستراتيجية واضحة للعلاقات العامة لتحقيق أهداف البنك.
- ٢ - تبين من خلال الدراسة بأن العلاقات العامة لها دور اجتماعي بالبنك من خلال التواصل الاجتماعي.
- ٣ - تؤكد من خلال الدراسة بأن نسبة ٩٠% من المبحوثين يؤكدون على أهمية ودور العلاقات العامة بالبنك.
- ٤ - تبين من خلال الدراسة بأن التخطيط في العلاقات العامة ضعيف.

(١) الطيب الأمين حامد التكنينة: وظيفة العلاقات العامة في تطوير التنمية الزراعية في السودان - جامعة أم درمان الإسلامية - قسم العلاقات العامة - رسالة ماجستير غير منشورة - ٢٠١٦م..

٥ - تأكد من خلال الدراسة بأن ليس هنالك احتياج لخبير إعلامي أو وسيط بين المزارع والبنك.

الدراسة الخامسة: بعنوان:

العلاقات العامة ودورها في التنمية الزراعية في السودان:

(دراسة تطبيقية على إدارة العلاقات العامة لمشروع الجزيرة ٢٠٠٥ - ٢٠٠٦م) (١):

أهم أهداف الدراسة:

السودان يمتلك موارد زراعية عظيمة تؤهله لأن يكون له دوراً مرموقاً بوصفه سلة غذاء العالم في المحيط الإقليمي، ولقد أوجزت أهداف البحث في المحاور الآتية:

١ - تحقيق التنمية الزراعية:

وذلك بالاهتمام ببرامج التحديث وزراعة الأرض غير المستثمرة بالمشروع والعمل على تنويع المحاصيل.

٢ - تحقيق الأمن الغذائي:

وذلك باستخدام التقنية المتطورة بالمشروع وزيادة حصيلة صادرات القطاع الزراعي.

٣ - تحقيق التنمية الاجتماعية:

وذلك بمحو أمية المزارع وتزويده بالمعلومات الكافية التي تساعد في عملية التنمية.

المنهج المستخدم:

(١) نجاه سليمان الخضر: العلاقات العامة ودورها في التنمية الزراعية في السودان - جامعة أم درمان الإسلامية - قسم العلاقات العامة - رسالة ماجستير غير منشورة - ٢٠١٦م.

استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي.

أهم نتائج الدراسة:

١ - أكدت الدراسة أن العلاقات العامة تسهم في التغيير الاجتماعي من خلال وسائل الإعلام المختلفة.

٢ - أوضحت الدراسة أهمية البرامج الزراعية التي تقوم من خلال وسائل الإعلام المختلفة.

٣ - أثبتت الدراسة أن هنالك صلة وثيقة بين العلاقات العامة وهيئة البحوث الزراعية.

٤ - أثبتت الدراسة أن البرامج الثقافية والاجتماعية والإرشادية والتنموية قد أدت دورها في التنمية.

علاقة البحث بالدراسات السابقة:

- الإستعانة بالاسلوب العلمي المتبع في الدراسات العلمية وتطبيق التجربة المأخوذة والاستفادة منها في البحث بصفة خاصة والعلاقات العامة بصفة عامة .

- يتفق هذا البحث مع الدراسات السابقة في مجال التخصص ، حيث انها دراسات تبحث في طبيعة عمل العلاقات العامة وبرامجها بالمؤسسات بصفة عامة.

- جميع الدراسات السابقة إعتمدت منهج الدراسات الوصفية عدا الأولى.

يتفق البحث الحالي مع الدراسات السابقة في الهدف والعمل على تذليل المشاكل والعقبات التي تواجه إدارة العلاقات العامة .

الفصل الثاني : (العلاقات العامة المفهوم والتعريف والوظائف)

المبحث الاول : المفهوم والتعريف

المبحث الثاني : الوظائف والاهداف

المبحث الثالث : مجالات عمل العلاقات العامة

المبحث الأول

مفهوم العلاقات العامة

كثيراً ما يُثار الجدل حول مفهوم العلاقات العامة في الدول ذات الأنظمة السياسية المختلفة، فقد يتصور البعض أن مفهوم العلاقات العامة في النظام الرأسمالي يختلف عن مفهوم العلاقات العامة في النظام الاشتراكي، وأن مفهوم العلاقات العامة في الدول النامية يختلف عنه في الدول المتقدمة.

ولكن الحقيقة أن مفهوم العلاقات العامة ثابت ولا يختلف باختلاف الأنظمة السياسية والإقتصادية أو الإجتماعية، كما أن طبيعة العلاقات العامة كطبيعة مستمرة تتكون من أربع مراحل أساسية هي: ((البحوث - التخطيط - تنفيذ البرامج - والتقويم))، لا تختلف باختلاف الأنظمة أو المؤسسات، ويحدث الاختلاف في الواقع العملي، حينما تعكس الأهداف فلسفة النظام الذي يعبر عنه، فالأهداف التي تحدد إدارة العلاقات العامة في مؤسسة تسعى إلى ربح تختلف عن بعض المؤسسات على الرغم من وجود بعض الأهداف المشتركة بينهما، وكذلك الحال في إختلاف الأنظمة السياسية في بعض الدول، الذي ينعكس بدوره على طبيعة أهداف العلاقات في هذه الدول أو تلك (١).

تعريف العلاقات العامة:

(١) علي عجوة، العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، ط ١٤٢١ هـ (القاهرة، عالم الكتب، ٢٠٠١م)، ص ١٤.

وبالرغم من كثرة التعريفات التي قُدمت للعلاقات العامة من جانب الدارسين أو الممارسين، أو من جانب الهيئات المهتمة بالعلاقات العامة، فإن هنالك سمة مشتركة بين هذه التعريفات رغم إختلاف الأسلوب أو التفاصيل بين تعريف وآخر.

العلاقات العامة في أبسط معانيها إقامة علاقات حسنة بين المنظمة و جماهيرها الداخلية والخارجية مبنية بإبراز الوظائف الأساسية التي تطلع بها إدارة العلاقات العامة في أي منظمة حكومية أو خاصة، كما تعتبر العلاقات العامة نفسها وظيفة من الوظائف الإدارية المختلفة بالمؤسسة مثلاً.

وأقل تبلور لهذا التعريف المهني المتخصص للعلاقات العامة والذي لا يخلو من إبهامات عند ظهور طبقة من محترفي العلاقات العامة في بداية هذا القرن من أمثال: ((إيفي لي وإدوارد بيرليز وجون هيل))، ثم قامت الإتحادات العملية والمهنية لأختصاصي العلاقات العامة في أوروبا وأمريكا في الأربعينيات والخمسينيات من هذا القرن، فساهمت في تعريف العلاقات العامة من حيث المهام والوظائف التي تطلع بها نحو الجماهير المختلفة.

وعلى نطاق المؤسسات العامة تبرز أهمية العلاقات العامة فيها من خلال عملها في مراجعة القرارات العامة للمؤسسة والتأكد من سلامتها من حيث أثرها على العاملين وجمهور المؤسسة والرأي العام بشكل عام سواء كان في المدى القصير أو البعيد، وواجبها في لفت نظر الإدارة العليا إلى السياسات والإجراءات التي لا تتفق مع مصلحة المؤسسة ومحاولة جعل المؤسسة وأهدافها تتفق مع تلك الإتجاهات(١).

ومسألة الإعتراف بوجود العلاقات العامة ككل؛ مسألة متفاوتة ونسبية في معظم دول العالم، إذ يستحوز هذا الموضوع على إهتمام كبير في دول ما، فإنه يُهمل في دولة أخرى، ويكون له إهتمام أقل في دولة ثالثة، وعلى العموم فإن الدول المتقدمة أو النامية

(١) لبنان هاتف الشامي، عبد الناصر جردان، العلاقات العامة في الإدارة ، ب ت ((المبادي والأسس العلمية))، المركز القومي للنشر، الأردن، ٢٠٠١م، ص ٤٠ - ٤١.

تستفيد من العلاقات العامة إذا حسنت اهتمامها بها وجعلتها في الصدارة بالنسبة للهيكل التنظيمي لإدارتها حتى ولو كان هنالك إختلاف بين طبيعة تكوين هذه المجتمعات

والبيئة العامة التي تعمل في وسطها العلاقات العامة (١).

وقد عرّف جريز ويلد ((Griswold)) العلاقات العامة بأنها الوظيفة التي تقوم بها الإدارة وتقويم الإتجاهات وسياسات الفرد أو المنظمة بما يتفق مع مصلحة الجمهور وتنفيذ برنامج يهدف إلى كسب رضاء هذا الجمهور وتفاهمه. وهذا التعريف يؤكد على أهمية البحوث والتخطيط والإتصال في تحقيق التفاهم بين المؤسسة و جماهيرها، كما يؤكد ضرورة الحرص على مراعاة مصالح الجمهور.

ومن أبرز المحاولات التي قُدمت لتوضيح مفهوم العلاقات العامة؛ محاولة إدوارد روبنسون ((Robinson))، رئيس قسم البحوث بمعهد العلاقات العامة الأمريكي، ومن هذه الدراسة توصل روبنسون إلى حاجة العلاقات العامة للعناصر الستة التالية:

١ - فهم عملية الإتصال من الناحيتين: النظرية والتطبيقية، فالإتصال هو الوظيفة الأولى لرجال العلاقات العامة في المؤسسات المختلفة، والمقصود بالإتصال هنا: الإعلام الصاعد من الجماهير إلى الإدارة عن طريق البحوث والرسائل الموجهة من المؤسسة إلى الجماهير بهدف كسب التأييد والتفاهم.

٢ - معرفة الأساليب النظرية والعملية لتشكيل الإتجاهات وتغييرها وهذا يتطلب فهم السلوك البشري الذي يعتبر الموضوع الرئيس للدراسات الإجتماعية والنفسية.

٣ - القدرة على التخطيط والتدريب والمهارات الإدارية.

(١) زكي رايت غوشة، العلاقات العامة في الإدارة المعاصرة، ط٢ (عمان: دار المسيرة ، ١٩٨٤م) ص ١٧.

٤ - ضرورة رفع العلاقات العامة إلى مستوى الإدارة العليا، فبرامج العلاقات العامة لا بد أن تكون متنسقة مع سياسات المؤسسة.

٥ - أهمية العنصر الأخلاقي في ممارسة أنشطة العلاقات العامة، وهذا يتضمن الفلسفة العامة للمنظمة وإحساسها بمسؤوليتها الإجتماعية والتزامها الصدق فيما يصدر عنها من معلومات.

٦ - ضرورة التعريف على رجع الصدى ((Feedback)) لأنشطة العلاقات العامة لتقويم مدى فعاليتها في تحقيق الأهداف والتغلب على المشكلات التي تتعامل معها.

وفي رأي روبنسون أن العلاقات العامة ما هي إلا ممارسة تطبيقية للعلوم الاجتماعية والسلوكية، ويقول: رغم ما للعلاقات العامة من ماضٍ بعيد فإن تاريخها حديث جداً^(١).

ظهر مصطلح العلاقات العامة ((Public Relation)) قرابة نهاية القرن التاسع عشر، وشاع استخدامه في منتصف القرن العشرين، وتعددت تعريفاته، وبالرغم من شيوعه في أوساط الأعمال إلا أنه كان يُستخدم لوصف مجموعة متنوعة وواسعة من النشاطات مما ألبسه غموضاً وإبهاماً، ويعرّف وبستر ((Collegiate Dictionary Webster)) العلاقات العامة بأنها مجموعة من النشاطات تقوم بها هيئة أو اتحاد أو حكومة أو أي تنظيم في البناء الاجتماعي، من أجل خلق علاقات جيدة وطيدة وسليمة مع الجماهير المختلفة التي تتعامل معها كجمهور المستهلكين والمستخدمين وحملة الأسهم وكذلك الجمهور بوجه عام، وذلك لتفسير نفسها للمجتمع حتى تكسب رضاه.

وأهم ما أشار إليه هذا التعريف هو أنه لم تقتصر العلاقات العامة على نوع معين من المؤسسات والأجهزة المختلفة سواء كانت حكومية أو غير حكومية، صناعية أو تجارية أو خدمية أو غيرها، كما إهتم بتوضيح الهدف من العلاقات العامة وهو تكوين

(١) علي عجوة، العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، مرجع سابق، ص ١٧.

علاقات طيبة بين تلك المؤسسات وبين الجماهير التي تتعامل معها أو تتصل بها حتى تكتسب تلك المؤسسات في النهاية رضى المجتمع الذي تعيش فيه.

وعرّفها معهد العلاقات العامة بأنها الجهود المخططة والمقصودة والمدعمة لإيجاد التفاهم والثقة والمحافظة على التفاهم المتبادل بين المنظمة وجمهورها.

وقد حاول كثير من علماء الاجتماع والإعلام الوصول إلى تعريف محدد للعلاقات العامة، ووضع مفهوم حديث لها، وكان تعريفها القديم: أنها الجهود الإدارية المخططة والمرسومة والمستمرة لتنظيم العمل من قبل المنشآت والتي تهدف إلى إقامة وتدعيم التفاهم المتبادل بين المنشأة وجمهورها حتى يتسنى تكيف المنشأة في المجتمع الذي توجد فيه (١).

وهناك تعريف شائع للعلاقات العامة وأكثر نوعية بأن العلاقات العامة وظيفة إدارية تقيم إتجاهات الجمهور وتحقيق تناسق سياسات وتصرفات الفرد أو التنظيم مع المصلحة العامة وتنفيذ برنامج للفوز بثقة الجمهور وتقبله للمؤسسة. وفي ضوء هذا التعريف؛ فالعلاقات العامة هي جزء من نشاط أي مؤسسة وهي مستمرة وليست عملاً وقتياً.

وهناك من يعتبر العلاقات العامة عملية مستمرة يتم بها توجيه أي مؤسسة أو منظمة للفوز بثقة مستخدميها وعملائها والجمهور عموماً.

وأول تعريف دقيق لمفهوم العلاقات العامة وضعه المعهد البريطاني للعلاقات العامة عام ١٩٤٨م بأنها الترويج لإيجاد التفاهم والصلات القوية بين المنظمة وأفرادها، أو أي مجموعة من المجموعات أو الأفراد أو المنظمات، وما ينتج عن هذا التفاهم من إقامة سمعة طيبة وعلاقات مستمرة، وهناك من إعتبر العلاقات العامة علماً له قواعده وأصوله، فهي تعنى بدراسة سلوك الأفراد والجماعات وقياس وتحليل الرأي العام

(١) مصطفى يوسف كافي، العلاقات العامة وإدارة الأزمات والبرامج، ط(الأردن)، دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٥م) ص ١٦ - ١٧.

بقصد تنظيم العلاقات الإنسانية على أسس من التعاون والمحبة والوعي، ويتضمن التخطيط العلمي لبرامج العلاقات العامة.

وكذلك موسوعة المعارف الأمريكية تشير إلى أن العلاقات العامة هي علم وفن، فهي علم من ناحية أنها تستند إلى علم الاجتماع الإنساني، وهي علم من حيث أنها تتبع الأسلوب العلمي في البحث والتشخيص، وهي فن إذا نظرنا إليها من الناحية التطبيقية، أي: من الناحية التنفيذية، كما يدخل في تشكيلها جوانب ذاتية حيث أن أساليب تطبيق مبادئ هذا العلم تختلف من أخصائي إلى آخر ١.

ومن حيث البناء اللفظي؛ إن كلمة ((علاقات))، تعني عملية الصلة والاتصالات والارتباطات التي تتوفر بين هيئة أو مؤسسة والجمهير المتعاملة معها، وجملة القول فإنه يمكن استخلاص النقاط الآتية من تعريف العلاقات العامة:

١ – العلاقات العامة علم يستعين بالأسلوب العلمي ويستند إلى العلمية والخبرات.

٢ – العلاقات العامة فن، بمعنى أنها تعتمد تطبيقات العلوم الاجتماعية.

٣ – تعد وسيلة لتدريب وإعداد الجماهير لتقبل أفكار وآراء جديدة.

٤ – تتضمن التفاهم بين المؤسسات وجماهيرها، وتعمل على تحقيق التعاون بينهما.

٥ – تستخدم العلاقات العامة أدوات الإعلام والبحوث العلمية لتحقيق أغراضها.

٦ – أصبحت العلاقات العامة ضرورية ولا بد من وجودها في جميع المؤسسات على كل المستويات، فهي تدخل في مجال التجارة والصناعة والإدارة والتعليم والصحة والجيش وغيرها، كما توجد في المجتمعات المتقدمة والنامية على السواء، وبين الجماهير في مختلف المجتمعات (٢).

¹ مصطفى يوسف كافي، العلاقات العامة وإدارة الأزمات والمراسم، مرجع سابق، ص ٢٠
(٢) مصطفى يوسف كافي، العلاقات العامة وإدارة الأزمات والمراسم، المرجع نفسه، ص ٢١ - ٢٢.

لم يكن للعلاقات العامة نفس الأهمية التي أصبحت عليها في الوقت الحاضر ٢٠٢٠م، وليس ذلك لأن العلاقات العامة علم حديث، ولكن لأن المنشآت قد تمارس هذه العلاقات العامة ولا تدري مدى أهميتها وتأثيرها على الجمهور.

وأول تعريف وثيق لمفهوم العلاقات العامة وضعه المعهد البريطاني للعلاقات العامة في ١٩٤٨م، وظل الكثير من الكتاب يتداولونه في كتاباتهم، كما كانت هنالك اهتمامات واسعة في عدد من المنشآت الأمريكية.

وفي التعريف العام لمفهوم العلاقات العامة يُقال:

بأنها الترويج لإيجاد نوع من العلاقات القوية بين الشخص والشركة أو المؤسسة، والأشخاص الآخرين أو المجتمع بصفة عامة من خلال الإتصالات المستمرة، كما يتوقف نمو هذا المفهوم لدى الفرد ولدى إدارة المنظمة من خلال الفهم والشعور الودي والتبادلي الممكن تحقيقه بينهما، وطبقاً لهذا المفهوم البسيط للعلاقات العامة كانت الآراء حول هذا المفهوم لا تبتعد كثيراً عن مضمونه ومحتواه الذي يركز على الجهود الإدارية المرسومة والمبدولة من قبل المنشأة نحو جمهورها.

وأجريت عدة دراسات لإرساء مفهوم حديث للعلاقات العامة يدور حول إيجاد التفاهم المتبادل بين المنظمات أو الأفراد وبين الجماهير المتعاملة معها، وبهذا توصل المعهد البريطاني للعلاقات العامة إلى تحديد تعريف حديث للعلاقات العامة يقول بأنها: ((إيجاد التفاهم المتبادل بين المنظمة وأفرادها وأي مجموعة من المجموعات أو الأفراد أو المنظمات وما ينتج عن هذا التفاهم من إقامة سمعة طيبة وعلاقة مستمرة.

ولقد ساعدت الإختراعات الحديثة والتكنولوجيا المتطورة في وسائل الاتصال مثل: الراديو والتلفزيون والأقمار الصناعية، على إتساع مجال العلاقات العامة وسرعة الانتقال في الأفكار من بلد لآخر حتى أصبحت العلاقات العامة من أكثر العلوم حيوية،

وبناءً عليه أصبح الدور الذي يقوم به أخصائيو العلاقات العامة أكثر سهولة وبساطة عن ذي قبل (١).

أهمية العلاقات العامة:

تزايد تدخّل الدول في الحياة الإقتصادية والإجتماعية مما تطلب ضرورة تبني جمهورها للخطط التي تضعها والقرارات التي تتخذها والتي تمس حياة مواطنيها، ولذا فإن إنجاز تلك الخطط يقتضي تأييدها من قبل المواطنين ولا يتم ذلك إلا بشرحها لهم وتهيئة الرأي العام لقبولها ومحاصرة الإشاعات والابتعاد عن السرية والتكتم الذي يسمح للإشاعة أن تنتشر ويشجع على ترويجه.

إتساع السوق وزيادة حجم الإنتاج وتعاضم النفقات مع وجود منافسة حادة هدفها جذب أكبر عدد من المستهلكين، مما حدى بمؤسسات الأعمال لإستخدام كل الوسائل من الترويج وإعلان، وإعلام، وكلفة دوائر العلاقات العامة فيها يشرح سلعتها وخدماتها وخياراتها للجمهور ومعرفة رغباته وحاجاته وأفكاره لتضع سياستها الإنتاجية والتسويقية على ضوء ذلك.

تعاضم قوى الرأي العام وإنتشار الديمقراطية وإزدياد ثقافة الجمهور مما يتطلب إتصال الدولة ومؤسسات الأعمال بجمهورها والإنتفاع الأمثل من جهود إدارات العلاقات العامة لضمان رعاية مصالح الجمهور وسلامة بيئته والتعرّف على مشاكله وآماله وتطلعاته.

لقد وفرّ التقدّم الذي رافق وسائل الاتصال من أجهزة الكترونية وأقمار صناعية والتقدّم في الطباعة والإخراج الكثير من منافذ الوصول للجمهور وخفف الصعوبات التي تواجهها إدارة العلاقات العامة من صعوبات مكانية أو زمانية.

(١) أحمد محمد المصري، العلاقات العامة، ب ط، (الاسكندرية ، مؤسسة شباب الجامعة ، ٢٠٠١م) ص ١ - ٢.

أثر الدراسات والأبحاث السلوكية في تنشيط وتفعيل أنشطة العلاقات العامة في مؤسسات الأعمال وحثها على العناية بالعلاقات العامة، وزيادة الاتصال بين دول العالم حيث أصبحت تربطها علاقات إقتصادية وسياسية وإجتماعية وثقافية مشتركة مما يضيف تقارباً جديداً كل يوم بين الإنسان وأخيه الإنسان وغايتها إقامة أسس علاقات طيبة بين أعضاء الأسرة الدولية(١).

أسباب أخرى في أهمية العلاقات العامة:

يمكننا أن نرجع أسباب الاهتمام بالعلاقات العامة وتطورها السريع إلى مجموعة من العوامل الرئيسية التالية:

١- نشأة الحكومات المركزية الكبيرة وما تبنته هذه الحكومات من فلسفات وأيديولوجيات مختلفة الأمر الذي استوجب أن تبذل تلك الحكومات جهداً خاصاً للتعريف بها وشرح السياسات المستمدة منها بهدف تهيئة أذهان الجمهور للتعرف بها وتهيئة الرأي العام لقبولها.

٢- ازدياد وعي الجماهير نتيجة لإنتشار التعليم الأمر الذي قاده إلى زيادة طلب الجماهير للمعلومات والحقائق من الأجهزة الحكومية.

٣- تزايد تعقيد هيكل الصناعة وزيادة ابتعادها عن الإتصال المباشر بالجمهور.

٤- التطور الإقتصادي الكبير وبرز ظاهرة فرص الإنتاج الأمر الذي تطلب أسواقاً واسعة لتعريف المنتجات في ظل أجواء المنافسة الشديدة مما إستلزم تطور وسائل الإعلان والترويج والدعاية.

٥- تطور فن الإتصال وأساليبه وأدواته فأصبح من المتاح إستخدام وسائل الإتصال الجماهيرية من أجل التأثير على الفئات المختلفة من الجماهير(٢).

(١) ربحي مصطفى عليان، عدنان محمود الطوباسي، الاتصال والعلاقات العامة، ط١(عمان ، دار صفاء للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٥م) ص ٢٤٤ - ٢٤٥.

(٢) محمد عبده حافظ، العلاقات العامة ، ط١(المدينة: دار الفجر للتوزيع والنشر، ٢٠٠٦م) ص ٤١ - ٤٢.

المبحث الثاني :- أهداف ووظائف العلاقات العامة

أولاً: أهداف العلاقات العامة:

تسعى العلاقات العامة إلى تحقيق أهداف عديدة تدور حول تحسين العلاقة بين المنشأة والجمهور، وتعمل على إيجاد التفاهم والتعاون والتكيف المستمر، ولأن العلاقات العامة وظيفة من الوظائف الإدارية فهي تمارس على كافة المستويات في المنظمة وتسعى إلى تحقيق العديد من الأهداف التي يجمع الباحثون على أنها تدور حول الانسجام والتوافق في المجتمع الحديث الذي تقتضيه التغيرات السريعة في نظم الحكم السياسي والمخترعات العلمية، وقد تتفاوت الأهداف من منشأة لأخرى ولكنها في جوهرها لا تختلف عن الهدف الرئيس لكل منشأة وهو كسب رضا الجمهور والعيش مع الآخرين (١).

وقد يرى البعض أن أهداف العلاقات العامة يمكن أن يُحصر في الآتي:

١ - دعم سياسات المؤسسة وتقبُّل الجمهور لها.

٢ - تنمية التفاهم المشترك والمتبادل بين المؤسسة والجمهور.

٣ - تعزيز ثقة الجمهور بالمؤسسة.

٤ - تقييم إتجاهات الجمهور والتنبؤ بها والإستجابة لها.

(١) فؤادة البكري، العلاقات العامة بين التخطيط والاتصال، ط١ (القاهرة، دار نهضة الشرق للنشر والتوزيع، ، ٢٠٠٠م) ص ١٤ .

٥ - العمل كنظام تحذير مبكر يساعد الإدارة في إتخاذ القرارات.

٦ - توسيع مجال خدماتها وأسواقها وتقبلها لدى جمهور أوسع.

ومن خلال ذلك يتضح أن العلاقات تسعى إلى تحقيق مجموعة من الأهداف:

فهي تسعى إلى زيادة شعبية إسم الشركة أو سلعتها وتفضيلها على غيرها، وذلك بالمساعدة على بناء سمعة الشركة التي تقف وراء السلعة أو الخدمة أو ترويج بيع منتجاتها وخدماتها، وكذلك تسعى العلاقات العامة إلى تأسيس هوية وصورة قيادية للشركة.

وأيضاً تسعى إلى تطوير أسواق المؤسسة وتوسيعها وذلك بنشر أفكار جديدة يتقبلها الناس، ومن مهامها تجاوز سوء فهم الجمهور لمؤسسة أو شركة وتكون مهمة العلاقات العامة المساعدة على تخطي العقبات أمام المؤسسات وخدماتها وسلعها والتي تحول دون نمو أسواقها وتكون مسئوليتها زرع الثقة بين الإدارة والمساهمين وتقوم بتوثيق العلاقات معهم (١).

ويرى باحثون آخرون أن أهداف العلاقات العامة تتمثل في:

١ - تعريف جماهير المؤسسة بأهدافها ومنتجاتها من السلع والخدمات.

٢ - المساهمة في القضاء على المشاكل الداخلية في المنظمة والتي تؤدي إلى عرقلة العمل فيها من خلال وضع برامج العلاقات العامة بهدف تحسين العلاقات مع الجماهير الداخلية.

٣ - الحصول على تأييد الجماهير ورضائها عن نشاطات المنظمة ومنتجاتها وخدماتها.

٤ - نصح أو إرشاد الإدارة في إتخاذ القرارات المناسبة ووضع السياسات السليمة.

٥ - إعطاء فكرة للإدارة عن إتجاهات جماهير المنظمة وآرائها.

(١) صالح خليل أبو أصعب، العلاقات العامة للاتصال الإنساني، ١، (القاهرة: دار الشروق للنشر والتوزيع، ، ٢٠٠٤م) ص ٩٧.

وكما يرى آخرون أن أهداف العلاقات العامة تتمثل في:

٦- بناء إسم المنشأة وإصباح هذا الإسم بسمعة وشهرة تلقى إستحسان الجماهير التي تتعامل معها.

٧- ضمان توظيف أفضل العناصر البشرية في المنشأة وذلك بضم أكبر الكفاءات التي ترغب العمل في المنشأة إذا ما اشتهرت تلك المنشأة وعُرفت بالسمعة الجيدة.

٨- إستخدام الأساليب العلمية المتطورة في مجال العلاقات العامة وتطبيقها مثل عمل الإستقصاءات وإتباع أسلوب المعاينة لإستطلاع آراء الجمهور وتطبيق بحوث الرأي العام وذلك بغرض المساعدة على تحقيق الأهداف التي تحددها الإدارة.

٩- مساعدة إدارة البيع على زيادة المبيعات في المنشأة وتحسين خدماتها للجمهور ودعم سمعتها.

١٠- مواجهة الأزمات أو الطوارئ التي قد تتعرض لها الإدارة أو المنشأة ومساعدتها على تجاوز تلك الأزمات بأقل خسارة ممكنة(١).

ويرى باحثون آخرون أن أهداف العلاقات العامة تتمثل في:

أولاً: أهداف العلاقات العامة مع الحكومة والتي تتمثل في:

١- التوعية والإرشاد والإعلام.

٢- كسب ثقة الجمهور وتأييده للسياسات.

٣- معرفة الرأي العام فيما يختص بتقييمه لمستوى الأداء العام للخدمات والعمل على تلبية رغباته.

(١) فؤاد البكري، العلاقات العامة بين التخطيط والاتصال ، مرجع سابق، ص ١٦ .

٤ - العمل على وقف ودحض وإيقاف الشائعات والحملات المغرضة بإبراز الحقائق والمكاشفة.

٥ - إهتمام الحكومة بشئون موظفيها وعمالها.

ثانياً: أهداف العلاقات العامة على مستوى المنظمات الحكومية:

١ - إعلام المواطنين بالسياسات العامة.

٢ - إيصال رغبات ومتطلبات المواطنين إلى الإدارة العليا في المنطقة.

٣ - الإهتمام والتأكيد على الإتصال بين المنظمة والمنظمات الأخرى.

٤ - الإهتمام برغبات وحاجات العاملين ((الموظفين والعمال)) في المنظمة من الناحية الثقافية والصحية والترويحية.

ثالثاً: أهداف العلاقات العامة على مستوى المنظمة:

كسب ثقة البيئة المحيطة بها ودعمها متمثلة في سلطات منظمات الأعمال وجمهور المواطنين وهذا الهدف يتحقق بواسطة:

١ - التوضيح الجيد لإمكانيات المنظمة وإسهامها في تنمية المجتمع وتقديمه.

٢ - إقامة علاقات إيجابية مع المنظمات الحكومية المعنية لضمان الإنسانية في العمل.

٣ - التحديد الواضح لاحتياجاتها(١).

تمارس معظم الهيئات أو المنظمات أعمال العلاقات العامة سواء توفر لديها إدارة أو قسم للعلاقات العامة أم لم يتوفر، وسواء أعدت برامج للعلاقات العامة أم لم تعد، ولا تقتصر العلاقات العامة على نوع واحد من النشاط، بل أن مجالها يتسع لكافة أنواع النشاط الخاص والعام في جميع الميادين، زراعية وتجارية وصناعية.

(١) فؤادة البكري، العلاقات العامة بين التخطيط والإتصال، مرجع سابق، ص ١٧.

وتعمل العلاقات العامة على تحقيق عدد من الأهداف يمكن تلخيصها في الآتي:

١ - تهدف العلاقات العامة إلى توعية الجماهير بالأهداف العامة للدولة وتعليم الجمهور عن السياسة العامة ومسؤوليته في تنفيذها، كما تهدف إلى التوعية بأهدافها وأسلوب وعمل ونوع نشاطها وخططها للجماهير، كما تسهل التنسيق بين جهودات الأفراد، كما تعد الأهداف مقياساً للتقويم والدعاية.

٢ - تهدف العلاقات العامة إلى إقامة علاقات طيبة وزيادة فرص التفاهم المتبادل والتوافق والإنسجام بين المنظمة وجمهورها، وتؤدي برامج العلاقات العامة دوراً كبيراً في التوافق بين الميول المتباينة بين الأفراد والجماعات وتعمل على تعديل الإتجاهات السلبية لدى الجماهير إلى إتجاهات إيجابية بناءة.

٣ - تسعى العلاقات العامة إلى القيام بالأعمال المتنوعة التي تقوم بها الإدارات الأخرى ومساعدتها.

٤ - تهدف إلى رفع الكفاية الإنتاجية بتوفير العامل المادي والمعنوي وزيادة الفوائد التي تعود على أصحاب الشركة وعمالها ومستهلكي المنتجات وللجماعات التي تعمل فيها.

٥ - تهدف العلاقات العامة إلى إقامة علاقات ودية مع المساهمين.

٦ - تهتم العلاقات العامة بتلقي رغبات الموزعين وملاحظاتهم ومقترحاتهم خاصة فيما يتعلق بطريقة التعبئة أو التغليف أو الوزن أو طريقة التشكيل والعرض.

٧ - تهتم بإنشاء الصلات الطيبة بين المستهلكين والمؤسسة لأن الترويج للمؤسسة يؤدي إلى الترويج للسلع.

٨ - تهدف العلاقات العامة إلى تنمية الشعور بالمسؤولية الاجتماعية والقومية لدى المواطنين، ومساعدتهم على تحمل المسؤولية في رسم السياسة العامة للمنظمة وحل مشاكلها (١).

ثانياً: وظائف العلاقات العامة:

تمثل العلاقات العامة إحدى الوظائف المستخدمة في المنشآت الحديثة حيث تقوم بدعم الوظائف الأخرى للمنشأة، وهي وظائف ((الإنتاج - التسويق - التمويل - الأفراد))، وذلك عن طريق الإتصال الفعال مع المجتمع بأفراده وهيئاته وتدعيم علاقات إيجابية مع فئات الجمهور المتعامل مع المنشأة.

وتختلف وظائف العلاقات العامة باختلاف تناول الباحثين لها فقد اتجه البعض إلى توسيع وظائف العلاقات العامة وتنويعها، والبعض إتجه إلى تبسيط هذه الوظائف.

ومن أمثلة الفريق الأول:

((بتراندكانفيلد)) الذي يرى أن استخدام العلاقات العامة في المصانع والمنشآت والبنوك يشير إلى توسع وظائف أساسية هي: ((البحث - التخطيط - التنسيق - الخدمة - الإدارة - الإنتاج - خدمة المجتمع المحلي - التوجيه الإداري)).

ومن أمثلة الفريق الثاني:

((فيلب ليذلي)) الذي يرى أن أنشطة العلاقات العامة تدور حول أربعة وظائف رئيسية هي: ((النصح و المشورة - الاتصال - بناء الثقة ودعمها - الأبحاث والتحليل)).

(١) مصطفي يوسف كافي، العلاقات العامة وإدارة الأزمات والمراسم، مرجع سابق، ص ٣٣ - ٣٤.

ويجمع أكثر الباحثين على أن للعلاقات العامة خمس وظائف أساسية هي: ((البحث – التخطيط – الإدارة – الإنتاج، التنسيق)).

البحث:

يُقصد به الدراسات المتصلة بقياس اتجاهات الرأي العام بين جماهير المؤسسة من الداخل والخارج، أي: بين المستخدمين والعمال وبين جمهور المستهلكين والتجار المساهمين.¹

التخطيط:

هو رسم السياسات وتحديد الأهداف وتصميم البرامج الإعلامية وتوزيع اختصاصات الخبراء وتحديد الميزانية تحديداً دقيقاً.²

التنسيق:

المقصود به الإتصال بالمسؤولين في الداخل والإتصال بالهيئات بالخارج وتقديم المعلومات والنصائح المتعلقة بالعلاقات العامة والتي تؤثر في سمعة المؤسسة مع الإتصال بقيادة الرأي من رجال الأعمال والنقابات وغيرهم مع التنسيق بين الإدارات في الداخل.

الإدارة:

تعني تقديم الخدمات لسائر الإدارات ومساعدة الإدارات المتصلة بالجمهور مثل ((المستخدمين – المبيعات – المشتركين)) وإعداد ما يلزم بجمهور كل إدارة وإنشاء علاقة طيبة بينهم إلى جانب مساعدة الإدارات الأخرى في القيام بمهامها، بالإضافة إلى قيام العلاقات العامة بالاشتراك في إعداد التقرير السنوي عن المركز المالي وإخراجه بصورة جذابة ومفهومة للجماهير.

¹ محمد بهجت كشك، العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية، ط (الإسكندرية، المكتب الجامع الحديث، ، ب ت)، ص ٤٤ – ٤٥

الإنتاج:

يقصد به التصدير وأعمال النشر المختلفة والإعلام عن المنشأة بكافة طرق الإتصال وذلك بالإتصالات الصحفية وإجراء البلاغات والبيانات وعقد المؤتمرات وإنتاج الأفلام للجماهير وإعداد صحيفة المؤسسة وكافة المطبوعات مثل النشرات -الكتيبات- الإعلانات الداخلية والخارجية(١).

حددت الجمعية الأمريكية للعلاقات العامة ((PRSA)) في بحث لها ثمان وظائف أساسية لمهنة العلاقات العامة على النحو التالي:

١ - كتابة التقارير والبيانات الصحفية والكتيبات ونصوص برامج الراديو والتلفزيون والصحف التجارية وإنتاج المواد الإعلامية والفنية.

٢ - تحرير النشرات العمالية والصحفية وتقارير المساهمين وسائر المخاطبات الموجهة من الإدارة إلى كل أفراد المؤسسة والجماهير الخارجية.

٣ - الإتصال بالصحافة والراديو والتلفزيون.

٤ - تحسين صورة المؤسسة من خلال الأحداث الخاصة.

٥ - مواجهة الجماعات المختلفة والتحدث إليها من خلال لقاءات طبيعية وإعداد خطب للغير.

٦ - إنتاج النشرات والكتيبات والتقارير الخاصة.

٧ - تحديد الإحتياجات والأهداف والخطوات اللازمة لتنفيذ المشروع.

(١) محمد بهجت كشك، العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية، مرجع سابق ص ٤٤ - ٤٥.

٨ - إستخدام الإعلانات الإعلامية في إعلاء إسم المؤسسة والتنسيق المستمر مع قسم الإعلان بالمؤسسة(١).

اقترحت المنظمات والمؤسسات إنشاء إدارات وأقسام للعلاقات العامة بعد أن اكتشفوا أنها من أهم أقسام المؤسسة وأنها حيوية وذات تأثير فعّال وأنها يمكن أن تحل المشاكل التي تواجه المؤسسات، وحتى المؤسسات التي ليس لديهم قسم للعلاقات العامة، فإنها تلجأ إلى مكاتب ومستشاري العلاقات العامة في خارج المؤسسة وذلك نظير أجر ومن هنا بدأت وظيفة ومسؤوليات إدارات وأقسام العلاقات العامة.

وتبدو أهمية وضرورة تحديد وظائف وأنشطة العلاقات العامة في أن عدم تحديد هذه الوظائف يترتب عليه النظر إلى نشاط العلاقات العامة على أنه عمل فرد في المنظمة، ولا يحتاج إلى أفراد متخصصين لأداء هذه الوظيفة، ويمكن القول بأن المنشأة كلها يجب أن تكون موجهة بالعلاقات العامة، كما يؤدي عدم تحديد نشاط العلاقات العامة إلى الخلط بينها وبين غيرها من الأنشطة الأخرى.

وليس لقسم العلاقات العامة سلطة على بقية أقسام المنشأة وبذلك لا يكون من سلطة مدير أو رئيس قسم العلاقات العامة إعطاء أوامر للأقسام الأخرى فهو يرسل وجهة نظره إلى الأقسام المختلفة في شكل مقترحات واستشارات والجهة التي تصدر منها الأوامر الإدارية الخاصة بأعمال العلاقات العامة هي الإدارة العليا للمنشأة.

وفي الواقع فإن نجاح إدارة العلاقات العامة في أعمالها ووظائفها يستلزم الإلمام بالواجبات الأساسية التي تلقي على كاهلها، عموماً تهتم إدارة العلاقات العامة بالبيئة أو المناخ الإجتماعي، ومن ثمّ فإن العاملين في مجالها يجب أن يهتموا اهتماماً كبيراً بالنظريات والإكتشافات التي يخرجها علماء الإجتماع وعلماء الإدارة(٢).

(١) علي عجوة ، العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق ، مرجع سابق، ص ١٨ - ١٩ .
(٢) مصطفي يوسف كافي، العلاقات العامة وإدارة الأزمات والمراسم ، مرجع سابق، ص ٣٦ .

المبحث الثالث :- مجالات عمل العلاقات العامة

المجالات التطبيقية للعلاقات العامة:

لقد أصبح لنشاط العلاقات العامة في عالم اليوم ضرورة قصوى لكل حكومة ولكل مؤسسة عامة أو خاصة، وذلك لكي يربطها بجماهيرها التي ازداد وعيها الثقافي وتطلعاتها وارتفعت توقعاتها وآمالها في أن يتوفر لها العيش الكريم المناسب بواسطة المؤسسات الخادمة في القطاعين العام والخاص (١).

هنالك عدة مجالات رئيسة لتطبيق العلاقات العامة، أهمها:

١ - المجال السياسي:

ويكون على مستوى الأحداث السياسية والسياسيين ومجالات الضغط وخاصة في الدول التي تأخذ بالنظام الحزبي، ويكون هنا للعلاقات العامة دور كبير في مجالات استقطاب الجماهير والتأثير عليها بهدف الحصول على تأييدهم وأصواتهم في

(١) جميل أحمد خضر، العلاقات العامة، ط١ (عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، ١٩٩٨م) ص ١٠١.

الانتخابات، وتعتبر العلاقات العامة هنا بنشاطها وخبراتها حلقة وصل بين السياسيين والجماهير.

٢ - مجال الوزارات والدوائر الحكومية:

في هذا المجال تسعى العلاقات العامة إلى توعية جماهيرها وإرشادها عن طريق شرح وتفسير القوانين والأنظمة بهدف مصلحة الجمهور ومن أجل كسب تأييده للسياسات والقوانين الحكومية.

٣ - مجال الإدارة المحلية:

وتمارس العلاقات العامة هنا دوراً مهماً في كل ما يتعلق بالشؤون البلدية والمجالس المحلية والتي تديرها مجالس بلدية أو محلية.

٤ - مجال المؤسسات العامة:

حيث تعتبر المؤسسات العامة أجهزة إدارية تتمتع بنوع من الاستقلال الإداري والمالي ودور العلاقات العامة يشابه دور العلاقات العامة في شركات القطاع الخاص.

٥ - مجال القطاع الخاص:

والقطاع الخاص يشمل كافة المؤسسات الخاصة والشركات المنتشرة في كافة أنحاء الدول ودور العلاقات العامة يتمثل في إقامة علاقات جيدة مع المستهلكين والمواطنين والموردين والمؤسسات المالية والمجتمع.

٦ - المجال التعاوني:

ويشمل مجال الجمعيات التعاونية بكافة أنواعها التي تسعى لتقديم الخدمات لأعضائها بسعر التكلفة دون الربح.

ويمكن أن نحدد خمسة مجالات أخرى نشطت فيها العلاقات العامة نشاطاً ملحوظاً في السنوات الأخيرة وهي:

أولاً: العلاقات العامة في المجال الحكومي:

يتسم هذا القرن بالزيادة الهائلة في أعباء الحكومات وارتباط الفرد بها ارتباطاً وثيقاً، فلقد أصبحت الدولة الحديثة تسمى بدولة الخدمات والرفاهية وصارت مسؤولة عن المواطن منذ تاريخ ميلاده وحتى وفاته، وأصبحت الحكومة هي الملاذ الوحيد لحل المشاكل وخاصة الدول النامية (١).

ثانياً: أهداف العلاقات العامة على مستوى المنظمات الحكومية:

تهدف العلاقات العامة في أي منظمة من المنظمات الحكومية على وجه الخصوص على تحقيق ما يلي:

١ - إعلام المواطنين بالسياسة العامة التي تبغي الوصول إليه كي يكونوا على بينة من هذه السياسة ليسهل توثيق التعاون المثمر بين المنظمة والمواطنين.

٢ - إيصال رغبات وطلبات المواطنين إلى الإدارة العليا في المنظمة، بحيث يساعد وصول هذه الرغبات والطلبات قدر الإمكان.

٣ - الإهتمام برغبات وحاجات العاملين ((الموظفين والعمال))، في المنظمة من الناحية الثقافية والصحية والترفيهية.

٤ - الإهتمام والتأكيد على الإتصال بين المنظمة والمنظمات الأخرى، تلك التي تتشابه معها في الإنتاج والخدمات الأخرى.^٢

ثالثاً: أهداف العلاقات العامة على مستوى المنظمة:

(١) جميل أحمد خضر، العلاقات العامة، مرجع سابق، ص ١٠١.

(٢) جميل أحمد خضر، العلاقات العامة، مرجع سابق، ص ١٠٢.

تتولى وظيفة العلاقات العامة في المنظمة دعم الإستجابة المتبادلة بين المنظمة وكذلك بين إدارتها وبين العاملين فيها، ولذا تتجه هذه الوظيفة إلى الآتي:

أولاً - كسب ثقة البيئة الداخلية ودعمها:

ممثلة بالوحدات التنظيمية وجمهورها أي الأفراد العاملين فيها ومنظماتهم وكذلك جمهور المتعاملين.

ثانياً - كسب ثقة البيئة المحيطة بها ودعمها:

ممثلة بسلطات المجتمع ومنظمات الأعمال وكذلك بجمهور المواطنين أو الرأي العام.

رابعاً - العلاقات العامة في المجال الإجتماعي:

إن المؤسسات الإقتصادية تستطيع أن تتبين بسهولة حقيقة رأي الناس في منتجاتها ومدى ثقتهم فيها، غير أن هذا المؤشر السريع غير متوفر لدى كثير من المؤسسات الإجتماعية التي تقدم خدمات إجتماعية تطوعية للمجتمع.

خامساً - العلاقات العامة في المجال السياسي:

في الدول التي تأخذ بالديمقراطية البرلمانية وتعدد الأحزاب السياسية يكون للعلاقات العامة دور كبير في استقطاب الجماهير والتأثير عليهم لصالح سياسي معين سواء كان ذلك في الانتخابات على الصعيد القومي أو الإقليمي أو المحلي (١).

(١) جميل أحمد خضر، العلاقات العامة، مرجع سابق، ص ١٠٢ - ١٠٣.

الفصل الثالث: (المشروعات الزراعية)

المبحث الأول : مفهوم المشروعات الزراعية

المبحث الثاني : أهمية ومكونات ومراحل المشروعات الزراعية

المبحث الثالث: الأنشطة الإعلامية لبرامج المشروعات الزراعية

المبحث الأول

: مفهوم المشروعات الزراعية

المشروعات الزراعية هي تلك المشروعات التي تركز نشاطها في البنيان الزراعي بشقيه النباتي والحيواني أي التي يتم فيها إنفاق الموارد المالية في القطاع الزراعي للحصول على العائد المتمثل في الإنتاج النباتي والحيواني واستغلاله او بيعه للحصول على العوائد النقدية ١ .

يعتبر قطاع المشروعات الزراعية من الدعائم الأساسية لنمو الدخل القومي في الكثير من بلدان العالم المتقدم تشارك هذه المشروعات بنسبة نمو تتجاوز ٩٠% ، كما تتعدد أنواع المشاريع حسب أهدافها ووجهاتها وأصحاب المصالح والجهة المنفذة والغرض النهائي منها هل هي خدمتية او ربحية والمشروع عبارة عن مجموعة من العمليات أو النشاطات تربطها علاقات محددة ومعروفة تنفذ بزمن محدد في مكان محدد بغرض تحقيق مجموعة من الأهداف ويتصف بالصفات التالية :

¹ - جلال الملاح ، تخطيط وتقييم المشروعات الزراعية ، ب ط (دار المريح للطباعة والنشر ، الخرطوم ، ب ت) ، ص ١٥

١ - فريد من نوعه.

٢ - له دورة حياة ببداية ونهايه محددتين.

٣ - له إطار عمل مقسم الى نشاطات معرفة.

٤ - يهدف الى تحقيق اغراض محددة.

٥ - له موازنة محددة. ١

وعرفه (لويس) بأنه وظيفه متعددة المهام لها طريقة أداء وتكلفة ووقت ومتطلبات محددة يتم تنفيذها لمرة واحدة.

وعرفه (تينير) بأنه الجهد الذي يتم من خلاله تنظيم الموارد البشرية والمالية بطريقة جديدة لإجراء نطاق فريد من العمل بمواصفات معينة ضمن قيود التكلفة والوقت وذلك لتحقيق تغيير مفيد معروف الكمية والنوعية والأهداف.

اما المعهد الأمريكي لإدارة المشروعات فقد عرفه في الدليل المعرفي لإدارة المشروعات بأنه مجهود مؤقت يتم القيام به لإنشاء خدمة او منتج أو نتيجة فريدة واعتبر الدليل أن المشروعات تتصف بالمواصفات التالية:

أ- مؤقت : اي لكل مشروع بداية محددة ونهاية محددة ويتم الوصول للنهاية عند تحقيق الأهداف.

ب- نتيجة او خدمة منتج : حيث يقدم المشروع تسليمات فريدة وهي إما منتجات او خدمات أو نتائج.

ج- لتتقيح المطرد : يقصد به التقدم في خطوات والأستمرار في زيادة التطور

- محمد عمر الطنوبي ، النتاجية الزراعية بين البحث العلمي والأرشاد ، ب ط (جامعة الاسكندرية ، منشأة المعارف للطباعة والنشر ، ١٩٩٥ ، ص ١٥)

وعرفت المنظمة العربية للتنمية الزراعية بأنه مركب من جميع الأنشطة والفعاليات التي تستخدم الموارد المتاحة من أجل الحصول على مردودات نفعية معينة^١.

وقد عرفه دليل ادارة المشروعات بأنه سعي فريد من أجل تحقيق مجموعة من النتائج في إطار قيود محددة بوضوح وهي قيود الوقت والتكلفة والجودة وتختلف عن بقية الأنشطة في كونه :

أ- فريد من نوعه .

ب- له وقت محدد .

ج- له ميزانية متفق عليها.

د- له موارد محددة .

و- تحقيق تغيير مفيد .

وللمشاريع الزراعية طبيعة خاصة لكونها تراعي بعدين مهمين:

البعد الأول : إجتماعي يتعلق بتحسس حاجات المستفيدين من هذه المشاريع.

البعد الثاني : إقتصادي حيث يجب أن توافق المشاريع التي يتم تنفيذها مع الخطة الإستراتيجية الموضوعة.

وايضاً يمكن تعريف المشروع بصفة عامة بأنه اي نشاط اقتصادي يتم من خلاله إنفاق الموارد الماليه بهدف الحصول على عوائد أو منافع في المستقبل على فترة زمنية معينة هي عمر هذه المشروعات، وهي تتطلب عملية تخطيط وتنظيم وتمويل وتنفيذ كوحدة متكاملة واحدة وهو يحدد لنفسه اهدافاً معينة يتم تنفيذها خلال فترة معينة هي عمر زمني محدد يجري فيه إنفاق الموارد المالية والحصول على العوائد او النواتج^٢.

¹ محمد عمر الطنوبي ، الانتاجية الزراعية بين البحث العلمي والأرشاد ، مرجع سابق ، ص ١
² محمد عمر الطنوبي ، الانتاجية الزراعية بين البحث العلمي والأرشاد ، مرجع سابق ، ص ١٦-١٧

المبحث الثاني :

أهمية ومكونات ومراحل المشروعات الزراعية
أولاً: أهمية المشروعات الزراعية.

تعمل كثير من البلدان جاهدة على وضع الخطط الكفيلة باستثمار ما متاح من الفضاءات داخل المدن ومقتربات مداخلها لأجل توظيفها في نشاطات زراعية بقصد تحقيق منافع متعددة من بينها المساهم في تدعيم موجبات الأمن الغذائي للبلاد^١.

الأهمية الفنية للمشروعات الزراعية:

تشكل الأهمية الفنية للمشروعات الزراعية أهمية كبيرة في تقييم المشروعات حيث أنها تكون الأساس الذي يقوم عليه المشروع من الناحية الفنية والتكنولوجية ، وهي ضرورية لوضع تقديرات التكاليف الإستثمارية وتكاليف التشغيل والإنتاج للمشروعات الزراعية، وتشمل الأهمية الفنية للمشروعات الزراعية بصفة عامة النقاط التالية:

١- إختيار موقع المشروع .

¹ - احمد فؤاد عبد الكريم ومحمد سالم ، اقتصاديات وإدارة مزارع ، ب ط (جامعة القاهرة ، ١٩٩٣ م) ص ٢٨٤

- ٢- تحديد حجم الإنتاج .
 - ٣- تحديد الأسلوب الإنتاجي المستخدم .
 - ٤- تقدير احتياجات المشروع من الأرض والمباني والطرق .
 - ٥- الآلات والمعدات المطلوبة للإنتاج
 - ٦- التخطيط الداخلي للمشروع
 - ٧- المواد الخام ومستلزمات الإنتاج
 - ٧- وسائل النقل الداخلي والخارجي
 - ٨- الهيكل الإداري والمالي للمشروع
 - ٩- العمالة اللازمة للمشروع
 - ١٠- تكاليف التأسيس للمشروع
 - ١١- البرنامج الزمني لتنفيذ المشروع ٢
- مشروعات زراعية عامة:

١- : مشروع إنتاج أعلاف من خامات ومخلفات غير تقليدية.
يهدف هذا المشروع من الناحية العلمية للتخلص من النفايات التي تنتج من مصانع تعليب وحفظ الفاكهة والخضروات.

٢- مشروع تطوير حطب القنا لإنتاج ألواح من الخشب المضغوط
ويهدف هذا المشروع من الناحية البيئية الى محاولة الاستفادة من المخلفات الزراعية الناتجة من زراعة القطن من حطب بحيث يصبح له قيمة اقتصادية عن طريق تجميعه.

٣- مشروع إنتاج علف من مخلفات القطن والزررة والخضروات والفاكهة
يهدف هذا المشروع الى تدوير الحاصلات الزراعية وإعادة تدويرها لما لهذا العمل من تأثير إيجابي على حماية البيئة من التلوث من حيث تتبع اساليب غير سليمة للتخلص منها^٣

العلاقة بين المشروعات الزراعية :

²-جلال الملاح ، تخطيط وتقييم المشروعات الزراعية، مرجع سابق ، ص٢٦
³-مجلة دراسات محاسبية ومالية ، المشروعات الزراعية ، (المجلد السابع ، العدد ١٨ ، الفصل الاول ، ٢٠١٢م) ص١٩٧

عند دراسة البدائل بين المشروعات الزراعية لاختيار بينها فإنه تتضمن بين أي مشروعات علاقات معينة قد تكون موجبه او سالبة التأثير على أحد المشروعات ويمكن إيجاز هذه العلاقة في الصور الآتية :-

١- العلاقة التبادلية أو التنافسية Competitive

وهي تكون عادة بين المشروعات التي تتنافس على الموارد الاقتصادية المتاحة والمحددة.

٢- العلاقة الإستقلالية Independency

يعتبر المشروعان مستقلان اذا كانت التدفقات النقدية لاحد هذين المشروعين لا تتأثر بقرار قبول او رفض الآخر فإنهما يكونان غير مستقلين وبالتالي تكون بينهما احدي العلاقتين السابقتين أي أنهما يكونا متنافسين أو متكاملين ويشترط للإستقلال الإقتصادي للمشروع توافر الإمكانيات الفنية لهذا المشروع بغض النظر عن قبول او رفض المشروع الآخر وعدم تأثر عوائده الصافية بقبول أو رفض المشروع الآخر.

٣-العلاقة التكاملية Complementary

وهي تتضمن عادة بين المشروعات التي تتنافع فيما بينها بحيث أن كل من المشروعين يستفيد من المشروع الآخر بطريقة أو باخرى ١.
الملاح التفصيلية للمشروعات الزراعية:

بعد وصف الأعمال للمشروع المقترح والمكونات الأخرى التي يتضمنها لا بد من التركيز على الأبعاد الفنية وتحديد ما يجب عمله في تفصيل في تفصيل واف من اجل تأكيد طبيعة وتطابق ونفقات الإجراءات المختلفة المفتوحة.

الأشغال والتسهيلات العامة : ويتضمن هذا الجانب مرافق الري والبيئة الأساسية العامة للمشروعات التوطن وإمداد المياه وخدمات التسوق والإرشاد ٢.

ثانياً : المكونات الأساسية للمشروعات:

أ- موقع المشروع

١- ،جلال الملاح ، تخطيط وتقييم المشروعات الزراعية، مرجع سابق ، ص١٨ - ١٩

٢-مجلة دراسات محاسبية ومالية ، المشروعات الزراعية ، ص١٩٩

يقع أي مشروع في منطقة معينة او حيز مكاني معين وغالبا مايكون الموقع الجغرافي للمشروع الزراعي في اطار المناطق الزراعية وذلك لإحتياج المشروع الى الأرض كعامل اساسي في اغلب المشروعات الزراعية وحتى في مشروعات التصنيع الزراعي فإن موقع المشروع في الغالب يكون بجوار المناطق الزراعية.

ب- عمر المشروع

عند التخطيط لمشروع ما فانه لكل مشروع عمر إفتراضي معين يصفى بعده المشروع اعماله أي إن المشروعات يكون لها نقطة بداية محددة ونهاية محددة.

ج- الهيكل التنظيمي والأداري للمشروعات

يقصد بالهيكل التنظيمي بأنه الكيفية التي يتم بها ربط وحدات المشروعات المختلفة بعضها ببعض لتحقيق الأهداف المحددة للمشروعات كما يقصد بالهيكل الإداري الأفراد المسؤولين عن إدارة المشروعات ووحداته المختلفة.

د- الهيكل الفني والعمالي:

يشتمل على اولئك الأفراد المختصين بالإشراف والمتابعة للاعمال الفنية للمشروعات.

و- التدفقات النقدية:

وتنقسم التدفقات النقدية للمشروعات الى قسمين :

أ- التدفقات النقدية الخارجية.

ب- التدفقات النقدية الداخلية^١.

ثالثاً: مراحل المشروعات الزراعية:

ان المقصود بمراحل تنفيذ المشروعات الزراعية هو وصف مراحل تنفيذ اعمال المشروعات المقترحة سواء الأعمال المزرعية (أي التي تتم داخل المزرعة) او غير المزرعية وتمر بثلاث مراحل هي:

¹-جلال الملاح ، تخطيط وتقييم المشروعات الزراعية، مرجع سابق ، ص١٦ - ١٧

- تحليل ودراسة الوضع في منطقة المشروع قبل تحقيق المشروع وهذا يساعد على فهم الظروف الاقتصادية والاجتماعية في منطقة المشروع : مشاكل اليد العاملة، الظروف الطبيعية ، حالة المزرعة.

- في المرحلة التالية يتم التعرف على كيفية إعداد البدائل المختلفة للتنمية في منطقة المشروع اخذين بالإعتبار الإستراتيجية الممكنة التي تتماشى مع تنمية جميع انحاء المنطقة بالمشروع.

- اختيار إستراتيجية تتماشى مع السياسات الحكومية للتنمية في البلد ومع الامكانيات المتاحة ومع إحتياجات السكان من الأنتاج الغذائي والاستهلاك^١.

وهناك ايضاً مراحل اخرى تمر بها المشروعات الزراعية وهي :

١- التفكير في المشروع الزراعي.

ويبدأ كفكرة من شخص او مجموعة من الأشخاص أو هيئة أو مؤسسة لاستثمار الأموال وتوظيفها في القطاع الزراعي ، وتنشأ هذه الفكرة عادةً من الملاحظة ومراجعة البيانات ومراقبة الأسواق للمنتجات الزراعية أو عند دراسة المشروعات القائمة فعلاً في منطقة معينة أو بملاحظة تجارب الآخرين.

٢- اختيار النشاط الإنتاجي :

بعد الملاحظة والتفكير يبدأ المستثمر في النشاط الإنتاجي الزراعي في تحديد اي الأنشطة او المجالات التي يستثمر فيها امواله ويقصد بالأنشطة هنا اما نشاط الإنتاج الزراعي النباتي أو نشاط الإنتاج الزراعي الحيواني او النشاطين معاً في صورة متكاملة

٣- إستكشاف البدائل:

¹مجلة دراسات محاسبية ومالية ، المشروعات الزراعية ، ص ٢١- ٢٣

بعد أن تخير فكرة المشروع الزراعي ويحدد المستثمر النشاط الإنتاجي المرغوب يبدأ المعني بالأمر فرداً أو هيئات في إستكشاف البدائل المختلفة المتاحة أو ما يطلق عليها اقتصادياً الفرصة البديلة.

٤ - دراسة الجدوى المبدئية:

وهذه الدراسة تحدد مبدئياً في مراحل المشروع الأولى: هل يتخذ قرار برفض أو تنفيذ المشروع قبل إنفاق أموال عليه قد لا تكون هناك جدوى منها ففي هذه المرحلة يتم استبعاد تلك المشروعات التي لا يثبت إمكانية تحقيقها اما لأسباب فنية أو إجتماعية أو إقتصادية.

٥ - دراسة الجدوى التفصيلية:

وتأتي بعد دراسة الجدوى المبدئية وبعدها يتقرر نهائياً قبول المشروع أو رفضه.

٦ - تقييم المشروعات:

وتتم في هذه المرحلة تقدير ربحية المشروع البديلة والمقارنة بينها للاختيار عن طريق معايير معينة^١.

٧ - الإجراءات الرسمية والحصول على التراخيص:

يلزم لأي مشروع حتى يأخذ الصورة الرسمية على عدة تراخيص وتصاريح من الجهات الرسمية الحكومية حتى يمكن البدء في مزاولة نشاطه في إطار الشرعية القانونية والإلتزامات.

٨ - التعاقد لتنفيذ المشروع:

يجرى خلال هذه المرحلة إعداد خطة كاملة للتعاقد وبرامج تفصيلية لتنفيذ المشروع أو ما يطلق عليه البرنامج الزمني لتنفيذ المشروع ، وعادة مايكون هنالك اشخاص مسؤولين إداريين وفنيين يقومون بهذه المهمات واستكشاف الفرص وعمل المناقصات والحصول على العمال وتدريبهم وتقدير الأجور والمرتبات.

¹ محمد عمر الطنوبي ، النتاجية الزراعية بين البحث العلمي والأرشاد ، مرجع سابق ، ص ٣٣

٩ - إنشاء المشروع وتجهيزه:

يتم في هذه المرحلة إقامة كافة المباني الخاصة بالمشروع من مباني الإنتاج والإدارة والعمال والمخازن وغيرها.

١٠ - التشغيل المتابعة:

بعد إنشاء المشروع وتجهيزه بكافة مقوماته يبدأ تشغيل المشروع في الوقت المحدد له وتبدأ عملية الإنتاج ١.

المبحث الثالث

: الأنشطة الإعلامية لبرامج المشروعات الزراعية

أولاً : البحوث العلمية في المجالات الزراعية.

يعد البحث العلمي نواة تركز عليها بلدان العالم المتقدمة منها والنامية، فعلاقته بالتنمية الاقتصادية والزراعية ، والنتائج المترتبة على ذلك في رفع معدلات الإنتاج وتحسين نوعيته وإدخال الأساليب والتقنيات الحديثة في النشاطات الإنتاجية والإدارية للمؤسسات التنموية ، كما لها دور كبير في تطور هذه التنمية وزيادة إسهامها في الدخل القومي للمجتمع ، وبما أن التحدي الذي يواجه معظم دول العالم الآن هو تحقيق الأمن الغذائي الهاجس الحاضر بقوة في جميع المخططات الدولية ، فقد أصبح تكثيف العناية

¹ -محمد عمر الطنوبي ، النتاجية الزراعية بين البحث العلمي والأرشاد ، مرجع سابق ، ص ٣٤- ٣٥

بالقطاع الزراعي والاستثمار في مجال الابتكار والبحث الزراعي ضرورة ملحة واحد
المرتكزات الأساسية للتنمية والتقدم .
توظيف البحث العلمي في الزراعة

للزراعة في العالم العربي دورا مهم في دفع التنمية الاقتصادية إذ يقدر معدل نسبة
إسهام القطاع الزراعي في الناتج الخام ب ٢١%، ونسبة إسهامه في التشغيل أكثر من
١٠% من مجموع القوى العاملة . وتتراوح هذه النسب من بلد إلى آخر باعتبار
الظروف الطبيعية والاقتصادية والبنية التحتية والمؤسساتية لكل بلد ، حيث تصل مثلا
إلى ٣٧% و ٣٣% في السودان بينما لا تتعدى ١% و ٢٠% في السلطنة حسب تقارير
المنظمة العربية للتنمية الزراعية "كما تلعب الزراعة دورا مهما في الحد من الفقر
والأمن الغذائي والحفاظ على البيئة والتنمية المستدامة لكن القطاع الزراعي ما زال
يشكو من عدة مشاكل في الإنتاج والإنتاجية نظرا لعدة عوامل منها الطبيعية
والاقتصادية والسياسية مما أدى بالبلدان العربية للاعتماد بصفة كبيرة على الاستيراد
لتلبية حاجيات شعوبها من الغذاء .^١

ويقول عن أهمية البحث العلمي في إيجاد الحلول التقنية والاقتصادية للزراعة : "
الحلول التي يتبناها البحث العلمي ترفع من مستوى إنتاجية الموارد الزراعية كالماء
والأرض والأيدي العاملة إلى مستويات البلدان المتقدمة ، لكن البحث العلمي يشكو من
عدة عوامل لرفع التحديات الحالية والمستقبلية للقطاع كشح الموارد والتقلبات المناخية
وتقلبات الأسعار العالمية ومن بين أهم هذه العوامل قلة التمويل حيث لا تتعدى نسبة
الإ اعتمادات المخصصة للبحث العلمي الزراعي مقارنة بالناتج الخام الزراعي ١% في
كل الدول العربية^٢ .

تحديات حيوية وغير حيوية:-

¹ www.sgy/paoar/Article - تعزيز البحث العلمي لتطوير القطاع الزراعي جامعة قابوس ، دائرة النشر العلمي والتواصل
² www.sgy/paoar/Article - تعزيز البحث العلمي لتطوير القطاع الزراعي جامعة قابوس ، دائرة النشر العلمي والتواصل

تعتمد التنمية الزراعية على عدد من الركائز ، من أهمها البحث العلمي ، حيث من المهم أن يتم توجيه البحث العلمي نحو زيادة الإنتاج الزراعي وإيجاد حلول للمشاكل التي تواجه القطاع الزراعي "

وعن أهم التحديات التي تواجه تنمية القطاع الزراعي : "هناك نوعان : تحديات حيوية كالأضرار والآفات التي تظهر بين وقت وآخر وبالأخص عندما تظهر على هيئة وباء في محصول ذي أهمية اقتصادية وهناك تحديات غير حيوية تأتي على رأسها مشكلة شح المياه وتملحها وسوء استغلالها الأمر الذي يؤدي إلى تأثر الزراعات القائمة في الوقت الحالي ، ناهيك عن تثبيط عملية التنمية الزراعية ، كما أن هناك تحديات أخرى تتمثل في تأثير الدعم للأبحاث في بعض الأحيان وقلة الكفاءات المؤهلة في المجالات المختلفة " .

توجيه الأبحاث في عدد من الإتجاهات من أجل الرقي بهذا القطاع وزيادة إسهامه في الدخل القومي وسد فجوة الأمن الغذائي ، بأن هناك الكثير من القطاعات التي من المهم التركيز عليها من أهمها إيجاد حلول للمعوقات الحيوية وغير الحيوية التي تواجه القطاع الزراعي وتطوير الأساليب لزيادة الإنتاج ودعم إستراتيجيته ، وبما أن قيام الأمم وتطورها مرهون بمدى وعى أبنائها ، فإنه من المهم في الوقت ذاته بناء الكفاءات الوطنية في مجال البحث العلمي وحسن استغلالها ١ .

استدامة الإنتاج الزراعي :

توظيف البحث العلمي في مجال التنمية الزراعية : " هناك نتائج بحثية علمية صادرة عن مؤسسات دولية ومعاهد بحثية تقوم بإنتاج أبحاث بشكل مستمر ، وعملية نقل هذه الأبحاث وإدماجها بالمشاريع القائمة سيوفر أرضية ممتازة وخصبة لإستخدام توصياتها في زيادة مستوى الإنتاج على المستوى الزراعي و الحيواني " .

ومن الإستراتيجيات التي يمكن تطبيقها إنشاء مؤسسة وطنية بحثية متخصصة في نقل نتائج البحث العلمي الزراعي ، تساهم في نقل التقانات الحيوية للمزارعين ، ومثال على ذلك تكنولوجيا متخصصة بتطوير نظم الإنتاج وتكنولوجيا متخصصة بتحسين إنتاجية

¹ www.sgy/paoar/Article/4683 - تعزيز البحث العلمي لتطوير القطاع الزراعي جامعة قابوس ، دائرة النشر العلمي والتواصل

الحيوانات ، تكنولوجيا التغذية ، وبالتالي تؤدي إلى تقليل كلف الإنتاج الزراعية ، مما يعطى حافزا للمزارعين في زيادة الإنتاج ، وزيادة الاستثمار في مزارع أخرى وزيادة إنتاج البلد بشكل عام على المدى المتوسط والبعيد .

وحول دور البحث العلمي في سد الفجوة الغذائية يقول القعيسى : " يجب إستخدام الأبحاث والتكنولوجيا في إدارة المزارع ، وتطور قدرة المزارع على التعامل مع التكنولوجيا وتوظيفها لصالحهم ، كذلك عمل ورشات عمل تسهم في وعيهم حول كيفية الإنتاج والتعامل مع الحيوانات وكيفية التسويق والحفاظ على البيئة ، ومقارنة المزارع المحلية بالمزارع الدولية كي يتضح الفارق إن كان هناك تحسن إيجابي أو التأثير على إنتاجية المزرعة " .

التكنولوجيا الحديثة

يلعب البحث العلمى دورا كبيرا فى تحديد مسار التنمية الاقتصادية والاجتماعية لأى مجتمع . وقد أصبح ارتباط البحث العلمى بالتنمية الزراعية ضروريا من خلال توظيف نتائج البحث العلمى لتطوير التقنيات الزراعية لتحسين نوعية الأراضي المزروعة ورفع القدرة الإنتاجية للمحاصيل ، واستخدام الأساليب الحديثه فى مكافحة الآفات والأمراض . وبهذا يسهم البحث العلمى فى توفير منتجات ذات جودة عالية مما يؤدي إلى زيادة توفر الغذاء وتحقيق الاكتفاء الذاتى ورفع مستوى الأمن الغذائى . وكمثال على ذلك الاستفادة من التكنولوجيا الحيوية والهندسة الوراثية فى أصناف من النباتات الحقلية القابلة للنمو فى الأراضي القاحلة والمقاومة لشح المياه والأمراض والآفات المختلفة أو استغلال مياه الصرف الصحي المعالجة فى الزراعة واستخدام طرق الري الحديثة للتقنيين من استخدام المياه ، أو استخدام الطرق العلمية لتربية الحيوانات ، واستخدام الحواسيب لإنتاج خلطات الغذاء وعملية حلب الأبقار .

ويشاطر الدكتور مالك بقية الأكاديميين الرأي حول العقبات التى تعيق من التنمية الزراعية بقوله : " من المهم لأى بحث علمى زراعى عملى إذا أراد أن يكتب له النجاح أن يتم تطبيقه بالتعاون بين الباحثين والمزارعين وأن يتم نقل نتائج هذه الأبحاث العلمية إلى الحقل بسرعة خاصة عن طريق مراكز البحوث الزراعية والحيوانية ، والتي تقدم

خدمات جليلة للمزارعين ، لذلك يعد نقل المعلومات ونتائج الأبحاث إلى الطبقة المستفيدة وهم المزارعون و مربو الثروة الحيوانية وتبادلها معهم من أهم التحديات التي تواجهها التنمية الزراعية " ١ .

ثانياً : النواحي الإعلامية والإتصالية في أنشطة وبرامج المشروعات الزراعية .

البرامج والأنشطة في مجال نشر المشروعات الزراعية :-

على الرغم من وجود جمعيات مؤسسية رسمية تعمل في مجال الممارسات للمشروعات الزراعية يوجد في عدد من الدول العربية عدد من المشاريع والبرامج الريادية والتي تلعب دوراً مهماً في نشر الممارسات الزراعية حيث تعتبر من المتطلبات الرئيسية ومن أهمها :-

مشروع تنمية وترويج التجارة الزراعية

مشروع تدريب المهندسين والمزارعين على المشروعات في الزراعة الجيدة:-
ينفذ هذا المشروع من قبل برنامج خلق فرص عمل بالتعاون مع وزارة الزراعة وتمويل من الحكومة حيث تم تدريب ٢٠٠ مزارع ومهندس على أساسيات الممارسات للمشروعات الزراعية الجيدة .

برنامج تدريب المهندسين المنفذ من قبل وزارات الزراعة
فقد قامت بعض الدول بتنفيذ عدد من الأنشطة و البرامج والمشاريع كان من أهمها:-
تشكيل فريق الخبراء الوطني مكون من ثمانية مهندسين من قطاعات وزارة الزراعة (وزارة الزراعة ومركز البحوث) ومؤسسة المواصفات والمقاييس ومن جمعية منتجي ومصدري الخضار والفاكهة حيث تم تأهيل هذا الفريق من خلال دورات تدريبية محلية وخارجية وإستقدام خبراء وجولات تدريبية على معايير ومقاييس الممارسات الزراعية الجيدة من خلال عدد من المشاريع من أهمها مشروع كفاءة ومشروع تنمية الصادرات ٢ .

أقسام وأنواع البرامج والأنشطة التي تقدم للمشروعات :
١ - أنواع الأنشطة الإتصالية المقدمة للمشروعات الزراعية :-

¹ منظمة المرأة العربية، جمهورية مصر العربية ط١،(القاهرة، ٢٠٠٧م)، ص١٥
² - المنظمة العربية للتنمية الزراعية، دليل الممارسات لزراعة الجيدة في الوطن العربي، ص١٤-١٥

- ندوة
- برنامج إذاعي
- برنامج تليفزيوني
- تحقيقات وأحاديث صحفية
- مطويات
- ملصقات
- إنترنت
- دورات تدريبية
- تدريس
- مسابقات
- ٢- المؤسسات والوزارات التي تقدم أنشطة وبرامج إتصالية للمشروعات
- ٣- دورية الأنشطة الإتصالية للمشروعات وتتمثل في :-
 - يومي
 - أسبوعي
 - نصف سنوي
 - سنوي
- ٤- اغلب الجهات المنفذة للأنشطة والبرامج الإتصالية المقدمة للمشروعات :-
 - حكومية
 - خاصة
 - حكومية/ خاصة
 - حكومية اهلية
- ٥- نوع تمويل الأنشطة الاتصالية المقدمة للمشروعات الزراعية :-
 - مادى
 - عيني

-غيرمادي عيني

- مادي عيني

اهداف الأنشطة والبرامج الإتصالية للمشروعات الزراعية

١- الأنشطة والبرامج الإتصالية التي تقدمها المؤسسات الإعلامية للمشروعات

أ- رفع الوعي بالمشروعات الزراعية

تقديم معلومات تهم المزارعين^١.

كيفية النهوض بالمشروعات الزراعية

تقديم الجديد من الدراسات والبحوث الزراعية التي تساعد على تطويرها

٢- الأنشطة والبرامج الإتصالية التي تقدمها بعض الوزارات للمشروعات الزراعية

٣- الأنشطة والبرامج الإتصالية التي تقدمها وزارة الزراعة للمشروعات الزراعية.

4- تدريب وتأهيل المزارعين في المجالات الزراعية.

5- تعزيز دور المزارع ودعم دوره في الأنشطة الزراعية.

6- توفير المعلومات الزراعية للمزارعين.

7- الإرتقاء بمستوى تكنولوجيا الإتصال لخدمة تنمية المشروعات الزراعية.

8- العمل على تحقيق الأمن الغذائي لدى الدولة^٢.

^١ المنظمة العربية للتنمية الزراعية، دليل الممارسات لزراعة الجيدة في الوطن العربي، -١٥ أنور محمد منظمة المرأة العربية، واقع الأنشطة الإتصالية الموجهة للمرأة، ب ط (عمان، دار النشر العلمي، ب ت) ص ٤-٥
^٢-الرواس،

الفصل الرابع : الدراسة التطبيقية

أولاً : نبذة عن مشروع الجزيرة

ثانياً : الاجراءات المنهجية

ثالثاً : تحليل وتفسير البيانات

رابعاً : الخاتمة : النتائج والتوصيات

أولاً : نبذة عن مشروع الجزيرة

يعتبر مشروع الجزيرة من أقدم المشاريع المروية في السودان حيث تبلغ مساحته ٢,٢ مليون فداناً (٩٠٠ ألف هكتار) وكانت بدايته في أوائل القرن العشرين كمزرعة تجريبية لزراعة الأقطان طويلة التيلة الى أن اكتمل واخذ شكله كمشروع زراعي في مايو ١٩٢٥م بعد إنشاء خزان ستار وبداية الري الانسيابي .

كان الهدف الأساسي لقيام المشروع هو إنتاج الاقطان طويلة التيلة لتغذية مصانع الغزل بانجلترا إلا ان ذلك الهدف قد تغير بعد تأميم المشروع في عام ١٩٥١م حيث أصبح المشرع أداة للتنمية الإقتصادية والإجتماعية المتكاملة اذ تمثل مساحة المشروع بعد انشاء سد الرصيرص وتشبيد إمتداد المناقل ٥٠% من الأراضي الزراعية المروية بالسودان وتساهم منتجاته بنسبة مقدره في الناتج القومي الإجمالي والصادرات الزراعية المروية بالسودان وتساهم منتجاته بنسبة مقدره في الناتج القومي الاجمالي

والصدارات الزراعية يروي المشروع انسيابياً بشبكة ري يبلغ طولها ١٠،٥٨٤ كيلو متراً وبتصريف يومي قدرة ٣٢ مليون م وهي بذلك تمكن من استغلال نصف مساحة المشروع (مليون فدان) خلال العروة الصيفية (يونيو - أكتوبر) والنصف الآخر خلال العروة الشتوية (نوفمبر - مارس) تنظم المشروع حالياً دورة خماسية حيث تمثل محاصيل القطن - الذره - الفول السوداني - الخضروات - الأعلاف والقمح أهم محاصيل الدورة الزراعية

ظلت علاقات الإنتاج الثلاثية بين الحكومة وإدارة المشاريع والمزارعين سارية منذ تأسيسه في العام ١٩٢٥م وحتى العام ١٩٨١م لتتحول الى الحساب الفردي حيث تتم حاسبة كل مزارع على حدة . ١

يدار المشروع ومنذ العام ١٩٥١م بواسطة مجلس إدارة تمثل فيه كل الأطراف ذات الصلة والمصلحة ويقود العمل التنفيذي مدير عام تعاونه (٥) إدارات متخصصة على مستوى الرئاسة و(٢٢) قسماً على الغيط ٢

وكانت بداية المشروع كمشروع إستطلاعي لزراعة القطن في مساحة ٢٥٠ فدان ، تروي بالظلمبات من النيل الأزرق بمنطقة طيبة التي تقع على بد ١٠ كلم شمال مدينة مدني ، وبعد نجاح التجربة تقرر التوسع شمالاً وبعد إكمال تشييد خزان سنار أخذ المشروع يتوسع موسماً بعد آخر حتى بلغت المساحة مليون فدان في منتصف الخمسينيات وبعد عام ١٩٥٨م بدأ التوسع في امتداد المناقل وأصبحت المساحة الكلية مليوني ومائة فدان .

ويقع مشروع الجزيرة في ولايتي الجزيرة وسنار في وسط السودان ويمتد بطول ٣٠٠ كلم بين النيلين الأبيض والأزرق في شكل مثلث قاعدته بين مدينتي سنار وكوستي ورأسه على مشارف مدينة الخرطوم .

ويعتبر مشروع الجزيرة أكبر مشروع مروحي في العالم بمساحة ٢,١ مليون فدان ونحو مليون هكتار .

عمر علي محمد الأمين ، (مستقبل زراعة وري المحاصيل الغذائية بالمشاريع القومية)، رسالة دكتوراة غير منشورة ، جامعة الجزيرة¹ ، معهد إدارة المياه ولري ، مدني ، ٢٠٠٦ ، ص ٢٦ .
1عمر علي محمد الأمين ، (مستقبل زراعة وري المحاصيل الغذائية بالمشاريع القومية)، مرج سابق ، ص ٢٧.

المناخ : تقع معظم مساحات المشروع في منطقة المناخ الجاف في شماله وشبه الجاف في الاجزاء الجنوبية منه حيث تتراوح درجات الحرارة القصوى ٤٠-٤١ والصغرى بين ١٤-١٦ درجة مئوية والامطار ٢٥٠-٥٥٠ ملم في السنة .

الري : يروي المشروع رياً انسيابياً من خزان سنار بالنيل الأزرق عن طريق ترعتين رئيسيتين بتصريف يومي يبلغ ٣١,٥ متر مكعب تتجهان شمالاً حتى الكيلو ٥٧ ، حيث يخرج منها أربعة فروع لتوصيل مياه الري لقطاع المناقل ، وتتجه ترعه الجزيرة الرئيسية بطول ١٣٧ كليو متراً ويتفرع منها المواجه التي تغذي الترعة التي تستخدم في ري المساحات عبر قنوات صغيرة تسمى أبو عشرينات .

وتمتد الفروع والمواجه 23 كلم بينما يبلغ طول القنوات الصغيرة ٨٠٠٠ كلم ، أيضاً يشمل نظام الري بعض المساحات التي تروي بالطلمبات بالقسم الشرقي والجنوبي كما يشمل نظام الري شبكة للصرف بها مصارف رئيسية بطول ١٥٠٠ كلم ومصارف فرعية بطول ٦٠٠٠ كلم لتصريف مياه الأمطار والمياه الزائدة من الري ١ .

مراحل تطور الدورة الزراعية بمشروع الجزيرة :

المرحلة الأولى ١٩٢٥-١٩٣١ م

تشمل هذه المرحلة الخمس سنوات الأولى بعد إنشاء مشروع الجزيرة وكانت الدورة الزراعية القطنية خلال هذه الفترة ثلاثية حيث كانت حصة المزارع ٣٠ فدانيزرع منها ١٠ فدان قطن وتبقى قطن ---- بور --- بور

إلا أنه كان يسمح للمزارع بزراعة خمسة فدان ذرة خارج الدورة الزراعية كما اقتصرت زراعة اللوبيا خارج الدورة الزراعية لأصحاب ثيران الحراث .

المرحلة الثانية : ١٩٣١-١٩٣٢ م

كانت الدورة في تلك الفترة رباعية حيث أدخل فيها محصول الذرة كمحصول غذائي للمزارع ويستفيد من مخلفاته للحيوان كالأتي :-

قطن --- ذرة --- بور --- بور

المرحلة الثالثة :- ١٩٣٣-١٩٦٠ م

-الطبيب الأمين حامد التكنية ، فاعلية البرامج الزراعية في ولاية الجزيرة ، (مدني ، دراسة تطبيقية على مشروع الجزيرة في الفترة¹ من ٢٠٠ - ٢٠٠٨ م ، رسالة ماجستير غير منشورة

هذه الفترة أصبحت الدورة ثمانية ، وقد استجوب ذلك رفع الحيازة الى أربعين فدان على النحو التالي :-

قطن --- بور --- بور --- قطن --- بور --- ذرة ولوبيا او بور --- بور

وقد أستخدمت هذه الدورة بهدف حماية القطن من مرض الساق الأسود وتجعد الأوراق.

المرحلة الرابعة ١٩٦١-١٩٧٤ م :-

لقد طرأت تعديلات كثيرة على الدورة الزراعية خلال تلك الفترة أهمها التعديل الذي تم عام ١٩٦٣ م والذي إنخفضت بموجبة مساحة البور من ٥٦% الى ٣٣% ، وكان ذلك نتيجة دخول الأسمدة وإستنباط عينات من القطن تمتاز بمقاومة عالية للأمراض خاصة و مرض الساق الأسود وتقدم عمليات الوقاية والمكافحة ، أدخلت محاصيل هامة في الدورة مثل القمح والفلو وكانت الفترة بداية التكتيف والتنويع ، كانت الدورة خلال تلك الفترة سداسية في المناقل وثمانية في الجزيرة ثم تعدلت الى رباعية في الجزيرة وثلاثية في المناقل ، وذلك في العام ١٩٧٥ م واستمرت على هذا الحال في الجزيرة كما هو الى منتصف الثمانينيات حيث ادخلت الدورة الخماسية في العام ١٩٩٩-٢٠٠٠ م تم تعديل تعاقب المحاصيل داخل الدورة الزراعية الخماسية بهدف الابقاء على مخلفات المحاصيل لأطول فترة لكي يستفيد منها الحيوان ١.

الدور الاقتصادي لمشروع الجزيرة :

يسهم مشروع الجزيرة في المتوسط ب ٦٥% من إنتاج البلاد من القطن طويل التيلة ومتوسط التيلة و ٧٠% من إنتاج القمح و ١٥% من إنتاج الفول السوداني و ٣٢% من إنتاج الذرة و ٢٠% من إنتاج الخضر ، كما توجد بأرض المشروع نحو ٤٠٠ ألف رأس من الأبقار و ٦٠٠ ألف رأس من الضان و ٧٦٠ ألف رأس من الماعز، وبما ان معظم انتاج المشروع من القطن الشعرة ، وكل انتاجه من الفول النقاوة ، وبعض انتاجه من الخضر والانعام تذهب للصادر فإن المشروع يقوم بدور محوري في توفير العملات الصعبة

١ مسيوم محمد أحمد ، اتجاهات الرأي العام لزارعي الجزيرة نحو فائدة ٢٠٠٥ م ، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا ، كلية الدراسات العليا ، قسم العلاقات العامة ، رسالة ماجستير غير منشورة - ٢٠١٦ م

الجانب الإداري للمشروع :

تأسس المشروع من البداية كقطاع شبه عام وفق شراكة ثلاثية بين الإدارة البريطانية ولاحقا حكومة السودان كشريك أول ، والزراع كشريك ثاني وشركة زراعية كلفت بإدارة المشروع ، وكانت تسمى الشركة الزراعية السودانية كشريك ثالث ، يدار مشروع الجزيرة من قبل مجلس إدارة يقوم بتعيينه مجلس الوزراء ويتكون من ممثلين للحكومة والزراع والعمالين وبعض الوحدات ذات الصلة كالمصارف وهيئات البحوث الزراعية ، ويعمل بإدارة المشروع أكثر من ٦ ألف من العاملين من إدارة الغيط والري والشئون الهندسية والمحالج وسكة حديد الجزيرة وغير ذلك من المرافق المختلفة التابعة لإدارة المشروع . ١

التقسيم الجغرافي :

جغرافياً على مستوى الغيط ينقسم المشروع الى ١٨ وحدة إدارية تسمى قسماً ، ومنها ١٠ أقسام بالجزيرة و٨ أقسام بالمناقل ، ويتكون كل قسم من وحدات أصغر تسمى منطقة ري ويبلغ عددها ١١٤ .

البنيات التحتية للمشروع :

يمتلك المشروع بنية تحتية ضخمة تتمثل في :

شبكة الري :

التي تنتشر في كافة أرجاء المشروع لتوصيل مياه الري الى الغيط انسابيا كأرخص طريقة للري في العالم .

المحالج :

يمتلك المشروع عدد ١٤٤ محلجاً موزعة على ثلاثة مواقع :- مارنجان ، الحصاديضا ، الباكير ، بطاقة حليجية يومية تقدر ٧٥٠ طن .

الهندسة الزراعية :

جلال محمود يوسف ، (مشروع الجزيرة القصة التي بدأت ، دار المركز الإسلامي الإفريقي للطباعة والنشر ، فبراير ١٩٩٣) ص ٧٢-١
٧٥ .

تمتلك أسطول من الجرارات والآلات الزراعية الملحقة لإعداد الأرض وزراعة بالالة وفتح القنوات وتطبيق العمليات الفلاحية المختلفة (نثر السماد – تطبيق مبيد الحشائش – الطراد الأخضر) .

سكة حديد الجزيرة :

تمتلك عدداً مقدراً من القاطرات وخطوط سكة حديد داخل المشروع بطول ١٣٠٠ كيلو متر لترحيل المتدخلات الأقطان المنتجة .

شبكة الاتصالات الهاتفية :

تربط كل أرجاء المشروع برئاسة بركات والشبكة القومية للاتصالات .
المخازن :

يملك المشروع عدداً كبيراً من المستودعات التخزين برئاسة المشروع والأقسام ومناطق الري بسعة تخزينية قدرها ٢,٥ مليون طن .

التركيبة المحصولية :

مرت التركيبة المحصولية بالمشروع بعدة تغيرات لتواكب متطلبات الأسواق وتستوعب المحاصيل الجديدة في التركيبة المحصولية ، حيث تم تطبيق الدورة الثلاثية والرابعة وأخيراً الدورة الخماسية .

تتسم الدورة الزراعية بمرونة عالية لدخول اي محصول فالتركيبة المحصولية ومن الماصيل الواعدة التي تم تجربتها واثبتت نجاحاً :

زهرة الشمس

بنجر السكر

الأعلاف

(كلايتوريا – فلبسارا – ولوبيا) ١

أفاق الإستثمار بالمشروع :

نسبة لما يتمتع به المشروع من موارد طبيعية ضخمة من أراضي خصبة ومياة كافية للري وموارد بشرية تمتلك المعرفة والخبرات الطويلة في مجال العمل الزراعي في

جلال محمود يوسف ، مشروع الجزيرة القصة التي بدأت ، مرجع سابق ، ص ٦٧ - ١٧٧

مجال الانتاج للمستثمر الوطني والأجنبي وذلك لما يتفرد به من الخصائص والمميزات الآتية :

الموقع الجغرافي المتميز من حيث وجود الطرق المعبدة والقرب من مراكز الاستهلاك المحلية الكبيرة والربط الجيد بموانئ الصادر البحرية والجوية .
توفر خدمات الطاقة ، الترحيل ، التخزين والإتصال .
توفر المواد الخام والتي تعتبر مدخلاً أساسياً للصناعات التحويلية (غذائية – غزل – ونسيج .. الخ)

توفر مقومات الإنتاج من أراضي ومياه وخبرات .
توفر البنيات الأساسية الضرورية
إضافة لكل ذلك فإن قانون ولوائح تشجيع الاستثمار يضيفان بعداً آخر لجلب الاستثمار حيث توفران المزايا التفصيلية والتسهيلات والضمانات .
يمكن للمستثمرين التعاقد مع إدارة المشروع لإنتاج محاصيل وكميات محددة من المحاصيل لتقوم الإدارة بدورها بالتعاقد مع المزارعين لإنتاج تلك المحاصيل والكميات من خلال عقد واضح وصريح يحدد واجبات ومسؤوليات كل من الطرفين وعلى ان يتضمن العقد الشروط الجزائية على اي من الطرفين في حالة الإخلال بأي من الشروط الواردة به كضمان للوفاء بالمحاصيل والكميات المتعاقد عليها .
وجود المعاصر المحلية وتأكيد قدرة المحصول التنافسية كسلعة للصادر والاستفادة من مخلفات المحصول كعلف للحيوان .

صديق البادي ، حركة مزارعي الجزيرة وامتداد المناقل ، ط ١ (دار هایل للطباعة والنشر، ١٩٨٥ ،) ص ٤٥-٤٩ .¹

العلاقات العامة بمشروع الجزيرة

بدأت العلاقات العامة بمشروع الجزيرة في العام ١٩٥٠م كمكتب استلام يقدم الرسائل الارشادية لجمهور المزارعين وتطور العمل بالمكتب الى أن أصبحت مصلحة العلاقات العامة والإعلام وذلك في عقد الثمانينات وقد كانت تضم في أقسامها الأتي :-

قسم البرامج والنشر

قسم صحية الجزيرة

قسم الإرشاد الزراعي .

قسم العلاقات العامة (المراسم)

وكان هناك مدير لمصلحة العلاقات العامة والإعلام ونائباً لها ثم رؤساء لكل تلك الأقسام وقد كانت المصلحة تقدم خدماتها النفية لجمهور المزارعين كما أنها تعمل على ربط قواعد المزارعين بإدارة المشروع العليا وتنزيل قرارات مجلس الإدارة والإدارة العليا لجمهور المزارعين علماً بأن مشروع الجزيرة مشروع زراعي إنتاجي يعتمد في خطته على المواقيت لكل العمليات الفلاحية بدءاً بتحضيرات الأرض حتى الحصاد وفي هذا الصدد تضطلع مصلحة العلاقات العامة والإعلام بعكس كل أنشطة الإدارة العليا ومجلس الإدارة والجهات ذات الصلة بالمشروع عبر أجهزة الإعلام المختلفة والتي من بينها الإذاعة – التلفزيون بولاية الجزيرة الى جانب برامج أندية المشاهدة والسينما المتجولة والتي كانت تقدم عروضها للمزارعين وتقديم الارشادات لهم.¹

أهداف إدارة العلاقات العامة بالمشروع :-

١- إعلان التعبئة والاستنفار وسط قواعد المزارعين والعاملين وكافة القطاعات بمشروع الجزيرة (تنظيمات المنتجين المرتقبة ، والجهات ذات الصلة بغرض إنجاح الموسم الزراعي الجديد) .

٢- تقوم بعرض السياسات العامة لمجلس إدارة الجزيرة وموجهات الإدارة العليا حول الموسم الزراعي الجديد وضرورة إنزالها على أرض الواقع .

¹ صديق البادي ، حركة مزارعي الجزيرة وامتداد المناق، مرجع سابق، ص ٤٣

- ٣- التبشير بالخطة التأشيرية للموسم الزراعي ٢٠١٥-٢٠١٦م مع التركيز على اعتماد التقانة كوسيلة أساسية لأحداث النقلة النوعية بالمشروع بغرض تقليل تكلفة الإنتاج وزيادة معدلاته وتعظيم عائداته مع التأكيد على أهمية الالتزام بمواقيت الزراعة والري
- ٤- ترسيخ القناعات لدى المزارعين بأهمية الحزم التقنية دورها في زيادة الإنتاج والسعي الجاد لأنزال الحزم التقنية والتوصيات البحثية وسط الحقول والترويج للتجربة الناجحة وما حققته من نتائج إيجابية على زيادة الإنتاج والسعي الجاد لأنزال الحزم التقنية والتوصيات البحثية وسط الحقول والترويج للترجبة الناجحة وما حققته من نتائج إيجابية على زيادة معدلات الإنتاج والعائد .
- ٥- التأكيد على التقانة الدولة نحو البرامج التنموية بمشروع الجزيرة خاصة في مجال الري وبرامج نقل التقانة والارشاد والتدريب لرفع قدرات المزارعين
- ٦- التركيز على تكوينات تنظيمات المنتجين المرتقبة وأهدافها ورؤاها ودورها في ترقية الإنتاج بالمشروع من خلال التمويل والتسويق الجماعي والدخول في شركات إستراتيجية مع القطاع الخاص وعكس ذلك عبر الأجهزة الإعلامية ١.
- ٧- الترويج للسياسات المعلنة من الدولة تجاه المحاصيل الاستراتيجية وجدواها الاقتصادية على المزارعين والمشروع .
- ٨- تقييم نتائج العروة الصيفية والشتوية للموسم ٢٠١٥-٢٠١٥م والعمل على دعم الايجابيات اعلاميا وكيفية معالجة السلبيات بما يحقق أهداف الموسم الزراعي الجديد التركيز على أهمية الإستخدام الأمثل لمياه الري وسط حقول المزارعين وعدم إهدارها خارج الحواشات
- ٩- التركيز إعلامياً على فرص التمويل المتاحة للمزارعين وشرح سياساته وتبسيط إجراءاته خاصة عبر البنك الزراعي ومؤسسة الجزيرة للتمويل الأصغر والقطاع الخاص .
- ١٠- تعزيز التنسيق بين مشروع الجزيرة وهيئة البحوث الزراعية في تحديد المحددات الفنية لكل محصول بما يحافظ على الدورة الزراعية ويسهم في زيادة الإنتاج .

ميسون محمد أحمد ، اتجاهات الرأي العام لمزارعي الجزيرة نحو قانون ٢٠٠٥م) ، جامعة السودان العلوم والتكنولوجيا -
١-كلية الدراسات العليا ، قسم العلاقات العامة ، رسالة ماجستير غير منشورة ، ٢٠١٦م)

البرنامج التفصيلي للعلاقات العامة :

يقوم منهج العلاقات العامة على مواكبة العملية الزراعية عبر مراحلها المختلفة بدءاً بنظافة الغيط من بقايا محاصيل الموسم المنصرم وإنهاءً بالحصاد العروة الصيفية والشتوية الى جانب آليات تحصيل رسوم خدمات الإدارة والمياه لكل المحاصيل وذلك عبر إنتاج العديد من البرامج التي تستهدف هذه المراحل وبتنسيقها عبر الوسائط الإعلامية المسموعة والمرئية والمقروءة حيث تركز هذه البرامج على الآتي :

١- إعداد برامج مكثفة لمواكبة فترات نظافة الغيط وتجويد عمليات تحضيرات الأرض وإنجاز حفار أبو عشرين والتأكيد على الالتزام بمواقيت الزراعة والري
٢- إعداد برامج إرشادية بالتنسيق مع فريق الإرشاد والتدريب بمشروع الجزيرة لتبني التقانات الحديثة لكل المحاصيل بالتركيز على المحاصيل الإستراتيجية والمحاصيل الواعدة في إطار الخيار الجماعي للمزارعين (زهرة الشمس - السمس - فول الصوبا غيرها) .

٣- إعداد برامج تعكس رؤى المزارعين بعد اجراء التعديلات على القانون وإبراز الدور الكبير لتنظيمات المنتجين المرتقبة في تحقيق الأهداف الإنتاجية وفقاً لما جاء في الخطة التأشيرية لعام ٢٠١٥ - ٢٠١٦ م .

٤- إعداد برامج بغرض التسكين للرؤى الجديدة في مجال التمويل والتسويق والشركات الإستراتيجية بين المزارعين والقطاع الخاص تحت إشراف إدارة مشروع الجزيرة .

٥- يركز البرنامج التفصيلي على إذكاء روح التنافس والتحدي وسط المزارعين لإزالة التباين في الانتاجية بين مزارع وآخر على مستوى النمرة الواحدة وأثرها على ترشيد الموارد

٦- افراد مساحات إعلامية لأنشطة الإنتاج الحيواني والبستاني والغابي وترسخ قناعات المزارعين يجداولها الاقتصادية وأهميتها في خلق قاعدة صلبة للصادرات الحيوانية والبستانية

٧- استخدام كافة أشكال العمل الإعلامي لعرض المحددات الفنية الصادرة من هيئة البحوث الزراعية وإدارة مشروع الجزيرة وضرورة الالتزام بها بما يحافظ على الدورة الزراعية ويعزز مكافحة الآفات باستخدام الأمثل لمياه الري على مستوى المشروع .

٨- أعداد برامج لترسيخ قنوات المزارعين بأهمية استرداد رسوم خدمات الإدارة والمياه لكل المحاصيل ضماناً لتأمين مسيرة المشروع وتحقيق غايته.
أجهزة الإعلام بالولاية :

يجي التركيز في هذه الخطة على إذاعة ولاية الجزيرة باعتبارها الأكثر إنتشاراً واستماعاً من قبل المزارعين والعاملين بالمشروع وإنسان الولاية وسيتم التركيز عبرها على الآتي :

٩- أعداد تقارير ورسائل صوتية وبصورة مستمرة حسب متطلبات كل مرحلة من مراحل الموسم الزراعي الجديد .

١٠- طرح سياسات مجلس الإدارة والرؤى الجديدة في عدد من القضايا التي تهم المزارعين بالمشروع وعكس موجهاً إدارة مشروع الجزيرة وتلمس قضايا المزارعين بالغيط وتكوين تنظيمات المنتجين المرتقبة ودورها في تحقيق الأهداف الإنتاجية بالمشروع ١

بث أخبار يومية حول أنشطة مجلس الإدارة ولجانه المتخصصة والإدارة العليا بالمشروع بغرض ربط قواعد المزارعين العاملين بما يجري بالمشروع وضرورة إلمامهم بالسياسات العامة وتنفيذها ،

إبراز تجارب المزارعين وخبراتهم وسط الحقول في مجال الانتاجية مع الاستفادة من البرامج الإذاعية في عكس النقابات الحديثة والمبادرات الفردية والجماعية حتى تعم الفائدة .

عكس أنشطة إدارة مشروع الجزيرة عبر البرامج الإذاعية في الآتي :
البرامج التدريبية للمزارعين (مدارس المزارعين الحقلية) .

ميسون محمد أحمد ، اتجاهات الرأي العام لمزارعي الجزيرة نحو قانون ٢٠٠٥م ، جامعة السودان العلوم والتكنولوجيا – كلية الدراسات العليا ، قسم العلاقات العامة ، رسالة ماجستير غير منشورة ، ٢٠١٦م¹

الحقول الايضاحية على مستوى النمر .
تطبيق التقانات الحديثة وسط الحقول .
الاستخدام الأمثل لنظم الري .

الاستفادة من البرامج الآتية في إذاعة ولاية الجزيرة لعكس كل الانشطة بمشروع
الجزيرة وهي :- برنامج منبر الجزيرة .. وضح النهار .. صباحك يا جزيرة .. المجلة
الزراعية

تلفزيون ولاية الجزيرة وصحيفة الجزيرة بالولاية :

أعداد تقارير بصورة مستمرة حول كافة الانشطة التي تدور بالمشروع .

اجراء استطلاعات حول رؤى وأهداف تنظيمات المنتجين المرتقبة ودورها في نهضة
مشروع الجزيرة

التركيز على البرامج بالتلفزيون في عكس النماذج المتميزة من المزارعين وسط
الحقول حتى تعم الفائدة للآخرين

الاستفادة من صحيفة الجزيرة اليوم بالولاية في عكس كل أنشطة المشروع ١ .
الاجهزة القومية :

١ - أعداد رسائل وتقارير صوتية تحوي القضايا الهامة والملحة عبر الاذاعة القومية
وإعلان السياسات العامة لمجلس الادارة التي تهتم المزارعين والسياسات التشجيعية من
قبل الدولة تجاه المشروع ورؤى التمويل والتسويق وشركاء والانتاج
بث اخبار بصورة مستمرة حول أنشطة المشروع المختلفة .

إستضافة فريق من الإذاعة القومية بالتنسيق مع إدارة المشروع لعكس أنشطة المشروع
وسائل الموسم الزراعي حسب متطلبات كل مرحلة

ترتيب لقاءات عبر الاذاعة القومية لسيد وزير الزراعة والري ورئيس مجلس الادارة
واعضاء المجلس والإدارة العليا بالمشروع لطرح السياسات العامة للمجلس والسياسات
التشجيعية من قبل الدولة تجاه المحاصيل الاستراتيجية والرؤى الجديدة في التمويل
والتسويق ودور تنظيمات المنتجين وشركاء الانتاج والتبشير بها عبر برامج :-

ميسون محمد أحمد ، اتجاهات الرأي العام لمزارعي الجزيرة نحو قانون ٢٠٠٥م ، جامعة السودان العلوم والتكنولوجيا – كلية الدراسات
العلية ، قسم العلاقات العامة ، رسالة ماجستير غير منشورة ، ٢٠١٦م

مؤتمر إذاعي .

موضوع للنقاش

صدى الاحداث

المجلة الزراعية وأرضنا الخضراء (السودان اليوم) .

التلفزيون القومي :

بث أخبار وتقارير بصورة مستمرة حول أنشطة مجلس الادارة والادارة العليا ونشاط

المزارعين وسط الحقول حسب متطلبات كل مرحلة من المراحل الزراعية .

عكس قضايا المشروع الملحة والسياسات العامة والخطة التأشيرية ودور تنظيمات

المنتجين المرتقبة وشركاء الانتاج عبر الاستفاده من برامج التلفزيون القومي الآتية :

برامج قضايا اقتصادية

على خطى التنمية

المجلة الزراعية

إستضافة فريق من التلفزيون القومي لعكس أنشطة المشروع والنجاحات التي تحققت

وإجراء لقاءات مع المزارعين ذوي التجارب الناجحة وعكس الرؤى الجديدة في مجال

التمويل والتسويق والشراكات الاستراتيجية مع المزارعين¹ .

الصحف القومية :

تزويد الصحف القومية بأخبار وتقارير حول أنشطة مجلس إدارة مشروع الجزيرة

وسياسته . ودور إدارة المشروع في تنفيذ الخطة التأشيرية والتقانة والدولة نحو

المشروع في دعم البرامج التنموية وعكس أنشطة المزارعين المنتجين عبر الحقول

إعداد صفحة نصف شهرية او شهرية بإحدى الصحف القومية الأكثر انشाराً تحوي كل

الانشطة التي تدور في المشروع حسب متطلبات كل مرحلة وابرار دور تنظيمات

المنتجين المرتقبة في تحقيق الاهداف الإنتاجية .

وكالة السودان الأنباء (سونا) :

تزويد وكالة السودان للأنباء بأخبار المشروع بصورة مستمرة .

عمر علي محمد الأمين ، (مستقبل زراعة وري المحاصيل الغذائية بالمشاريع القومية)، رسالة دكتوراة غير منشورة ، جامعة الجزيرة
1، معهد إدارة المياه ولري ، مندي ، ٢٠٠٦ ، ص ٢٨

إعداد منبر إعلامي دوري (مؤتمر صحفي) بالتعاون مع سونا بالمركز والولاية شهرياً او ربع سنوي لإستعراض سير الأداء بالمشروع على أن يقعد بالتناوب بين مدني والخرطوم .

تزويد سونا بالنجاحات التي يحققها المشروع في مجال الري والتطبيق التقانات الحديثة وإبراز دور تنظيمات المنتجين وشركاء الانتاج ومساهماتهم في العملية الزراعية .
قناه الشروق الفضائية :

في إطار التعاون المشترك بين ادارة العلاقات العامة بمشروع الجزيرة وقناة الشروق الفضائية سيتم التركيز عليها في الآتي:

إعداد تقارير ورسائل حول كل الانشطة التي تدور بالمروع ونجاحات المزارعين في زيادة معدلات الإنتاج

الاستفاد من البرامج التي تعدها القناة لطرح سياسات مجلس الإدارة ودور الإدارة العليا في تنفيذ الخطة التأشيرية وكل الرؤى الجديدة في مجال التمويل والتسويق والشرايات الاستراتيجية ودور تنظيمات المنتجين تجاه تحقيق الأهداف الإنتاجية بما يسهم في تطوير المشروع ونهضته .

الإستفادة من الشريط الإخباري لعكس أنشطة المشروع حسب المتطلبات ١ .

ميسون محمد أحمد ، اتجاهات الرأي العام لمزارعي الجزيرة نحو قانون ٢٠٠٥م) ، جامعة السودان العلوم والتكنولوجيا – كلية الدراسات
1 العليا ، قسم العلاقات العامة ، رسالة ماجستير غير منشورة ، ٢٠١٦م)

شكل رقم (١) يوضح خريطة ولاية الجزيرة



ثانياً : الإجراءات المنهجية

أولاً: منهج الدراسة :

تحتل كلمة منهج معان عدة يمكن القول أنها ماؤنث (لغويأ) الحق الدلالي للكلمة ، ويتحدد المعني في العادة بموضع الإستخدم ، فيراد بالمنهج ماينقل العلم من طبيعته السكونية الي طبيعته الحركية ، وذلك حينما يكون بصدد التعامل مع خطاب (مجموعة مقولات) تناط به مهام التوصيف والتحليل والتفسير ، وفي ذلك اشارة واضحة الي النموذج القياسي الارشادي وهو مايمكن إعتبره المعني الواسع والأعم والأكبر للمنهج وهو المسعى المنطقي لبلوغ المعرفة وفي جزء من هذا المنهج هنالك المنهج الذي يوضح المسار الخاص الذي يتبع على الملموس^١ وفي عموم الدراسات نجد ان طبيعة موضوع الدراسة يفرض علينا اختيار المنهج المناسب لذلك تختلف المناهج بإختلاف المواضيع المدروسة ، فالمنهج هو الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسة المشكلة لكشف الحقيقة والإجابة عن الاسئلة والإستفسارات التي يثيرها حول موضوع البحث ، وهو البرنامج الذي يحدد لنا السبيل المؤدي لتلك الحقائق وكيفية اكتشافها^٢ وتشير كلمة منهج (method) الي الخطوات الفكرية المنظمة العقلانية الهادفة الي بلوغ نتيجة ما كما عرفه "محمد زيان" على انه فن التنظيم الصحيح لسلسلة افكار ، إما من اجل كشف حقيقة مجهولة ، او البرهنة على حقيقة لايعرفها الاخرون.^٣

لحسن رزاق : صورة اسرائيل في الفضائيات الاخبارية العربية – رسالة دكتوراة في علوم الاعلام والاتصال السمعي والبصري غير

1 - منشورة- جامعة قسطنطينة - ٢٠١٦م

2 - محمد شفيق- الخطوات المنهجية لاعداد البحوث الاجتماعية – المكتب الجامعي الحديث ، مصر ، ١٩٩٨م

3- أحمد بن مرسل- مناهج البحث في علوم الاعلام والاتصال – ديوان المطبوعات الجامعية –الجزائر ٢٠٠٣م

وهذه الدراسة تأتي في اطار الأبحاث الوصفية وحسب "مورس انجرس " فان البحث الوصفي هو مجموعة من الاجراءات والخطوات الدقيقة المتباينة من اجل الوصول الي نتيجة ، وهو اخضاع الباحث لنشاطه البحثي من اجل تنظيم دقيق في شكل خطوات معلومة يحدد فيها مساره من حيث نقطة الإنطلاق وخط السير ونقطة الوصول "؛"ويعتبر منهج الوصف من ابرز المناهج العلمية المستخدمة لوصف الظاهرة الإعلامية حيث يستخدم لوصف وتقرير واقع معين لمجتمع او جماعة ما او نظام محدد في فترة زمنية محددة بوقت اجراء الدراسة

لإجراء الدراسة الميدانية إستخدم الباحث الإستبانة في جمع البيانات المتعلقة بالمبحوثين.

ويعتبر الاستبيان من أكثر الادوات البحثية شيوعا في الإستخدام في مجال الدراسات الإعلامية والاتصالية وهو اداة او اسلوب يستخدم لجمع البيانات من المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة لتقديم آراء وحقائق وأفكار معينة في اطار البيانات المتعلقة بالبحث والدراسات واهدافها،دون تدخل الباحث ، وبما ان الدراسات الميدانية تعتبر من اهم الدراسات التي تجري في مجال الاتصال والاعلام والرأي العام فان الاستبيان يمثل ركيزة اساسية او حجر الزاوية في الدراسات الاعلامية¹.

¹ - زيان محمد- البحث العلمي مناهجه وتقنياته -ط4 ، ديوان المطبوعات الجزائرية ، الجزائر ١٩٩٣ .

ثانياً: الاستبانة:

سلك الباحث الطرق المنهجية في إعداد الإستبانة والتي تتكون من ثلاثة اجزاء، الجزء الاول يحتوي على معلومات تتعلق بالجهة التي اعدت البحث والجهة المشرفة عليه والجزء الثاني من الإستمارة يتعلق بالبيانات الشخصية للمبحوثين ، والجزء الثالث من الإستبانة يتعلق بالبيانات الموضوعية التي تخص البحث وفقاً لمناهج البحث العلمي ومراحل اعداد الإستبانة والتي تتمثل في¹

- ١- تحديد هدف الاستبانة
- ٢- تحديد كمية البيانات المطلوبة
- ٣- تحديد الهيكل العام للاستبانة
- ٤- وضع الإستمارة في صورتها النهائية
- ٥- مراجعة الإستمارة منهجياً
- ٦- الاختبار القبلي للاستمارة
- ٧- اعداد الإستمارة في صورتها النهائية .

وقد قام الباحث بعدة خطوات سلك فيها الطرق المنهجية لتصميم الإستمارة حيث استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي بالتركيز على اداة الاستبانة ، وتطبيقاً لمناهج البحث تكونت الاستمارة من ثلاث اقسام: الاول إشتمل على معلومات عن الباحث والجهة التي أشرفت على إعداد البحث ، والقسم الثاني من الإستمارة تعلق بالبيانات

خالد عبدالله احم ، درار البحث العلمي في الاتصال الجماهيري - المكتبة الوطنية - الخرطوم - ٢٠١٢م¹

الشخصية للمبحوثين ، والقسم الثالث تعلق بالبيانات الموضوعية التي تخص اسئلة الإستبيان وفقاً لمناهج البحث وتفصيلاً لفروض واسئلة البحث الواردة في الخطة .

وتحتوي الإستمارة على مجموعة من الاسئلة تدور حول موضوع معين تقدم لعينة من الافراد للاجابة عليها ، وتعد هذه الاسئلة بشكل واضح بحيث لاتحتاج الي شرح إضافي وتجمع في شكل استمارة وتعرف بانها مجموعة من الأسئلة تترجم اهداف البحث وعن طريقها تتمكن من جمع معلومات وبيانات تفيدنا في التعرف على اتجاهات الاشخاص ومشاعرهم ودوافعهم وسلوكياتهم ١

انطلاقاً من الاعتبارات السابقة فقد تم تقسيم اسئلة الاستمارة الي المحاور التالية :

• البيانات الشخصية للمبحوثين : ويتعلق بالمتغيرات الديمغرافية ويضم الجنس والسن والمستوي الاكاديمي .

المحور الاول : البيانات الشخصية .

المحور الثاني : اثبات صدق الإستمارة

المحور الثالث: إستخدام العلاقات العامة للوسائل الإعلامية

المحور الرابع : فاعلية إدارة العلاقات العامة للقيام بالمهام

المحور الخامس : نجاح إدارة العلاقات العامة في اداء الوظائف

¹ - عبدالله الجمالي - اسلوب البحث الاجتماعي وتقنياته ، منشورات جامعة قاريونس ، مصر ١٩٨٨ ، ص ١٨٣

المحور السادس : نجاح إدارة العلاقات العامة في مشروع الجزيرة

بعد تصميم الإستمارة في شكلها النهائي قام الباحث بعرضها على عينة تجريبية من المبحوثين تاكد من خلال إجاباتهم أن أسئلة الإستمارة واضحة وثابتة ، وكذلك إستخدم الباحث معادلة الفاكرونباخ لمعرفة نسبة الثبات والصدق حيث تأكد صدقيتها وثباتها من خلال النسبة المئوية للمعادلة،ومن ثم قام الباحث بتوزيع الاستمارة على اربع محكمين وهم الدكتور/ ابوبكر الشريف – جامعة القرآن الكريم / الدكتور / كرم الله حسين الامين – كلية الاعلام جامعة افريقيا العالمية . والدكتور/ ياسر علي عثمان – كلية الاعلام جامعة افريقيا العالمية والدكتور صالح موسى –جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا .وقد اجريت عليها بعض التعديلات والتصويبات ، بعدها قام الباحث بعرضها على المشرف وقد اعتمد التعديلات التي ادخلت على الاستمارة واجيزت في شكلها النهائي ، ومن ثم قام الباحث بطباعة عدد ٨٥ إستمارة وتم توزيعها على مجتمع البحث .

حيث كان التالف من الاستمارات عدد خمسة لم يتم ملئها وبعد ذلك قام بعرضها على التحليل وفقا لبرنامج الحزم الاحصائية (spss).لتحليل وتفسير البيانات ومعرفة معامل الصدق والثبات وفقاً لمعادلة الفاكرونباخ .¹

- المحكمين، د/ ابوبكر الشريف جامع القرآن الكريم ،ياسر علي عثمان جامعة افريقيا العالمية ،صالح موسى، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا¹

المبحث الثالث

تحليل وتفسير البيانات

لتحليل البيانات إستخدم الباحث البرنامج الإحصائي لتحليل بيانات العلوم الإجتماعية
(الحزم الإحصائية للعلوم الإجتماعية)

(spss) (statistical package for social science)

اما الاسلوب الاحصائي المستخدم لمعالجة البيانات فهو النسب المئوية والمتوسط
والانحراف المعياري .

جدول رقم (١) يوضح: ثبات وصدق الاستمارة

العناصر	نسبة الثبات-الفكرونباخ	معدل الصدق
25	%74.5	8.5

• بناءً على البيانات الواردة في الجدول اعلاه فان نسبة ثبات الاستبانة وفقاً

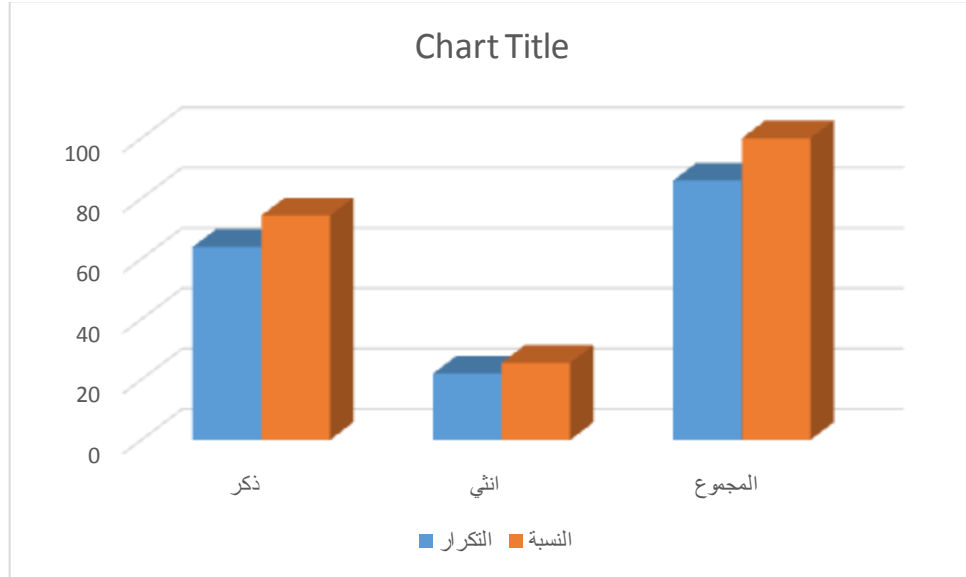
لمعادلة الفكرونباخ=74.5% ومعدل الصدق = 8.5

أولاً جداول البيانات الشخصية :

جدول رقم (٢) : يوضح النوع

النسبة المئوية	التكرار	البيان
74.4	64	ذكر
25.6	22	انثي
100.0	86	المجموع

شكل رقم (2) : يوضح النوع

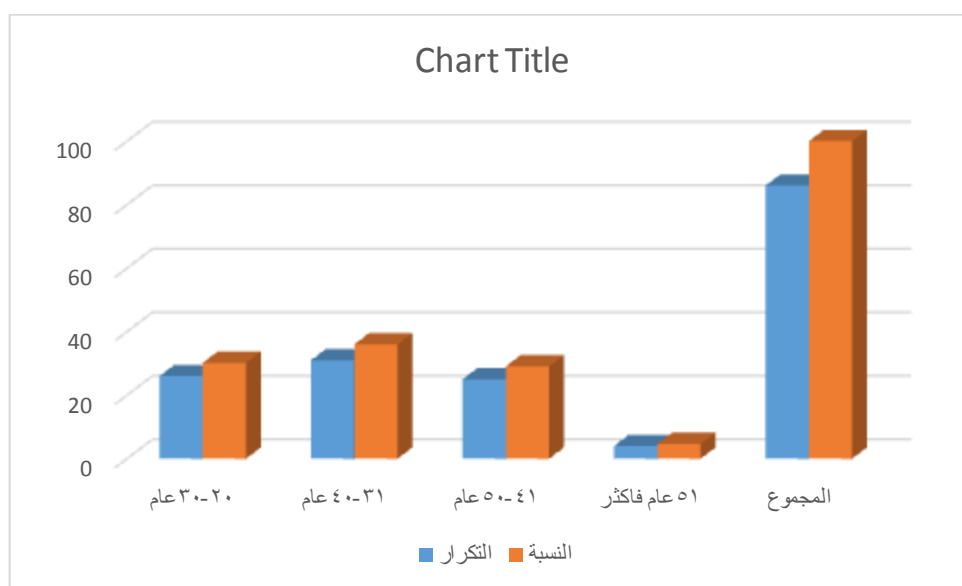


بناءً على البيانات الواردة في الجدول والشكل البياني أعلاه فإن نسبة ٧٤,٤% من افراد عينة الدراسة هم من الذكور ونسبة ٢٥,٦% هم من الاناث.

جدول رقم (3): يوضح العمر

النسبة المئوية	التكرار	البيان
30.2	26	٢٠-٣٠ عام
36.0	31	٣١-٤٠ عام
29.1	25	٤١-٥٠ عام
4.7	4	٥١ عام فاكثر
100.0	86	المجموع

شكل رقم (3): يوضح العمر

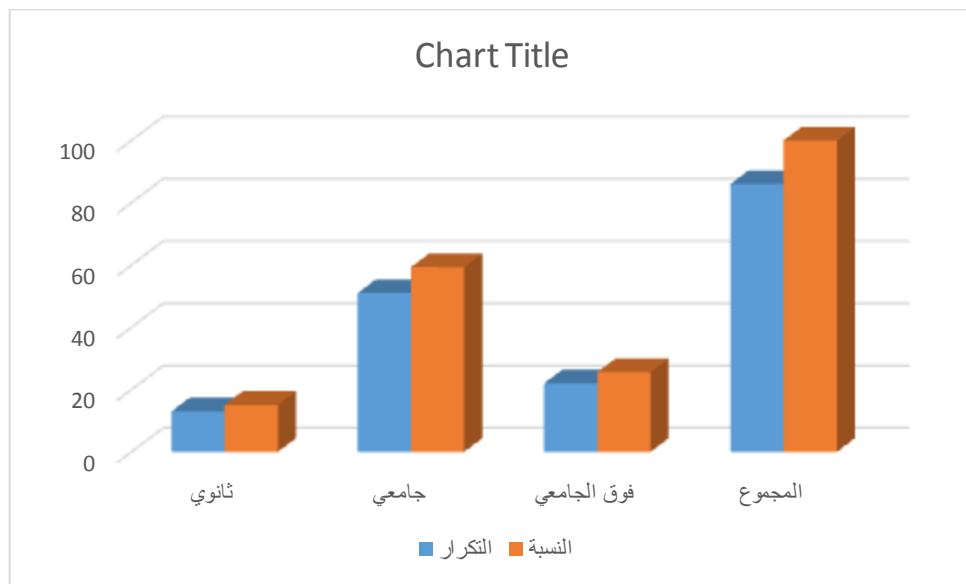


بناءً على البيانات الواردة في الجدول والشكل البياني أعلاه فإن نسبة ٣٦,٠% من افراد عينة الدراسة هم من الفئة العمرية ما بين (٣١-٤٠ عام) كاعلى نسبة في المبحوثين ونسبة ٣٠,٢% هم من الفئة العمرية (٢٠ -- ٣٠ عام) ونسبة ٢٩,١% هم الفئة (٤١ - ٥٠) وهذا يشير الى ان غالبية افراد العينة هم من فئة الشباب وهي الفئة الاكثر عطاءً .

جدول رقم (4): يوضح المستوى الاكاديمي

البيان	التكرار	النسبة المئوية
ثانوي	13	15.1
جامعي	51	59.3
فوق الجامعي	22	25.6
المجموع	86	100.0

شكل رقم (4): يوضح المستوى الاكاديمي

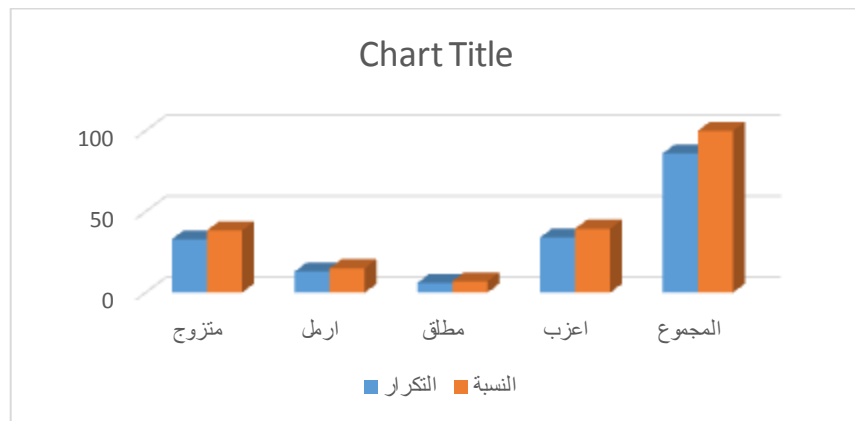


بناءً على البيانات الواردة في الجدول والشكل البياني أعلاه فإن نسبة ٥٩,٣% من افراد عينة الدراسة هم من فئة الجامعيين كاعلى نسبة في العينة و نسبة ٢٥,٦% هم من فئة فوق الجامعيين ونسبة ١٥,١% هم من الثانويين مما يشير الى أن غالبية مجتمع الدراسة يتمتعون بالخبرات الاكاديمية والعلمية التي تمكنهم من الاجابة على الاسئلة بطريقة علمية تفيد البحث للخروج بنتائج علمية وواقعية .

جدول رقم (5): يوضح الحالة الاجتماعية

النسبة المئوية	التكرار	البيان
38.4	33	متزوج
15.1	13	ارمل
7.0	6	مطلق
39.5	34	اعزب
100.0	86	المجموع

شكل رقم (5): يوضح الحالة الاجتماعية

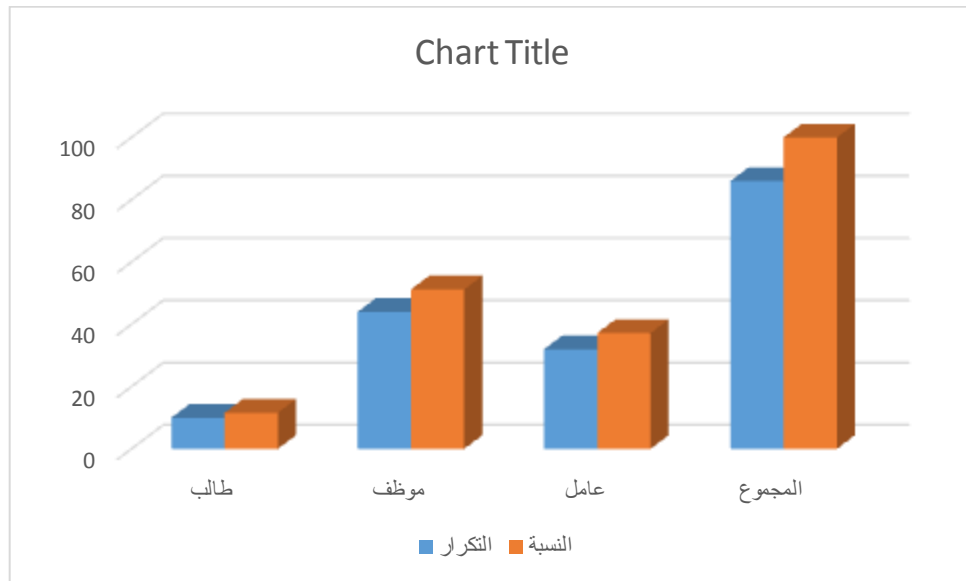


بناءً على البيانات الواردة في الجدول والشكل البياني أعلاه فإن نسبة ٣٩,٥% من افراد عينة الدراسة هم من فئة عازب كاعلى نسبة في العينة و نسبة ٣٨,٤% هم من فئة فوق المتزوجين ونسبة ١٥,١% هم من الارمل ونسبة ٧,٠% هم من فئة المطلق

جدول رقم (6): يوضح الوظيفة

البيان	التكرار	النسبة المئوية
طالب	10	11.6
موظف	44	51.2
عامل	32	37.2
المجموع	86	100.0

شكل رقم (6): يوضح الوظيفة

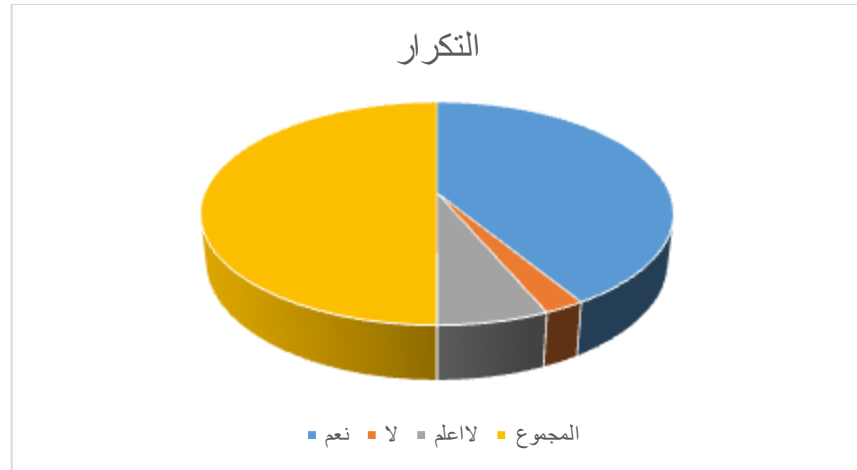


بناءً على البيانات الواردة في الجدول والشكل البياني أعلاه فإن نسبة ٥١,٢% من أفراد عينة الدراسة هم من فئة الموظفين بمختلف مسمياتهم في إدارة المشروع كأعلى نسبة في العينة و نسبة ٣٧,٢% هم من فئة فوق العمال ونسبة ١١,٦% هم من الطلاب ونسبة .

جدول رقم (7): يوضح وجود ادارة علاقات عامة بمشروع الجزيرة

البيان	التكرار	النسبة المئوية
نعم	71	82.6
لا	4	4.7
لا اعلم	11	12.8
المجموع	86	100.0

شكل رقم (٧): يوضح وجود ادارة علاقات عامة بمشروع الجزيرة

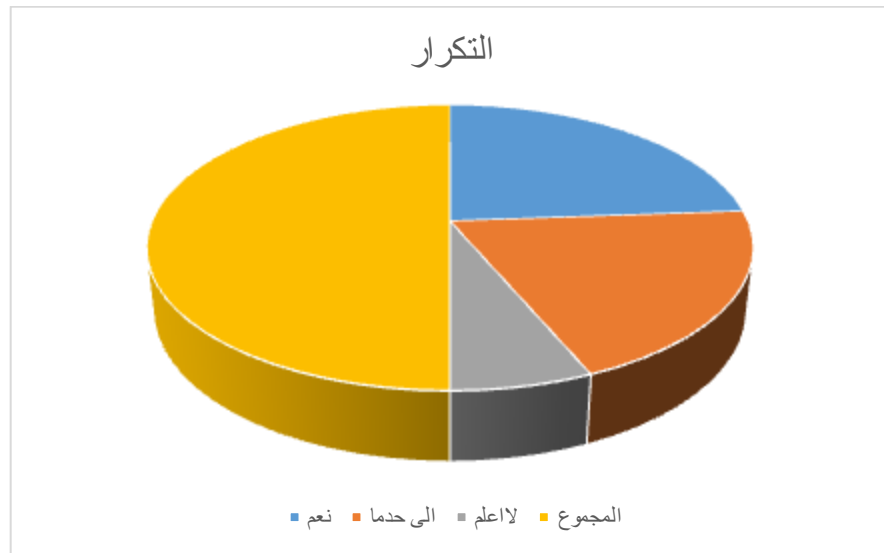


بناءً على البيانات الواردة في الجدول والشكل البياني أعلاه فإن نسبة ٨٢,٦% من افراد عينة الدراسة هم من اجابو بنعم لوجود ادارة علاقات عامة بالمشروع . ونسبة ٤,٧% اجابو بلا توجد. ونسبة ١٢,٦% اجابو بلا اعلم ..

جدول رقم (٨): يوضح دور ادارة العلاقات عامة بمشروع الجزيرة

النسبة المئوية	التكرار	البيان
47.8	41	نعم
39.5	34	الى حدما
12.8	11	لا اعلم
100.0	86	المجموع

شكل رقم (٨): يوضح دور ادارة العلاقات عامة بمشروع الجزيرة



بناءً على البيانات الواردة في الجدول والشكل البياني أعلاه فإن نسبة ٤٧,٨% من افراد عينة الدراسة هم من اجابو بنعم لوجود دور لادارة علاقات عامة بالمشروع . ونسبة ٣٩,٥% اجابو بالى حد ما . ونسبة ١٢,٨% اجابو بلا اعلم ..

ثانياً تحليل وتفسير البيانات :-

جدول رقم (٩) يوضح المتوسط والانحراف المعياري لمحور استخدام ادارة العلاقات العامة للوسائل الاعلامية

العبارة	الانحراف المعياري	المتوسط	النسبة	الاتجاه
التلفاز	1.081	4.36	٨٧,٢%	الموافقة التامة
الاذاعة	.922	4.47	٨٩,٤%	الموافقة التامة
الصحف والمطبوعات	.729	4.59	٩١,٨%	الموافقة التامة
الندوات	1.255	3.22	٦٤,٤%	الموافقة
مواقع التواصل الاجتماعي	1.248	3.23	٦٤,٦%	الموافقة

وفقاً لمعادلة الفاكرونباخ وسلم ليكارت الخماسي فان الوسط الفرضي للعبارات : (اوافق بشدة + اوافق + محايد+ لاوافق+ لاوافق بشدة) تأخذ القيم الاتية : هو $(١+٢+٣+٤+٥) = ١٥ / ٥ = (٣)$ وهو عبارة عن الوسط الفرضي ، وبمقارنة الوسط الحسابي للعبارة بالوسط الفرضي.اي اذا كان الوسط الحسابي اكبر من الوسط

الفرضي هذا يعني الموافقة واذا كان اقل من الوسط الفرضي هذا يعني عدم الموافقة . وكذلك تتم مقارنة الانحراف المعياري للعبارات مع الواحد الصحيح ، فاذا كان الانحراف المعياري اقل من الواحد الصحيح هذا يعني التركيز حول الإجابة واذا كان الانحراف المعياري اكبر من الواحد يعني التشتت .

الجدول رقم (٩) يوضح إستجابات المبحوثين على العبارات المكونة لمحور (إستخدام ادارة العلاقات العامة للوسائل الاعلامية) ، فقد وافق المبحوثين بدرجة عالية على عبارات المحور ، وجاءت ارائهم بمتوسطات حسابية اكبر من المتوسط الفرضي للمقياس مما يضعها في اتجاه الموافقة والموافق التامة .

وجاءت العبارة رقم (٣) بأعلى متوسط (٤,٥٩) وأعلى نسبة ٩١,٨% والتي تنص (الصحف والمطبوعات مما جعلها الاولى في الترتيب من حيث الاهمية حسب اراء عينة الدراسة ،بينما حازت الوسيلة رقم (٤) (الندوات) على اقل وسط حسابي بين عبارات المحور وانحراف معياري اكبر من الواحد الصحيح مما يدل على التشتت في الراء .

جدول رقم (١٠) يوضح المتوسط والانحراف المعياري لمحور فاعلية

ادارة العلاقات العامة للقيام بالمهام التالية

العبارات	الانحراف المعياري	المتوسط	النسبة	الاتجاه
إجراء البحوث والدراسات	.877	4.10	%٨٢,٠	الموافقة التامة

الموافقة التامة	% ٨١,٠	4.05	.719	التواصل مع وسائل الاعلام ورصد مآتبعسه
الموافقة	% ٦٩,٠	3.45	1.191	التواصل مع الجمهور الخارجي
الموافقة	% ٧١,٦	3.58	1.212	التنوير بالعمل للجمهور الخارجي والداخلي
الموافقة	% ٦٦,٦	3.33	1.028	القيام بالعمل الاستشاري بالادارة

الجدول رقم (١٠) يوضح استجابات المبحوثين على العبارات المكونة لمحور (فاعلية ادارة العلاقات العامة للقيام بالمهام التالية)، فقد وافق المبحوثين بدرجة عالية على عبارات المحور ،وجاءت ارائهم بمتوسطات حسابية اكبر من المتوسط الفرضي للمقياس مما يضعها في اتجاه الموافقة والموافق التامة . وجاءت العبارة رقم (١) باعلى متوسط (٤,١٠) واعلى نسبة ٨٢,٠% والتي تنص (جراء البحوث والدراسات)مما جعلها الاولى في الترتيب من حيث الأهمية حسب اراء عينة الدراسة ،بينما حازت العبارة رقم (٥) (القيام بالعمل الاستشاري بالادارة) على اقل وسط حسابي (٣,٣٣)

بين عبارات المحور وانحراف معياري اكبر من الواحد الصحيح مما يدل على التشتت في الاراء

جدول رقم (١١) يوضح المتوسط والانحراف المعياري لمحور نجاح ادارة العلاقات العامة في اداء الوظائف التالية :-

العبارة	الانحراف المعياري	المتوسط	النسبة	الاتجاه
الاتصال	.812	3.79	٧٥,٨%	الموافقة
التنسيق	.727	3.94	٧٨,٨%	الموافقة
البروتوكول والمراسم	.658	4.55	٩١,٠%	الموافقة التامة
الاعلام	.675	4.42	٨٨,٤%	الموافقة التامة
الإعلان والترويج	.740	4.37	٨٧,٤%	الموافقة التامة

الجدول رقم (١١) يوضح إستجابات المبحوثين على العبارات المكونة لمحور (نجاح ادارة العلاقات العامة في اداء الوظائف التالية :-)، فقد وافق المبحوثين بدرجة عالية على عبارات المحور ،وجاءت ارائهم بمتوسطات حسابية اكبر من المتوسط الفرضي للمقياس مما يضعها في اتجاه الموافقة والموافق التامة . وجاءت العبارة رقم (٣) باعلى متوسط (٤,٤٢) واعلى نسبة ٩١,٠% والتي تنص (البروتوكول والمراسم)مما جعلها الاولى في الترتيب من حيث الاهمية حسب اراء عينة الدراسة ،بينما حازت

العبارة رقم (١) (الاتصال) على اقل وسط حسابي (٣,٧٩) بين عبارات المحور وانحراف معياري اقل من الواحد الصحيح مما يدل على التمرکز في الاراء

جدول رقم (١٢) يوضح المتوسط والانحراف المعياري لمحور دور ادارة العلاقات العامة في نجاح مشروع الجزيرة :-

الاتجاه	النسبة	المتوسط	الانحراف المعياري	العبارة
الموافقة التامة	٩٥,٢%	4.76	.514	لللاقات العامة دور كبير في نجاح المشروع
الموافقة	٧٢,٤%	3.62	1.142	اسهمت العلاقات العامة في ايجاد علاقة قوية بين المشروع والمجتمع
الموافقة التامة	٨٦,٢%	4.31	.726	تأثرت الصورة الذهنية للمشروع في الاونة الاخيرة بطريقة سالبة

الجدول رقم (١٢) يوضح استجابات المبحوثين على العبارات المكونة لمحور (ادارة العلاقات العامة في نجاح مشروع الجزيرة :-)، فقد وافق المبحوثين بدرجة عالية على عبارات المحور ،وجاءت ارائهم بمتوسطات حسابية اكبر من المتوسط الفرضي للمقياس مما يضعها في اتجاه الموافقة والموافق التامة . وجاءت العبارة رقم (١) باعلى متوسط (٤,٧٦) واعلى نسبة ٩٥,٢% والتي تنص (للعلاقات العامة دور كبير في نجاح المشروع) مما جعلها الاولى في الترتيب من حيث الاهمية حسب اراء عينة الدراسة،بينما حازت العبارة رقم (١) (اسهمت العلاقات العامة في ايجاد علاقة قوية بين المشروع والمجتمع) على اقل وسط حسابي (٣,٦٢) بين عبارات المحور وانحراف معياري اكبر من الواحد الصحيح مما يدل على التشتت في الاراء .

النتائج والتوصيات :-

توصل الباحث الى عدد من النتائج والتوصيات:

اولاً : النتائج :-

١- أثبتت الدراسة أن ادارة العلاقات العامة بمشروع الجزيرة تستخدم الوسائل الإعلامية التالية :الصحف والمطبوعات والتلفزيون والإذاعة والندوات ومواقع التواصل الاجتماعي .

٢- أبانت الدراسة أن إدارة العلاقات العامة بمشروع الجزيرة تقوم باجراء البحوث والدراسات لتطوير الاداء .

٣ كشفت الدراسة أن ادارة العلاقات العامة بمشروع الجزيرة تقوم بالتواصل مع وسائل الاعلام ورصد ماتعكسه .

٤ أوضحت الدراسة أن إدارة العلاقات العامة بمشروع الجزيرة تقوم بالتواصل مع الجمهور الخارجي وتنويره .

٥ كشفت الدراسة أن نجاح إدارة العلاقات العامة بمشروع الجزيرة تمثل في استخدام المراسم والبرتوكول والإتصال والتنسيق والإعلام والإعلان والترويج .

٦- ابانت الدراسة أن للعلاقات العامة دور كبير في نجاح المشروع.

٧- كشفت الدراسة ان إدارة العلاقات العامة أسهمت في ايجاد علاقة قوية بين المشروع والمجتمع.

٨- اثبتت الدراسة تأثير الصورة الذهنية للمشروع في الأونة الاخيرة بطريقة سلبية.

ثانياً: التوصيات:-

- ١- من خلال ملاحظة الباحث في الدراسة الميدانية اتضح جلياً ان مشروع الجزيرة تآثر كثيراً بالتجاوزات السياسية لذلك يجب ابعاد المشروع من التجاوزات والمناحرات السياسية.
- ٢- إجتثاث الفساد الإداري المتقلقل في المشروع حتى يرجع الى سابق عهده.
- ٣- ان العلاقات العامة بالمشروع ليست بحجم مشروع الجزيرة لذلك يجب الأهتمام بها اكثر.

المصادر والمراجع:

أولاً: المصادر

القران الكريم

السنة النبوية

ثانياً : المراجع الكتب العربية

١- أحمد حسين الليقاني – علي أحمد الحمل، معجم المصطلحات التربوية، المنهج وطرق التدريس، القاهرة: عالم الكتب، ب ت)

٢- ابن منظور: لسان العرب، ط٦ ، (دار بيروت، ج٢، ط٦، ب ت)

٣- إبراهيم أنيس، المعجم الوسيط، دار الفكر، ج٢، ط١، ب ت)

٤- أحمد محمد المصري، العلاقات العامة، ب ط، (الاسكندرية ، مؤسسة شباب الجامعة ، ٢٠٠١م)

٥- احمد فؤاد عبد الكريم ومحمد سالم ، اقتصاديات وإدارة مزارع ، ب ط (جامعة القاهرة ، ١٩٩٣ م)

٦- أحمد بن مرسلې – مناهج البحث في علوم الاعلام والاتصال – ديوان المطبوعات الجامعية –الجزائر ٢٠٠٣ م)

٧- المنظمة العربية للتنمية الزراعية، دليل الممارسات لزراعية الجيدة في الوطن العربي

٨- د/ أنور محمد الرواس ، منظمة المرأة العربية ، واقع الأنشطة الإتصالية الموجهة للمرأة، ب ط (عمان ، دار النشر العلمي ، ب ت)

٩- جميل أحمد خضر، العلاقات العامة، ط١ (عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، ،
١٩٩٨م)

١٠- جلال الملاح ، تخطيط وتقييم المشروعات الزراعية ، ب ط (دار المريخ
للطباعة والنشر، الخرطوم ، ب ت،)

١١- جلال محمود يوسف ، (مشروع الجزيرة القصة التي بدأت ، دار المركز
الإسلامي الإفريقي للطباعة والنشر ، فبراير) ١٩٩٣م

١٢- ربحي مصطفى عليان، عدنان محمود الطوباسي، الاتصال والعلاقات
العامة، ط١ (عمان ، دار صفاء للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٥م)

١٣- زكي رايت غوشة، العلاقات العامة في الإدارة المعاصرة ، ط٢ (عمان، دار
المسيرة ، ١٩٨٤م).

١٤- زيان محمد- البحث العلمي مناهجه وتقنياته - ط٤ ، ديوان المطبوعات الجزائرية
، الجزائر ١٩٩٣)

١٥- صديق البادي ، حركة مزارعي الجزيرة وامتداد المناقل ، ط١ (دار هایل
للطباعة والنشر، ١٩٨٥م)

١٦- صالح خليل أبو أصبع، العلاقات العامة للاتصال الإنساني، ط١ (القاهرة: دار
الشروق للنشر والتوزيع، ، ٢٠٠٤م)

١٧- علي عجوة، العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق ، ط ١٤٢١هـ (القاهرة، عالم
الكتب، ٢٠٠١م)

١٨- عبدالله الجمالي - اسلوب البحث الاجتماعي وتقنياته ، منشورات جامعة
قاريونس، ، مصر ١٩٨٨، ص ١٨٣

- ١٩- فؤادة البكري، العلاقات العامة بين التخطيط والاتصال، ط١ (القاهرة، دار نهضة الشرق للنشر والتوزيع، ، ٢٠٠٠م)
- ٢٠- لبنان هاتف الشامي، عبد الناصر جردان، العلاقات العامة في الإدارة ((المبادي والأسس العلمية))، المركز القومي للنشر، الأردن، ٢٠٠١م)
- ٢١- مصطفى يوسف كافي، العلاقات العامة وإدارة الأزمات والبراسم، ب ط (الأردن ، دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٥م)
- ٢٢- محمد عبدو حافظ، العلاقات العامة، ، ط١(المدينة: دار الفجر للتوزيع والنشر، ٢٠٠٦م)
- ٢٣- محمد بهجت كشك، العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية، ب ط (الإسكندرية، المكتب الجامع الحديث، ، ب ت)
- ٢٤- محمد عمر الطنوبي ، النتاجية الزراعية بين البحث العلمي والأرشاد ، ب ط (جامعة الاسكندرية ، منشأة المعارف للطباعة والنشر ، ١٩٩٥م)
- ٢٥- منذر عبد الحميد الضامن، أساسيات البحث العلمي، دار المسيرة للنشرة والطباعة، عمان، ط٢، ب ت.)
- ٢٦- محمد شفيق- الخطوات المنهجية لاعداد البحوث الاجتماعية - المكتب الجامعي الحديث ، مصر، ١٩٩٨م)
- ٢٧- منظمة المرأة العربية، جمهورية مصر العربية ط١،(القاهرة، ، ٢٠٠٧م)
- ٢٨- محمد المسعدي، القاموس الجديد، دمشق: د، ن، ١٩٧٣م.)

ثالثاً : الرسائل غير المنشورة

٢٩- أسماء محمد صالح: برامج الإرشاد الزراعي في تلفزيون السودان ودورها في تنمية وتطوير قدرات المزارعين – جامعة السودان – رسالة ماجستير غير منشورة – (٢٠١٢م).

٣٠- الطيب الأمين حامد التكيينة: وظيفة العلاقات العامة في تطوير التنمية الزراعية في السودان – جامعة أم درمان الإسلامية – قسم العلاقات العامة – رسالة ماجستير غير منشورة – (٢٠١٦م).

٣١- الحسن رزاق : صورة اسرائيل في الفضائيات الاخبارية العربية – رسالة دكتوراة في علوم الاعلام والاتصال السمعي والبصري غير منشورة- جامعة قسطنطينة - (٢٠١٦م)

٣٢- عمر علي محمد الأمين ، (مستقبل زراعة وري المحاصيل الغذائية بالمشاريع القومية)، رسالة دكتوراة غير منشورة ، جامعة الجزيرة ، معهد إدارة المياه ولري ، مدني ، (٢٠٠٦م)

٣٣- سارة فيصل يوسف محمد: فاعلية البرامج الزراعية في تلفزيون الجزيرة – جامعة الخرطوم – قسم الإعلام – رسالة ماجستير غير منشورة – (٢٠٠٨م)

٣٤- ميسون محمد أحمد ، اتجاهات الرأي العام لمزارعي الجزيرة نحو قانون (٢٠٠٥م) ، جامعة السودان العلوم والتكنولوجيا – كلية الدراسات العليا ، قسم العلاقات العامة ، رسالة ماجستير غير منشورة ، (٢٠١٦م)

٣٥- نجاه سليمان الخضر: العلاقات العامة ودورها في التنمية الزراعية في السودان – جامعة أم درمان الإسلامية – قسم العلاقات العامة – رسالة ماجستير غير منشورة – (٢٠١٦م).

رابعاً: المنشورات والدوريات

٣٦- مجلة دراسات محاسبية ومالية ، المشروعات الزراعية ، (المجلد السابع ،
العدد ١٨ ، الفصل الاول ، ٢٠١٢م)

المواقع الألكترونية

www.htt.almaany.clm- 37

4683/ Article/ paoar/www.sgy-38 تعزيز البحث العلمي لتطوير القطاع

الزراعي جامعة قابوس ، دائرة النشر العلمي والتواصل

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
جامعة افريقيا العالمية
عمادة الدراسات العليا
كلية الإعلام
قسم العلاقات العامة والإعلان

الأخ الكريم / الأخت الكريمة:

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

الموضوع : إستبانة

إشارة للموضوع أعلاه ، نرجو كريم تفضلكم بملء الإستمارة المرفقة والخاص
ببحث الطالب / ابوبكر ابراهيم موسى حسن لنيل درجة الماجستير بعنوان : ((فاعلية
العلاقات العامة في إنجاح أنشطة وبرامج المشروعات الزراعية)) بالتطبيق على
مشروع الجزيرة في الفترة ما بين (٢٠١٧ - ٢٠١٨م) . وذلك وفقاً لما لديكم من
معلومات تفيد البحث .

علما بأن المعلومات التي ستدلون بها ستكون لأغراض البحث العلمي فقط.

ولكم الشكر والتقدير،،،

المشرف الدكتور/ عباس أبكر محمد احمد

الباحث / ابوبكر ابراهيم موسى

ت - ٠٩١٨٤٦١٥٩٥

اولاً : البيانات الشخصية:

- س^١ - النوع : أ- ذكر ب - أنثى
- س^٢ - العمر: أ- : (٣٠-٢٠) عاماً ب- (٤٠-٣١) عاماً ج-) (٥٠-٤١) عاماً هـ- (٥١ عاماً- فأكثر)
- س^٣ - المستوى التعليمي : أ- ثانوي ب- جامعي ج- فوق الجامعي
- س^٤ - الحالة الإجتماعية : أ- متزوج ب- ارملة ج- مطلق د-
- عزب
- س^٥ - الوظيفة :

ثانياً - البيانات الموضوعية :

- س^٦ - هل توجد إدارة للعلاقات العامة بمشروع الجزيرة ؟
- أ- نعم ب- لا ج- لا أعلم
- س^٧ - اذا كانت اجابتك بنعم هل لها دور واضح في خدمة المشروع ؟
- أ- نعم ب- الى حد ما ج- لا هـ- لا أعلم .

س^٨ - الى اي مدى تستخدم إدارة العلاقات العامة في مشروع الجزيرة الوسائل التالية ؟

الرقم	الوسائل المستخدمة	دائماً	أحياناً	نادراً	لم تستخدم	لا أعلم
أ	التلفاز					
ب	الإذاعة					
ج	الصحف والمطبوعات					
د	الندوات					
هـ	مواقع التواصل					

س٩ - للعلاقات العامة بمشروع الجزيرة دور فاعل في القيام بالمهام التالية؟

الرقم	الدور الذي تمارسه العلاقات	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
أ	إجراء البحوث والدراسات					
ب	التواصل مع وسائل الإعلام ورصد مآثره					
ج	التواصل مع الجمهور الخارجي					
د	التنوير بالعمل للجمهورين بالمشروع					
هـ	القيام بالعمل الإستشاري بالإدارة					

س١٠ - نجحت العلاقات العامة بمشروع الجزيرة في أداء الوظائف التالية ؟

الرقم	الوظيفة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
أ	الاتصال					
ب	التنسيق					
ج	البروتوكول والمراسم					
د	الإعلام					
هـ	الإعلان والترويج					

س١- للعلاقات العامة دور كبير في نجاح مشروع الجزيرة؟

أ- أوافق بشدة ب- أوافق ج- محايد

د- لا أوافق هـ- لا أوافق بشدة

س٢- أسهمت العلاقات العامة في إيجاد علاقة قوية بين المشروع والمجتمع؟

أ- أوافق بشدة ب- أوافق ج- محايد

د- لا أوافق هـ- لا أوافق بشدة

س٣- تأثرت الصورة الذهنية للمشروع في الأونة الأخيرة بطريقة سلبية؟

أوافق بشدة ب- أوافق ج- محايد

د- لا أوافق هـ- لا أوافق بشدة

س٤- برأيك ما أكثر المشاكل التي تواجه عمل العلاقات العامة بمشروع الجزيرة؟

.....
.....
.....
.....
.....

س٥- مامقترحاتكم وارانكم لتطوير عمل العلاقات العامة بمشروع الجزيرة؟

.....
.....
.....
.....
.....

س٦- ما الدور الذي يمكن ان تقوم به العلاقات العامة في التوعية بالمشروع؟

.....
.....
.....
.....

