



جامعة اليرموك  
كلية الإعلام  
قسم الإذاعة والتلفزيون

الأنشطة الإتصالية للعلاقات العامة في السفارات العراقية وعلاقتها في تنمية السياسة  
الخارجية ( دراسة ميدانية )

"Public Relations communicative Activities in the Iraqi Embassies and  
their relations in developing the foreign policies"

Field study

إعداد

إحسان بادع علوان

2016938033

إشراف الاستاذ الدكتور

حاتم سليم العلوانة

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الاعلام

جامعة اليرموك/ كلية الاعلام

الفصل الثاني

2018 - 2017

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ  
عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ ﴿١٣﴾

[الحجرات:13]

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

## التفويض

أنا الباحث احسان بادع علوان الجبوري أفوض جامعة اليرموك بتزويد نسخ من رسالتي هذه التي تحمل عنوان " الأنشطة الإتصالية للعلاقات العامة في السفارات العراقية وعلاقتها في تنمية السياسة الخارجية".

التوقيع:

التاريخ:

© Arabic Digital Library-Yarmouk University


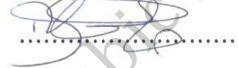

## قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة والموسومة بـ (الأنشطة الإتصالية للعلاقات العامة في السفارات العراقية

وعلاقتها في تنمية السياسة الخارجية (دراسة ميدانية))

أجيزت بتاريخ: 2018 / 5 / 10

وتكونت لجنة المناقشة من الأساتذة الميينة أسماؤهم تالياً:

التوقيع	الاسم
	د. حاتم سليم علاونة
	د. علاء الدين احمد خليفة الدليمي
	د. أحمد حسين محمدين

©

## الإهداء

إلى.....وطني عرفاناً ووفاءً حباً أبدياً

إلى..... ( والدي العزيز ) فخرًا واعتزازًا وتقديرًا

إلى.....التي زرعتني في الحياة بذرة

وسقتني من دما قطرة قطرة

إلى.....من ايمنها قبساً وصرها عوناً

أعز الناس حبيبي وقرّة عيني ( أمي الغالية ) أطال الله في عمرك

إلى..... من اشركهم في أمري وأشدد بهم أزري ( أخوتي الأعزاء )

إلى.....أخواتي العزيزات حفظهنّ الله

إلى.....من أزرتني بكل حرفا كتبته

إلى.....من عانت ألم الفراق

( زوجتي الغالية ) حباً ووفاءً

إلى.....أبني الغالي (بادع) وأبنتي الغالية (أساور) حفظهم الله لي.

إلى.....من قيل في حقهم (من علمني حرفاً ملكني عبداً)

أساتذتي الأفاضل.

## الشكر والثناء

الشكر لله والحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على خير خلق الله سيدنا ونبينا محمد بن عبدالله، (صلى الله عليه وسلم) وعلى اله واصحابه وسلم.

لا يسعني وأنا أنتهي من إعداد رسالتي، إلا أن أتقدم بجزيل شكري وامتناني إلى المشرف على رسالتي الدكتور (حاتم سليم علاونة) لتفضله بقبول الإشراف على رسالتي ولما بذله من جهد علمي كبير ولما أبداه من نصائح وتوجيهات قيمة أسهمت في إنجاز هذه الرسالة فجزاه الله عني كل خير.

وخالص الشكر والإمتنان الى الأساتذة الأفاضل أعضاء لجنة المناقشة المحترمين.

والشكر كل الشكر إلى صاحب الفضل الكبير الدكتور (علاء الدين احمد خليفة الدليمي) على كل ما بذله معي من مجهود ونصح وإرشاد منذ بداية مسيرتي العلمية في جامعة اليرموك العريقة، مني لك كل الإحترام والتقدير، كما وأتقدم باخالص الشكر والتقدير إلى محكمي الإستبانة الأساتذة الأفاضل.

ومن باب الوفاء والإعتزاز أقدم شكري وامتناني إلى والدي العزيز الدكتور ( بادع علوان الجبوري ) الذي شاركني أعباء الدراسة وهيئ لي ما أمكنه من أجواء دراسية ملائمة لحين إكتمال مسيرتي العلمية.

كما أتقدم بالشكر والعرفان إلى أساتذتي في كلية الاعلام في جامعة اليرموك لما قدموه لي وتزويدي بالعلم والمعرفة وتوجيهي بالعلم والمعرفة، وكل من ساهم في إخراج هذه الرسالة المتواضعة الى حيز الوجود.

## الباحث

## قائمة المحتويات

الصفحة	الموضوع
ب	الآية
ج	التفويض
د	قرار لجنة المناقشة
هـ	الإهداء
و	الشكر والثناء
ز	قائمة المحتويات
ط	قائمة الجداول
ي	قائمة الملاحق
ك	الملخص باللغة العربية
م	الملخص باللغة الانكليزية
1	الفصل الاول: الاطار المنهجي
1	المقدمة
3	مشكلة الدراسة
3	أهمية الدراسة
4	أهداف الدراسة
5	أسئلة الدراسة وفروضها
6	التعريفات الإصطلاحية والإجرائية للمتغيرات
7	النظرية(النماذج) المستخدمة
8	الدراسات السابقة
17	التعليق على الدراسات السابقة
18	نوع الدراسة ومنهجها

الصفحة	الموضوع
18	مجتمع الدراسة وعينتها
19	أداة الدراسة
19	إجراء الصدق والثبات
19	الأساليب الإحصائية
20	<b>الفصل الثاني: الإطار النظري</b>
21	المبحث الأول : مفهوم العلاقات العامة
38	المبحث الثاني: العلاقات العامة في الإدارات الحكومية
54	المبحث الثالث : مفهوم السياسة الخارجية
69	<b>الفصل الثالث: عرض ومناقشة النتائج</b>
69	عرض ومناقشة النتائج
85	أبرز النتائج
86	التوصيات
87	قائمة المصادر والمراجع
95	الملاحق

© Arabic Digital Library - Yarmouk University



## قائمة الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
1	معامل الاتساق الداخلي كزونباخ ألفا	65
2	توزيع أفراد العينة	66
3	الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد العينة عن الجوانب التنظيمية	70
4	الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد العينة عن الجوانب الإدارية	71
5	الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية عن الجزء الثالث من الاستبانة والذي يهدف للتعرف عن الأنشطة الاتصالية المستخدمة في السفارات	73
6	التكرارات والنسب المئوية لإجابات أفراد العينة	74
7	الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية للتعرف على الوسائل والأساليب الإتصالية المستخدمة في السفارات	76
8	الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية للتعرف الى استخدام الموظفين الوسائل وأساليب الإتصال داخل السفارة	78
9	الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية للتعرف على استخدام الموظفين لوسائل وأساليب الإتصال خارج السفارة	79
10	الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية للتعرف على أدوار أقسام العلاقات العامة في تنمية عمل السياسة الخارجية في السفارة	81
11	التكرارات والنسب المئوية لأفراد عينة الدراسة عن ممارسة وظيفة العلاقات العامة	82
12	الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية للتعرف على الصعوبات التي تواجه العاملين في دائرة العلاقات العامة	83

## قائمة الملاحق

الصفحة	عنوان الملحق
	ملحق رقم (1) : الإستبانة بصورتها النهائية
	ملحق رقم (2) : قائمة بأسماء المحكمين

© Arabic Digital Library - Yarmouk University

## المخلص

عنوان الرسالة: "الأنشطة الإتصالية للعلاقات العامة في السفارات العراقية وعلاقتها في تنمية السياسة الخارجية"

إعداد: إحسان بادع علوان

إشراف

د. حاتم سليم العلوانة

## ملخص

تهدف هذه الدراسة التعرف إلى واقع الأنشطة الإتصالية للعلاقات العامة في السفارات العراقية وعلاقتها في تنمية السياسة الخارجية، كما وهدفت إلى الكشف عن الجوانب التنظيمية والإدارية المستخدمة في إدارات العلاقات العامة في السفارات العراقية، والتعرف إلى الوسائل الإتصالية التي تستخدمها إدارات العلاقات العامة لتنفيذ أنشطتها وبرامجها الإتصالية في السفارات العراقية، والتعرف إلى أهداف الأنشطة الإتصالية وأساليبها التي تتبعها إدارات العلاقات العامة في السفارات العراقية، ولتحقيق الهدف من الدراسة أعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي، مستخدماً المسح الشامل، حيث تكونت عينة الدراسة من (150) ممارساً للعلاقات العامة في السفارات العراقية، وقد استخدم الباحث الإستبانة كأداة لجمع البيانات من أفراد عينة الدراسة، وكشفت الدراسة أن عدد أفراد العينة الذين أجابوا على الاستبانة (118) بينما (32) لم تكن استبانتهم صالحة للدراسة، وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج منها: أن نسبة (78.8) من أفراد العينة هم من الذكور، وأن نسبة (21.2) من الأنثى، كما وأظهرت الدراسة وجود درجة تقييم متوسطة في الجوانب التنظيمية والإدارية المستخدمة في إدارات العلاقات العامة في السفارات العراقية، كما وأظهرت الدراسة وجود درجة تقييم مرتفعة للإنشطة

الإتصالية التي تستخدمها إدارات العلاقات العامة لتنفيذ أنشطتها وبرامجها في السفارات، وأظهرت النتائج أن أعلى نسبة لإجابات أفراد عينة الدراسة كانت عن العبارة التي تنص على أن الأهداف واضحة ومحددة لممارسة أنشطة العلاقات العامة، وكانت بنسبة (61.0%) للإجابة (لا)، كما جاءت أعلى نسبة لإجابات أفراد عينة الدراسة عن العبارة التي تنص: تكفي الميزانية المخصصة لتغطية أنشطة العلاقات العامة وكانت بنسبة (70.3%) للإجابة (لا)، كما وأظهرت النتائج أن أعلى نسبة لإجابات أفراد عينة الدراسة عن ما الوسائل والأساليب الإتصالية التي تستخدمها دائرة العلاقات العامة في السفارات، كانت الهاتف الارضي أعلى نسبة وقد جاء بمتوسط حسابي (2.45)، ثم تلتها الأدلة الإرشادية ، بمتوسط حسابي (2.42)، وجود درجة متوسطة في أدوار أقسام العلاقات العامة في تنمية عمل السياسة الخارجية في السفارات العراقية، كما وأظهرت الدراسة وجود معوقات ومشاكل تواجه إدارة العلاقات العامة في السفارات العراقية، ثم تلتها الإزدواجية في إتخاذ القرارات، بنسبة (2.74).

الكلمات المفتاحية: العلاقات العامة، السياسة الخارجية، الأنشطة الإتصالية.

**Thesis Title: " communication activities of public relations at Iraqi embassies and their relation to foreign policy development"**

**Prepared by : Ehsan Badea' ALwan**

**supervision of**

**Dr. Hatem Salim Al-Alawneh**

**Abstract**

This study aims to identify the reality of the communication activities of the public relations at the Iraqi embassies and their relation to the development of the foreign policy, the organizational and administrative aspects used in the public relations departments at the Iraqi embassies, the communication means used by the public relations departments to implement their communication activities and programs at the Iraqi embassies, and the objectives and methods of the communication activities adopted by the public relations departments at the Iraqi embassies. To achieve the objective of the study, the researcher adopted the analytical, descriptive approach using the comprehensive survey; the study sample consisted of (150) employees practicing the public relations at the Iraqi embassies; the study revealed that the respondents who to the questionnaire (118)and (32) respondents were eligible for the study, the researcher used the questionnaire as a tool for data collection from the members of the study sample. The study concluded many points, some of which: (78.8) of the members of the sample were male, (21.2) of the sample was females, a medium assessment degree in the organizational and administrative aspects used in the public relations departments at the Iraqi embassies, a high assessment degree for the communication activities used by the public relations departments to implement their activities and programs in the embassies, the highest rate for the members of the study

sample was for the item stating " objectives of practicing the public relations activities are clear by (61.0%) for the answer (No), the highest rate for the answers of the members of the study sample regarding the item stating " the budget for covering the public relations activities is sufficient by (70.3%) for the answer(No), the highest ratio for the responses of the members of the study sample regarding the communication means and methods used by the public relations department at the embassies was for the landline by an arithmetic mean of (2.45) followed by the manuals by an arithmetic mean of (2.42), there is a medium degree for the roles of the public relations departments on developing the job of the foreign policy at the Iraqi embassies, and finally that there are obstacles and problems faced by the Public Relations department at the Iraqi embassies, by duplication of decision-making by (2.74).

**Keywords: public relations, Foreign Policy, communication activities.**

© Arabic Digital Library - Yarmouk University

## الفصل الأول

### الإطار المنهجي للدراسة

#### المقدمة:

أصبحت العلاقات العامة من أهم مكونات العملية الإدارية لأي مؤسسة أو منشأة حكومية أو خاصة، وباتت تواكب التطور السائد عالمياً في مختلف المجالات خاصة التكنولوجية منها في مجال الإتصال وتقنية المعلومات، وبالذات في العصر الراهن الذي لا غنى لأي منشأة فيه عن العلاقات العامة وعن انشطتها التي لها دور مهم من خلال جهود منظمة تعتمد على البحث والتخطيط والإتصال والتقييم وقياسات الرأي العام وكيفية التعامل معه بإيجابية، وكذلك في تحسين الصورة الذهنية وإدارة الأزمات بصورة علمية مدروسة وتهيئة أسباب الإنسجام والتوافق بين مصالح المنشأة والجماهير المتعاملة معها (الصوفي، 2004 : 5).

فالأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة تقوم بأدوارها المهمة في توطيد وتحسين صلات المنظمة بجماهيرها الداخلية والخارجية على حد سواء، وأن برامج وأنشطة العلاقات العامة يجب أن تكون بدايتها من داخل المنظمة من أجل تحقيقها لدرجة كبيرة من التفاعل فيما بين العاملين، وذلك من خلال اتخاذ السياسات التي تبرز أهمية الجانب الإنساني في التنظيم، كرفع الروح المعنوية وتحفيز الأفراد، وتوفير الظروف المناسبة للعمل، وتنميتها للشعور بالإنتماء، والزيادة في درجة الرضا عن العمل، وذلك من خلال معالجة المشكلات الإنسانية داخل التنظيم، أما فيما يخص الجمهور الخارجي فإن برامج العلاقات العامة تعمل على تحسين وتطوير الصورة الذهنية لدى الآخرين من خلال الإتصال (جودة، 2006 : 28).

ويعد الإتصال وسيلة فعالة من وسائل السياسة الخارجية للدول ويسعى إلى تحقيق أهداف السياسات الخارجية للنظام السياسي من خلال المؤسسات الإعلامية الموكلة اليها ممارسة

الإتصال كوكالات الأنباء العالمية ولاسيما الواسعة الإنتشار والصحف والمجلات، والاتصال المباشر بال جماهير من خلال النشرات الإعلامية والمؤتمرات وإقامة المعارض وتشجيع السياحة وتبادل الزيارات وأصبحت العلاقة بين الإتصال والسياسة الخارجية علاقة إرتباط وثيقة بحيث إن كلاً منهما يتداخل في الآخر ليشكل بعض أبعاده إن لم يكن أغلبها (الدليمي 2011: 231-232)

ويعد المشاقبة (2011: 97) الإتصال الدبلوماسي على أنه الرموز والرسائل المتبادلة المتأثرة بالنظام السياسي أو المؤثرة فيه وتقوم المؤسسات الاتصالية والإعلامية بتقديمها للجمهور، فيما عرفه سكديسون بأنه أي عملية نقل لرسالة يقصد بها التأثير على إستخدام السلطة والترويج لها في المجتمع، وعرفه محمد بن سعود بأنه النشاط السياسي الموجه الذي يقوم به الساسة وينقله الإعلاميون للجمهور ويعكس أهدافاً سياسية محددة تتعلق بقضايا البيئة السياسية وتؤثر في الحكومة أو الرأي العام أو الحياة الشخصية للأفراد والشعوب من خلال وسائل الإتصال المتعددة.

فعملية الإتصال بال جماهير الخارجية من أهم المهام المرتبطة بالعمل الدبلوماسي، وهكذا فإن العمل الدبلوماسي أصبح مرتبطاً بالعمل الإعلامي (البخاري، 2010: 3). ومن جانب آخر يتأثر دور العلاقات العامة تأثراً واضحاً بالمتغيرات الداخلية والخارجية للمنظمة مما يدعونا إلى قياس طبيعة ومدى هذا التأثير على وظيفة العلاقات العامة في القطاع الدبلوماسي خاصة في ظل تطور المنظمات الدبلوماسية وذلك بحدوث ثورة التكنولوجيا والعلم الحديث وإنتشارها في كافة أنحاء العالم (عبدالفتاح، 2014، 144).

وتتصدى الدراسة الحالية للباحث عن أدوار وأساليب الأنشطة الإتصالية للعلاقات العامة في السفارات العراقية والتي تتمثل بعقد الندوات والمؤتمرات والمهرجان والحفلات والإعلانات التي من شأنها أن تنمي السياسة الخارجية للعراق والوقوف على المشاكل التي تواجهها .



## مشكلة الدراسة:

ينصب الإهتمام في السفارات العراقية على ضرورة الإرتقاء بجودة العمل الدبلوماسي وذلك بغية تحقيق أهداف القطاع الدبلوماسي في تدعيم العلاقات الدولية وتنمية السياسة الخارجية.

وتتمثل مشكلة الدراسة البحث في الأنشطة الإتصالية وأساليبها وأهدافها التي تقوم بها العلاقات العامة في السفارات العراقية في تدعيم صورة العراق الخارجية بإعتبارها المصدر الرئيسي لتدعيم الصورة الذهنية لدى الجمهور على المستوى الخارجي وضبط علاقات العمل وتحديدها.

## أهمية الدراسة:

تتبع أهمية هذه الدراسة في ضوء الإعتبارات التالية.

**الهدف العلمي:** تكمن الأهمية العلمية في أنها تضيف إلى أدبيات العلاقات العامة ما يسهم في إثراء التراكم المعرفي في هذا المجال وتسعى الى رصد الأهداف والأنشطة الإتصالية التي تقوم بها إدارات العلاقات العامة في السفارات العراقية لتنمية السياسة الخارجية للعراق العراقية. إضافة الى أنها تقدم صورة عن واقع إدارات العلاقات العامة في السفارات العراقية أنشطتها الإتصالية.

**الهدف العملي:** تساعد الدراسة ونتائجها الجهات المختصة في إستثمارها لتطوير اليات عملها لمواكبة التطورات العملية وإكتساب الجودة الشاملة في توظيف العلاقات العامة. إضافة إلى أنها تلفت أنتباه المسؤولين في دوائر العلاقات العامة الخارجية إلى الأهمية الكبيرة لوظيفة العلاقات العامة بغية تطور هذه الأنشطة وفق الرؤى العلمية المطروحة في الدراسة لتؤدي دورها الإتصالي المنشود.

## أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف إلى واقع الأنشطة الإتصالية للعلاقات العامة في السفارات

العراقية وعلاقتها في تنمية السياسة الخارجية ويتفرع عنه الأهداف التالية:

- الكشف عن الجوانب التنظيمية والإدارية المستخدمة في إدارات العلاقات العامة في السفارات العراقية.

- التعرف إلى الوسائل الإتصالية التي تستخدمها إدارات العلاقات العامة لتنفيذ أنشطتها وبرامجها الإتصالية في السفارات العراقية.

- التعرف إلى أهداف الأنشطة الإتصالية وأساليبها التي تتبعها إدارات العلاقات العامة في السفارات العراقية.

- التعرف إلى مدى نجاح الأساليب التي تتبعها إدارات العلاقات العامة في تبني قضايا المجتمع العراقي في خارج البلد من خلال السفارات العراقية.

- التعرف إلى المهارات الإتصالية المتوفرة لدى ممارسي إدارات العلاقات العامة في السفارات العراقية.

- التعرف إلى أدوار أقسام العلاقات العامة في تنمية عمل السياسة الخارجية في السفارات العراقية.

- قياس مدى الأنشطة الإتصالية لتنشيط عمل السياسة الخارجية في السفارات العراقية.

- بيان المعوقات والمشكلات التي تواجه إدارات العلاقات العامة في السفارات.

## أسئلة الدراسة وفروضها:

تتوعد أسئلة الدراسة وفرضياتها من خلال التعرف على خصائص العاملين في المجال

الإعلامي وفي تقييم الأنشطة الإتصالية في السفارات العراقية وعلى النحو الآتي:

### أسئلة الدراسة:

1. ما الجوانب التنظيمية والإدارية المستخدمة في إدارات العلاقات العامة في السفارات العراقية؟
2. ما الأنشطة الإتصالية التي تستخدمها إدارات العلاقات العامة لتنفيذ أنشطتها وبرامجها في السفارات؟
3. مدى فعالية ونجاح الأساليب التي تتبعها إدارات العلاقات العامة في السفارات العراقية؟
4. ما المهارات الإتصالية المتوافرة لدى ممارسي إدارات العلاقات العامة في السفارات العراقية؟
5. ما أدوار اقسام العلاقات العامة في تنمية عمل السياسة الخارجية في السفارات العراقية؟
6. ماهي مديات تجسيد الأنشطة الإتصالية لتنشيط عمل السياسة الخارجية في السفارات العراقية؟
7. ماهي المعوقات والمشاكل التي تواجه إدارات العلاقات العامة في السفارات العراقية؟

### فرض إحصائي:

هناك علاقة إرتباطية بين الأنشطة الإتصالية في إدارات العلاقات العامة في السفارات العراقية وممارسي أنشطة العلاقات العامة تعزى للسماات الديموغرافية ( المستوى التعليمي، اللغة، دورات تدريبية، عدد سنوات الخبرة، النوع الاجتماعي، السن، الوظيفة، التخصص الأكاديمي )

## التعريفات الاصطلاحية والإجرائية للمتغيرات

### العلاقات العامة:

فقد عرفت الجمعية الأمريكية للعلاقات العامة على أنها: "وحدة إدارية متخصصة تقوم بتقديم خطط وبرامج لإدارة المؤسسة، تتعلق بالعلاقات بين المؤسسة والرأي العام، من أفراد وإتجاهات وسلوك سواء لمن هم خارج المؤسسة أو داخلها، محللةً سياسة المؤسسة وإجراءاتها لتلائم حاجات جماهيرها ومنفعة المجتمع، كما تؤمن وسائل الإتصال بين الإدارة ومحيطها لتبادل المعلومات وتوحيد الرؤية، كما تسعى لتصحيح الأفكار والمعتقدات والسلوك داخل المؤسسة أو خارجها محققة الصالح العام، وأخيراً لا بد أن تسعى لتجديد وإدامة علاقات المؤسسة بجماهيرها" (زويلف والقطامين، 1999).

### الأنشطة الإتصالية:

الأنشطة الإتصالية هي جميع ما تقوم به العلاقات العامة في إيصال رسالتها على جماهيرها عبر وسائل الإتصال المختلفة من وظائف وفعاليات مستخدمة وسائل الإتصال بأنواعها بهدف التأثير الإيجابي وخلق صورة ذهنية طيبة لدى الرأي العام الجماهيري، " (دره والمجالي، 2013: 221-225).

### السياسة الخارجية:

مجموعة التصرفات السلطوية التي تتخذها أو تلتزم بإتخاذها الحكومات إما للمحافظة على الجوانب المرغوب فيها في البيئة الدولية، أو لتغيير الجوانب غير المرغوبة" (سليم، 1998: 8).

## النظرية (النماذج) المستخدمة:

نموذج العلاقات العامة المتناسق بالإتجاهين (Two-way Asymmetric "PR" Model).

تهدف العلاقات العامة في هذا النموذج إلى " جعل الإتصال إتصالاً في إتجاهين، وتشجيع الحوار بين المنظمة والجمهور. ويتضمن تبادلاً في الآراء والأفكار بين الطرفين مما قد يؤدي إلى تغيير في اتجاهات وسلوك الطرفين... فالهدف هو التفاهم المشترك (درة، والمجالي 2013: 40-93).

ولذلك يركز هذا النموذج على بناء علاقات إستراتيجية مع الجماهير تعتمد على الفهم المتبادل والإتصال الفعال في إتجاهين بدلاً من الإعتماد على إستراتيجيات الإقناع في إتجاه واحد.

و يطبق هذا النموذج في المنظمات ذات المنفعة العامة. وهذا ما يوضح الدور المطلوب القيام به من قبل العلاقات العامة في أفضل صورها، وعند تطبيق هذا النموذج يمكن إدارة العلاقات العامة من القيام بمهمتها الأساسية Task في تحقيق التفاهم والإنسجام بين المنظمة وجماهيرها الداخلية والخارجية. (الجمال، و عياد، 2005: 51-53).

## نموذج العلاقات العامة غير المتناسق بإتجاهين

تعتمد على الإتصال في إتجاهين، من المنظمة إلى جمهورها (الداخلي والخارجي)، ومن الجمهور إلى المنظمة، وينحصر الهدف الأساسي للعلاقات العامة بالإقناع المخطط المبني على أسس علمية، وذلك لإقناع الجماهير المعنية بنشاط المنظمة، وتحويل هذا الإقناع إلى سلوك مؤيد للمنظمة.

وعملية الإتصال في هذا النموذج غير متوازنة، حيث تحاول العلاقات العامة التأثير على الجمهور وإقناعه لمصلحة المنظمة، دون أن تحاول هي تعديل سياساتها وبرامجها إستجابة لآراء ورغبات الجماهير، ولكي تحقق العلاقات العامة هذا الهدف فإنها تقوم بإعداد خططها وبرامجها بشكل دقيق معتمدة على أسس علمية كما تستخدم البحث التقييمي الذي يهدف إلى قياس أثر جهود برامج العلاقات العامة في إتجاهات الجماهير وسلوكها (الجمال، و عياد 2005، 35-51).

## الدراسات السابقة:

بالرجوع إلى الدراسات السابقة التي تتعلق بموضوع الأنشطة الإتصالية للعلاقات العامة

كان هناك ندرة في الدراسات التي تناولت النشاط الإتصالي للعلاقات العامة في السفارات.

### أولاً: الدراسات باللغة العربية:

دراسة عدي (2015) بعنوان: "الأنشطة الإتصالية لممارسي العلاقات العامة في

### المنظمات غير الحكومية".

هدفت الدراسة إلى توضيح الأنشطة الإتصالية التي يقوم بها ممارسي العلاقات العامة

في المنظمات الدولية غير الحكومية في الأردن وما يتعلق بها من عمليات إداريه (مثل: البحث،

التخطيط التنظيم، الرقابة، التمويل، التقييم) من خلال المنهج المسحي، وتكون مجتمع الدراسة من

جميع ممارسو العلاقات العامة في المنظمات غير الحكومية العاملة في الاردن والبالغ عددهم

(53) المفردة، وفق أسلوب الحصر الشامل، عن طريق أداتين الإستبانة والمقابلة. وقد أشارت

نتائج الدراسة عن أهمية دور العلاقات العامة في رسم صورة ذهنية طيبة عن المنظمة لدى

جماهيرها وزيادة الوعي لديهم، وأظهرت النتائج وجود تنوع في وسائل الإتصال المستخدمة

للوصول إلى الجماهير المستهدفة، وكانت أكثر الوسائل استخداماً هي (الهاتف، البريد

الإلكتروني، الإنترنت، مواقع التواصل الإجتماعي، البيانات الصحفية).

دراسة الطاهر(2014) بعنوان: "دور العلاقات العامة في تحسين صورة السودان لدى

### العالم الخارجي"

تناولت هذه الدراسة العلاقات العامة بوزارة الخارجية السودانية ودورها في تحسين

صورة السودان الذهنية لدى العالم الخارجي، وهدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن الأسباب التي

تؤثر على الصورة الذهنية للسودان سلباً أو ايجاباً، وإعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي

التحليلي، وتكون مجتمع الدراسة من وزارة الخارجية السودانية بالإضافة إلى السفارات والبعثات الأجنبية المقيمة في السودان، وحدد الباحث عينته التي تتمثل في العاملين بجميع الإدارات ذات العلاقة بالعلاقات العامة في الوزارة والبالغ عددهم (36) فرداً بالإضافة الى أخذ عينة من العاملين في السفارات والبعثات الأجنبية المقيمة في السودان وكان عددهم (72) فرداً، وبينت الدراسة أن الفضائية السودانية من أكثر الوسائل الإعلامية السودانية التي تقدم برامج تساعد في تحسين الصورة السودانية الذهنية كذلك توصلت إلى أن دعوة الصحفيين وإعلامهم بالصورة الحقيقية عن السودان حتى تنقل هذه الصورة إلى بلدانهم وأظهرت الدراسة أن الفقر والحروب الداخلية أثرت بدرجة عالية جداً في تشويه صورة السودان.

دراسة عاشور (2014) بعنوان: "الأنشطة الإتصالية لأجهزة العلاقات العامة في

المنظمات الدولية".

هدفت الدراسة إلى التعرف إلى طبيعة الأنشطة الإتصالية وأسلوب عمل وفعالية البرامج والمشاكل التي تواجه العلاقات العامة في المنظمات الدولية في الأردن، وإعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي باستخدام أدواتي الإستبانة والمقابلة، وتكون مجتمع الدراسة من جميع العاملين في مجال العلاقات العامة في المنظمات الدولية في الأردن البالغ عددهم (10) منظمات، وفق أسلوب الحصر الشامل ومن أبرز نتائج الدراسة، أجادة العاملين في العلاقات العامة في المنظمات الدولية في الأردن للغة ثانية غير لغتهم الأم (العربية) فأصبحت اللغة الثانية ضرورة عمل في المنظمات الدولية ، وبينت الدراسة أن هناك ضوابط صارمة من قبل إدارة المنظمة على المواد التي تنشر على وسائل الإعلام، وكذلك تندي مستوى إلمام الموظف ببرامج العلاقات العامة في المنظمة، وأن العاملين في مجال العلاقات العامة من المؤهلين علمياً بشكل جيد، حيث كان جميع أفراد العينة ممن يحملون درجة الماجستير، وأن استخدام خبراء مشهود بكفاءتهم العالية في العلاقات العامة، وبناء علاقات جيدة مع المؤسسات الإعلامية في الأردن من قبل ممارسي العلاقات العامة.

دراسة الخوادة (2013) بعنوان: الأنشطة الإتصالية للعلاقات العامة في وزارة

الخارجية الأردنية.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف إلى دور الأنشطة الإتصالية في وزارة الخارجية الأردنية في خلق حالة من التواصل بينها وبين الجمهور الداخلي والخارجي، وبيان دور النشاط الإتصالي لهذه الأقسام ومدى تحقيق الأهداف المرجوة منها والوقوف على الصعوبات التي تواجه العلاقة العامة في الوزارة، وقد قام الباحث بإجراء دراسة مسحية من خلال إستخدامه للنموذج المتوازن ذو الإتجاهين والعينة العمدية على أفراد الدراسة، وقد توصلت الدراسة إلى أبرز النتائج: إن نسبة 60% من أفراد عينة الدراسة هم من الذكور وأن نسبة 40% من الإناث. أما أكثر الوسائل تفاعلاً مع جمهور الوزارة هو وسيلة البريد الإلكتروني وهذا ما وضحته النتائج المبينة في الدراسة. بينما المسموح هو أقل الوسائل تفاعلاً مع الجمهور.

دراسة الخفاجي (2013) بعنوان: إستخدامات موظفي السفارات العراقية لتقنيات

الإتصال الحديث.

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة إستخدامات موظفي السفارات العراقية لتقنيات الإتصال الحديثة، وأستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، وتكون مجتمع الدراسة من جميع العاملين في السفارات العراقية، ونظراً لصعوبة الوصول إلى مجتمع الدراسة قام الباحث بأخذ عينة عشوائية مكونة من (150) عامل وعاملة لدى السفارات العراقية، و بينت الدراسة وجود علاقة لإستخدامات موظفي السفارات العراقية لتقنيات الإتصال الحديثة (تقنيات الإتصال الحديثة) ووجود علاقة لإستخدامات موظفي السفارات العراقية لتقنيات الإتصال الحديثة (الحاجات الإتصالية المميزة لجمهور موظفي السفارات العراقية) ورضا العاملين في السفارات العراقية، وتوجد علاقة في مستوى رضا العاملين في السفارات العراقية لدور العلاقات العامة في السفارات العراقية تعزى إلى متغير (الخبرة في السلك الدبلوماسي)



دراسة فاطمة (2013) بعنوان "أثر العلاقات العامة في القطاع الدبلوماسي، دراسة

تطبيقية على السفارة المصرية بالخرطوم".

هدفت الدراسة إلى التعرف إلى الدور الذي تلعبه العلاقات العامة في دعم العمل الدبلوماسي في السفارات والقنصليات العامة لمختلف الدول، حيث قامت الباحثة بإستخدام المنهج المسحي، والإستبيان كأداة رئيسية للدراسة التي أعدتها، وتوصلت الدراسة إلى إختيار كادر بشري مؤهل علمياً وثقافياً لإدارة العلاقات العامة، كذلك أثبتت أن التقيد بالبروتوكول له دور هام في نجاح العمل الدبلوماسي، وتوصلت إلى أن التنسيق بين العمل الدبلوماسي والعلاقات العامة له دور إيجابي.

دراسة عابدين (2012) بعنوان: دور العلاقات العامة في تعزيز العمل الدبلوماسي في

السودان بالتطبيق على وزارة الخارجية".

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور العلاقات العامة في دعم العمل الدبلوماسي بالسودان بالتطبيق على وزارة الخارجية السودانية، وإستخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي، تكون مجتمع الدراسة من العاملون والدبلوماسيون (السفراء) وأخرون بإدارات مختلفة في وزارة الخارجية، وتكونت العينة من العاملين في إدارة العلاقات العامة وسفراء والبالغ عددهم (43) مبحوثاً، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة إنها أثبتت عدم وجود إدارة متخصصة للعلاقات العامة بوزارة الخارجية فهي قسم صغير يتبع لإدارة المراسم وتقدم خدمات مراسميه ضمن نشاط إدارة المراسم بشقيها الحصانات والتشريفات وأكدت الدراسة إنَّ العلاقات العامة بوزارة الخارجية تسهم في تدعيم سياسة السودان الخارجية عبر الدبلوماسية بموافقة غالبية أفراد العينة ، وبينت الدراسة بأن غالبية أفراد العينة يتفقون على وجود عوائق لعمل العلاقات العامة بالوزارة وأهم هذه العوائق ضعف الإمكانيات المادية ونقص الكوادر المؤهلة وتداخل الإختصاصات.

دراسة هاني (2011) "تقييم الوظيفة الإعلامية للسفارات العراقية دراسة مسحية

وصفية".

هدفت الدراسة للتعرف إلى واقع العمل الإعلامي في السفارات العراقية في دول العالم، وقد استخدم الباحث لتحقيق أغراض دراسته المنهج الوصفي، وتكون مجتمع الدراسة من (72) سفارة عراقية تتوزع على ست قارات في العالم، واستخدم طريقة العينة الطبقية العشوائية مثلت مختلف قارات العالم الست التي تنتشر فيها 72 سفارة عراقية يعمل فيها ما تقديره 216 موظفاً، وتوصلت الدراسة إلى أهم النتائج إن أهمية الاتصال المواجهي من وجهة نظر العاملين في السفارات هو الإتصال الذي يعتمد على اللقاءات الشخصية المباشرة بين الأفراد والجماعات، وأن هناك عقبات ومشكلات يواجهها الإعلاميون في السفارات العراقية تمثلت في عدم كفاية الموازنات المالية، وأن نسبة (20%) فقط من العاملين في السفارات يحملون مؤهلات علمية في الإعلام.

دراسة دياب (2010) بعنوان: "دور العلاقات العامة في القطاع الدبلوماسي"

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف إلى الجوانب التنظيمية والإدارية ووسائل الإتصال المستخدمة من قبل إدارة العلاقات في القطاعات الدبلوماسية والقائمين بالاتصال، وإعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح الميداني الذي تم تطبيقه على 50 مفردة شملت 50 سفارة عربية وأجنبية داخل جمهورية مصر العربية، وقد استخدم الباحث المنهج المقارن بوصفه من المناهج المساعدة في إجراء مقارنات كمية وكيفية بين مجتمع الدراسة، وتوصلت الدراسة إلى أهم النتائج إلى أن المبحوثين أكدوا على أن العلاقات العامة هي همزة الوصل بين السفارة والجمهور الخارجي. وأن استخدام إستراتيجيات الدبلوماسية الإعلامية في إدارات العلاقات العامة بالسفارات تعتبر الذراع الأيمن للسياسة الخارجية للدول وبالتالي لا تبخل عليها بأي مبلغ مادي مهما تكن ميزانيتها.

دراسة عتوم (2010) بعنوان: "أهمية الأنشطة الإتصالية في عمل العلاقات العامة، في

الوزارات الأردنية.

هدفت هذه الدراسة للتعرف إلى واقع عمل العلاقات العامة في الوزارات الأردنية ومدى قيامها بالأنشطة الإتصالية، وإستخدمت الدراسة العينة العشوائية والمكونة من 104 موظفين وإداريين في مراكز الوزارات الأردنية، وقد توصلت الدراسة إلى أن توافر الصفات والخصائص والمواصفات (الصفات الشخصية المحبوبة، وخصائص القدرات الإتصالية، ومواصفات المستوى العلمي، والصفات التكميلية) لدى العاملين في إدارة العلاقات العامة والإعلام في الوزارة للقيام بالأنشطة الإتصالية، وأن إدارة العلاقات العامة والإعلام تستخدم في أنشطتها الإتصالية مع جمهور الوزارة الوسائل الإتصالية والتي تشتمل على: الإتصال الشخصي المباشر، والإتصال الشخصي غير المباشر، والوسائل الإلكترونية، ووسائل الإتصال الجماهيري، وتوافر أهداف ووظائف لإدارة العلاقات في الوزارة وبدرجة توافر عالية.

© Arabic Digital Library - Yarmouk University

ثانياً: الدراسات باللغة الأجنبية:

### دراسة مجموعة من الباحثين (2007) "The Embassy of the future"

تمحورت مشكلة الدراسة في أن الوجود الأمريكي في الخارج، سواء كان هذا الوجود عسكرياً أو دبلوماسياً، فإنه حمل الكثير من أوجه النجاح والفشل، ولا بد من تطوير أداء سفارات الولايات المتحدة الأمريكية في المستقبل القريب، بهدف الوصول الى أبكر قاعدة جماهيرية في الدول المضيفة لتلك السفارات، والدراسة أعتمدت على الوصف والتحليل التاريخي. وحاولت هذه الدراسة أن تقدم رؤياً عامة لدور السفارات الأمريكية والعاملين والدبلوماسيين في تقديم صورة الولايات المتحدة أكثر أبداعية بعد إحدى وعشرون سنة من الان، وتقترح وضع خطة يمكن الجمع من خلالها بين الأداء الجيد للدبلوماسيين الأمريكيين والسفارات الأمريكية في العالم دون الاخلال بالضرورات الاساسية والمتطلبات الأمنية، وتوصلت الدراسة الى الأستثمار في الناس ويقصد بيها رفع كفاءة الموظفين وأختيار الرجل المناسب لأدارة السفارة، والدمج بين التكنولوجيا وطريقة أدارة الاعمال، وتوسع أطر المعرفة ونطاق تبادل المعلومات.

### دراسة (Semenz,2009)

#### "Co, orientation of the public Relations Role within the public sector"

هدفت هذه الدراسة التعرف على دور العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية وعلاقتها بالجمهور، حيث تم اجراء هذه الدراسة على سبع شركات حكومية وكذلك دور الموظفين في العلاقات العامة فيها، واستخدم الباحث الدراسات الاستقصائية والاستبانة والمقابلات الشخصية، وتوصلت الدراسة الى النتائج هي ترى عينة الدراسة ان دور العلاقات العامة هو وظيفة ادارية بينما يرى موظفوها ان دورهم هو الاتصال المتبادل بين المؤسسة والجمهور، ويرى المسؤولون في المؤسسة ان دور العلاقات العامة يقوم على جمع المعلومات وتوزيعها للجماهير بالوسائل الاعلامية المختلفة، ومن وجهة نظر الادارة العليا فان العلاقات العامة لها دور كبير في تشكيل وصناعة القرار في المؤسسة، وتقوم الادارة العليا باستخدام موظفي العلاقات العامة لنشر المعلومات نيابة عنهم.

دراسة (Diaz, et al, 2009) بعنوان

### "practitioners of public Relations in national cultures "

هدفت هذه الدراسة إلى تقييم درجة النجاح في المهام الدولية للمحترفين في العلاقات العامة في كل من الولايات المتحدة الأمريكية وجنوب افريقيا، وتحديد تأثير الثقافة التنظيمية والوطنية التي قد تظهر خبرات الممارسين وقد استخدمت الدراسة منهج التحليل الكمي للبيانات المجمعة من عينة الدراسة البالغ عددها 47 ممارس للعلاقات العامة من جنوب افريقيا و 80 ممارس من أمريكا.

وتوصلت النتائج إلى أن هناك (90) ممارس لا يمتلكون أي خبرة دولية (30 من جنوب أفريقيا، 60 من الولايات المتحدة)، بينما (37) ممارس يمتلكون خبرات في المهام الدولية (17 من جنوب أفريقيا، 20 من الولايات المتحدة ) وأفاد (35%) من عين جنوب أفريقيا بأنهم على استعداد للقيام بالمهام الدولية ، بينما أفاد(45) من الولايات المتحدة بذلك.

دراسة (Michaelson & Macleod, 2007) بعنوان

### "The Application of Best Practices in Public Relations Measurement and Evaluation Systems "

تناولت هذه الدراسة مجموعة من التطبيقات لقياس وتقييم أنظمة العلاقات العامة للوصول إلى ممارسة أفضل وأهمية ذلك في خلق وإنجاح برامج العلاقات العامة، وطبقت هذه الدراسة على مجموعة من الشركات الأمريكية، وأظهرت نتائج الدراسة إنه يوجد مفهوم بسيط لدى ممارسي العلاقات العامة حول الأساليب الأفضل في تصميم وتنفيذ نظام فعال لقياس وتقييم الأداء في مجال العلاقات العامة، كما قدمت الدراسة سلسلة من العمليات والإجراءات والدراسات التي ينبغي تطبيقها عند تصميم برامج العلاقات العامة مما يساهم في الوصول إلى ممارسة عملية أفضل لأنشطة العلاقات العامة.

## "University Public Relations and Employee Morale"

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف إتجاهات موظفي العلاقات العامة في ثلاث جامعات عامة في الولايات المتحدة الامريكية وبالتحديد في ولاية Minneota وأنشطتهم، إستخدم الباحث المنهج النوعي المقابلات المفتوحة وأسلوب الملاحظة، وتوصل الباحث إلى: أن تكون الإدارة جديرة بالثقة ومخلصة في عملها القيادي لصالح المؤسسة في المجتمع، وأن يمثل المسؤول ثقافة المؤسسة التعليمية التي تشجع الموظفين على التعاون في العمل على كل المستويات بطريقة ودودة وذات معنى، ويجب على المؤسسة أن تشجع ثقافة التحفيز والتشجيع لمكافأة الموظف النشيط، وعلى كل مؤسسة أن يكون لديها ميثاق أخلاقي يعكس ثقافة المؤسسة مع الحرص على تطبيقه من قبل أعضائها، وأوصت الدراسة بضرورة الإلتقاء ما بين الإدارة العليا ومديري العلاقات العامة لمتابعة الإهتمام بقضايا أخلاقيات موظفي العلاقات العامة.

© Arabic Digital Library - Yarmouk University

## التعليق على الدراسات السابقة:

من خلال إستعراض الدراسات السابقة ودراسة الباحث الحالية يتضح أنها:

1. إتفقت دراستي مع دراسة (خوالدة، 2013) من حيث النظرية المستخدمة والمنهج.
2. وتشابهت مع دراسة (هاني، 2011) في مجتمع الدراسة
3. بالإضافة إلى توافق هذه الدراسة مع دراسة (فاطمة، 2013) و (خوالدة، 2013) و(ودياب، 2010) ودراسة (الطاهر، 2014) بإستخدامها المنهج المسح الميداني.
4. وتختلف دراستي بأنها تتناول السفارات العراقية وتتطرق إلى دراسة ممارسي العلاقات العامة في حين تناولت الدراسات السابقة العلاقات العامة في الجامعات والوزارات بعيداً عن دور العلاقات في السفارات مثل دراسة (عاشور، 2014) و (عتوم، 2010) .
5. إستفاد الباحث من خلال إطلاعها على الدراسات السابقة ، بصياغة وتحديد مشكلة وأهداف وأسئلة الدراسة، والمنهج البحثي المستخدم فيها، حتى لا تكون دراسته شبيهة لغيرها من الدراسات.

© Arabic Digital Library - Farhan University

## نوع الدراسة ومنهجها:

تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تتجه إلى وصف ما هو كائن وتفسيره والتعرف إلى معتقدات وإتجاهات وممارسات الأفراد والجماعات من خلال جمع المعلومات والتعبير عنها كماً وكيفاً، كما تهتم الدراسات الوصفية بتحديد الظروف والعلاقات التي تحيط بالأحداث والوقائع (عمر، 2002: ص210)

وتستعين الدراسة بالمنهج المسحي لجمع البيانات، حيث يعتبر من أكثر المناهج إستخداماً في قياس البحوث الإجتماعية التطبيقية، فهو يمكن الباحثين من الحصول على قدر كبير من المعلومات والبيانات الكمية أو الرقمية التي يمكن تحليلها إحصائياً ثم الوصول إلى درجة عالية من الدقة (بدر، 2008: ص 173 )

## مجتمع الدراسة وعينتها :

يتألف مجتمع الدراسة من ممارسي العلاقات العامة وفق أسلوب الحصر الشامل، ويتم هذا الإسلوب من خلال جمع البيانات اللازمة للدراسة من جميع الحالات "مفردات البحث" المطلوب إجراء الدراسة بشأنه ويتم اللجوء إلى هذا الإسلوب عندما يكون مجتمع البحث صغيراً ومحدد ويسهل حصره حصراً شاملاً (غباري، 2013: ص38).

لذلك اختار الباحث أسلوب الحصر الشامل لمجتمع الدراسة نظراً لصغر حجم المجتمع.

## أما عينة الدراسة:

تم إستخدام الحصر الشامل لممارسي العلاقات العامة في السفارات العراقية والبالغ عددهم

(150) ممارس من الذكور والإناث، موزعين على (72) سفارة في ست قارات، حيث اجاب

(118) مفردة على الاستبانة، واهمل (32) مفردة الاجابة على الاستبانة.



## أداة الدراسة:

قام الباحث بإستخدام الإستبانة أداة لجمع المعلومات بطريقة المسح الشامل على ممارسي العلاقات العامة في السفارات العراقية في الخارج لقياس أهمية الأنشطة الإتصالية في العلاقات العامة، والتي سيتم بناؤها لأغراض هذه الدراسة والتي سيتم توزيعها على ثلاث مجالات كالآتي:-

**المجال الأول:** الأنشطة الإتصالية.

**المجال الثاني:** المهارات الإتصالية.

**المجال الثالث:** الوسائل الإتصالية المستخدمة.

## إجراءات الصدق والثبات:

من الخصائص الأساسية المميزة لأداة القياس هو الصدق الذي يعرف بأنه المدى الذي تقيس فيه الأداة الصفة المراد قياسها، بمعنى آخر هل إن أداة القياس تقيس الخصائص والصفات المراد قياسها (النعيمة والبياتي وخليفة، 2009).

قام الباحث بإختبار صدق الإستبانة من خلال مجموعة من المتخصصين الأكاديميين ذوي الخبرة الطويلة في الممارسات البحثية الميدانية في مجال الإعلام، من أجل التأكد من أن فقرات الإستبانة تتضمن جميع المتغيرات والجوانب والأبعاد التي ترتبط بالمشكلة البحثية وكذلك مدى توافقها مع تساؤلات البحث وأهدافه.

حيث قام الباحث بعرض الاستبانة على خمسة مختصين في مجال الاعلام.

## ثبات الأداة:

قام الباحث بإستخراج إختبار ثبات الأداة من خلال عرض الإستبانة على عينة صغيرة من ممارسي العلاقات العامة في السفارات العراقية ، ثم إعادة تطبيق الإستبانة عليهم بعد تطبيقها في المرة الأولى، وسيتم التحقق من صدق الأداة بإختبار Test –retest.

## الأساليب الإحصائية:

تم إستخدام الأساليب الإحصائية التي تقيّد البحث وتحليل المعلومات وخصوصاً التكرارات والنسب المئوية، ومعامل ارتباط بيرسون للتحقق من ثبات أداة الدراسة. وتم إستخدام مربع كاي لمعرفة الفروق في إتجاهات المبحوثين تجاه بعض جوانب العمل الإعلامي في السفارات العراقية.

## الفصل الثاني

### الإطار النظري للدراسة

يتناول هذا الفصل الإطار النظري للدراسة ويقدم عرضاً موجزاً لمتغيرات الدراسة من خلال ثلاثة مباحث رئيسية مقسمة كالآتي:

**1-المبحث الأول:** مفهوم العلاقات العامة، أهداف العلاقات العامة، وظائف العلاقات العامة، خصائص وصفات العاملين في العلاقات العامة، الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة، أنواع الإتصال.

**2.المبحث الثاني:** العلاقات العامة الحكومية، أهداف العلاقات العامة في الإدارات الحكومية، وظائف العلاقات العامة في الإدارات الحكومية، دور الإعلام في السياسة الخارجية، علاقة الدبلوماسية في السياسة الخارجية، الوظيفة الإعلامية في الدبلوماسية، دور العلاقات العامة في الدبلوماسية.

**3.المبحث الثالث:** مفهوم السياسة الخارجية، أهداف السياسة الخارجية، أدوات السياسة الخارجية، تعريف الدبلوماسية، صور الدبلوماسية، أهداف الدبلوماسية، الإعلام السياسي والتنمية السياسية.

## المبحث الاول

### مفهوم العلاقات العامة

منذ وجود الإنسان على هذه الارض، وإختلاطه مع غيره من بني البشر، كانت العلاقات العامة جزء من تفكيره وتحركه وتفاعله بحثا عن الماء والكأ وغير ذلك من شؤون الحياة من أجل العيش بكرامة وسعادة وهناء، وإذا كان الإنسان في المجتمعات البدائية يعاني في حياته من شظف العيش وقسوة الحياة، فإنه كان يستخدم أساليب متعددة من أجل أن يمكن نفسه من العيش وسط أجواء من التهديد والحروب والتنقل والترحال، ولذلك كان القادة يستخدمون وسائل وطرق متعددة ومختلفة للسيطرة على أتباعهم تفوتت من الإقناع إلى القوة من أجل الوصول إلى مصالحهم ومنافعهم، وبتطور الإنسان قامت حضارات عرفت منطقتنا العديد منها، وكانت لهذه الحضارات علاقتها بالجماهير، فالفراعنة إستخدموا واجهات المعابد ليكتبوا عليها القوانين التي يسنونها، كذلك استخدموا ورق البردى والنقوش والرسائل لينشروا فيها أنباء إنتصاراتهم وحروبهم وتعليماتهم وليؤثروا بالتالي على أتباعهم، كما استخدم البابليون والآشوريون النقوش والتمائيل لإبلاغ أتباعهم بما يريدونهم أن يعرفوا، وقد وجدت في العراق ألواح تمثل نشرة موجهة للزراع تعلمهم زراعة المحاصيل، هذه النشرة تعتبر نشرة سابقة للنشرات التي تصدرها وزارة الزراعة، أو دوائر الإرشاد الزراعي (عليان وطوباسي، 2005: ص 221)

كما أن العلاقات العامة عرفتة الدول التي عاصرت فترات التاريخ الوسيط والحديث والمعاصر في مختلف قارات العالم ، فمصر الفرعونية مثلا أهتمت بالعلاقات العامة، والإمبراطورية الرومانية أهتمت بقوة الرأي العام، والإدارة الاسلامية أهتمت بموضوع العدل واحترام حقوق الفرد ومساندته للقيادات السياسية فيها، وكذلك فقد طلب الإمبراطور نابليون مساندة الجمهور الفرنسي لحملاته العسكرية المختلفة، هذا بالإضافة لوجود مئات الأمثلة الأخرى التي تؤكد العلاقة الوطيدة بين الدول وجمهورها في الأطر المختلفة للنظم السياسية عبر تاريخ الأمم أينما عاشت منذ أحقابها القديمة وحتى عصرنا هذا (غوشة، 2003: ص 4).

ويذكر (رضا، 2011: 13) أن العلاقات العامة مجموعة الجهود المخطط لها التي تبذلها المؤسسة تجاه جمهورها الداخلي والخارجي، لكسب تأييد المؤسسة وتحسين مستوى أدائها ورضا الجمهور عنها والإقبال على التعامل معها، وإدارة العلاقات العامة أصبحت ضرورية سواء للمنشآت الربحية، أي التي تعمل في قطاع إدارة الأعمال الخاصة أو المنشآت غير الربحية مثل الحكومية من وزارات ودوائر ومؤسسات القطاع العام، أما دور العلاقات العامة في القطاع الخاص فيهدف إلى التعامل مع جمهورين هما الجمهور الداخلي أي العاملين في المؤسسة بقصد دفعهم للعمل بروح الفريق ورفع روحهم المعنوية وكسب ولائهم وانتمائهم لمؤسستهم، أما الجمهور الثاني فهو الجمهور الخارجي بقصد كسب تأييده للمؤسسة وجعله يقبل على خدماتها ومنتجاتها بهدف تحقيق أكبر عائد ممكن، وكذلك منشآت القطاع العام تهدف إلى أن يعمل الموظفين حسب اللوائح والتعليمات وخدمة الجمهور بكفاءة عالية، فالعلاقات العامة لها دوراً هاماً وأساسياً في حياة المنشآت الخاصة والمنشآت العامة على حد سواء، من أجل رفع كفاءة العاملين وخدمة جمهور المتعاملين مع المنشآت وكسب تأييدهم.

ويعرف كل من هارلو وبلاك العلاقات العامة "بأنها الفن والعلم المرتبط بالطرق والأساليب التي يستطيع بها الفرد أن يتعايش ويتفاهم مع أفراد المجتمع، وكذلك المؤسسة مع المؤسسات الأخرى (رضا، 2011: ص13).

ويمكن تحديد العلاقات العامة بأنها عملية تخطيط من أجل التأثير على الرأي العام، عن طريق الأداء السليم، باستخدام أساليب اتصالات مرضية للطرفين (مراد، 2011: ص381).

ويذكر (عبدالحميد،2000: ص 17) أن العلاقات العامة هي ذلك النشاط الذي لا يمكن الإستغناء عنه في الوقت الحاضر بالنظر لما يحصل من تطور هائل وكبير، والذي حصل نتيجة للتكنولوجيا وتدفق المعلومات وإنشاء وقيام المصانع والشركات الكبيرة والتي بات التنافس فيما بينها بشكل تصاعدي، مما نتج عنه إيجاد إدارات وخبراء متخصصين في هذا المجال وفي الواقع إن نجاح إدارات العلاقات العامة في انجاز أعمالها ومهامها والقيام بوظائفها يستلزم الإلمام بالواجبات والأعمال الأساسية التي تلقى على كاهلها، وفي حقيقة الأمر فإن مسؤوليات هذه الإدارة تختلف من مؤسسة إلى أخرى، فضلا عن جوهر عمل العلاقات العامة حيث يقوم على التفاهم الإنساني وإقامة الصلات الحسنة والمتينة بين أطراف عدة لها مصالح مشتركة سواء كانت مصالح تجارية، صناعية، خدمية، اجتماعية، سياسية.

وقد عرف كريج أرونوف العلاقات العامة "بأنها وظيفة إدارية تساعد على تحديد أهداف المنظمة وتسهل التغيير فيها، ويقوم رجال العلاقات العامة بالإتصال بالجمهور الداخلي والجمهور الخارجي ذي الصلة بالمنظمة، وذلك بهدف خلق التماسك بين أهداف المنظمة والتوقعات المجتمعية وينفذوها ويقوموها، وكذلك يطورون وينفذون ويقومون ببرامج المنظمة التي تحفز تبادل التأثير والفهم بين أجزاء المنظمة والجمهور (أبو اصبع،2010: ص 377)

والعلاقات العامة كعلم تطبيقي ينتمي إلى مجموعة العلوم الاجتماعية الحديثة اللازمة لمواجهة التطور الإنساني والعلاقات العامة نشاط علمي منظم ومنهجي مدروس يتطلب البحث والتحليل والتقصي عن الحقائق وجمع المعلومات الصحيحة وتحليلها وفق منهج علمي سليم ودقيق ، وقد أدى التطور الكبير في وسائل الإتصال وتعقد الحياة وتشابك العلاقات سواء على المستوى الفردي او المستوى المؤسسي أو الدولي، إلى زيادة أهمية وفاعلية العلاقات العامة في المؤسسات والإدارات سواء عامة كانت أو خاصة لمعالجة هذا التعقد والتشابك والشروع في تنظيم العلاقات الإنسانية(يوسف،2008: ص 14)

وتختلف العديد من الجمعيات والهيئات العملية والإتحادات في تعريف موحد وثابت للعلاقات العامة، وذلك لتعدد مجالات تطبيق العلاقات العامة، إذ يعكس كل منهم وجهة نظر خاصة به، إذ يصفها البعض بأنها تحرك إعلامي متكامل يهدف لشرح وإيصال الحقيقة أو أنها العمل الدؤوب المتواصل الذي يسعى إلى أعانة المؤسسات والجمعيات والأفراد لتحقيق سمعة طيبة لدى الجمهور (هويمسان، 1994: ص 19)

ويذكر (المشهداني، 2015: ص 40) بأن العلاقات العامة وحدة متخصصة هدفها القيام بتقديم الخطط والبرامج لإدارة المؤسسة التي تتعلق بالعلاقات بين المؤسسة والرأي العام ورغبات الجمهور سواء كان جمهور داخلي أو جمهور خارجي، كما تقوم بتأمين وسائل الإتصال بين الإدارة ومحيطها لتبادل المعلومات وتوحيد وجهات النظر بين المؤسسة وجمهورها.

وحيث أن العلاقات العامة قائمة على أساس كسب ثقة الجمهور وتأييده فإن هذا المنطق ينطبق على الاجهزة الحكومية والمؤسسات العامة، كما ينطبق على المؤسسات الخاصة، فممارسة الأجهزة الحكومية لدورها في إصدار القوانين والأنظمة لا تكفي وحدها دون قيام العلاقات العامة التابعة لها بمهام الشرح والتفسير للمواطنين، وذلك بهدف ضمان إستجابتهم لهذه القوانين ، بالإضافة إلى ذلك فإننا نجد أن أقسام العلاقات العامة في كثير من الدوائر الحكومية تقوم بمهمة الإرشاد والتوجيه للمواطنين في قضايا تتعلق بمصالحهم (جودة، 2006: ص 22)

وعليه، فإن العلاقات العامة لم تعد جزءاً كمالياً أو شكلياً في المؤسسات الحديثة، وإنما أصبحت من الإدارات المهمة داخل المؤسسات، لأن نجاح أي مؤسسة يقاس بمدى تقبل المجتمع لبرامجها المنظمة والأساليب التي تتبعها لتحقيق برامجها.

## أهداف العلاقات العامة:

تسعى العلاقات العامة إلى تحقيق أهدافها، عن طريق مجموعة من الفعاليات فضلاً عن تحديد أهدافها الرئيسية التي تعمل بشكل دؤوب لتحقيق أفضلها، وأن الهدف الأسمى للعلاقات العامة والذي تلنقي حوله باقي أهدافها الأخرى هو تحقيق الإنسجام والتوافق في المجتمع الحديث الذي تعتريه التغيرات السريعة، أي أن المهمة الكبرى للعلاقات العامة هي التوافق بين عناصر المجتمع وهيئاته ومؤسساته والتنسيق بين مصالحه المختلفة تحقيقاً لمصالح البلاد العليا، وكثيراً ما ترتبط المصالح المتنافرة في المجتمعات الحديثة لتكون مسئولية الخبراء في مجال العلاقات العامة هي حل الأزمات بالطرق الإنسانية (الدليمي، 2005: ص 40)

وتهدف العلاقات العامة إلى بناء رابطة قوية بين الجماهير والمؤسسات المتصلة بها عن طريق مجموعة من وسائل الإتصال لتحقيق مجموعة من الأهداف يذكر بعضها (الجوري، 2007: ص 35):

1. إعلام الجمهور بسياسة تلك المؤسسة أو خدماتها حتى يكونوا على بيّنة واطلاع متواصل، لإدامة وتيسير التعاون البناء وتوثيقه، خدمة للطرفين.
2. نقل رغبات وأفكار ومتطلبات الجمهور إلى إدارة المؤسسة العليا، من أجل دراستها وتلبيتها قدر الإمكان .
3. معرفة متطلبات وإحتياجات العاملين (عمال أو موظفين) في المؤسسة من النواحي الثقافية والترويحية، أو إستحقاق المكافآت والعمل على مساعدتهم في حل مشاكلهم، وتشجيعهم على المساهمة في النشاطات الفكرية والاجتماعية.

4. المشاركة مع إدارات المؤسسة الأخرى في إعداد المواد الإعلامية، والمطبوعات الثقافية والنشرات المتعلقة بأعمال ومنتجات المؤسسة كإدارة التسويق ، أو الإنتاج أو الأفراد لتعريف الجمهور بذلك، وتقوم بإنجاز وإعداد الصور والتصاميم والإعلانات الخاصة، لمجمل نشاط المؤسسة، وكذلك توفير الدراسات والبحوث والأفلام والمطبوعات، وكافة المواد الإعلامية التي تطلبها المؤسسة وإدارتها.

5. توثيق الإتصال بين المؤسسة والمنظمات الأخرى، المشابهة أو غير المشابهة واستخدام مختلف وسائل الإتصال الأخرى كالهاتف والفاكس أو البريد الإلكتروني وشبكة الإنترنت.

وبما أن الأهداف الرئيسية للعلاقات العامة يجب أن تكون معبرة عن سياسة هذه المؤسسة أو الشركات أو المجتمعات التي تنتسب إليها هذه المؤسسات، لذا يجب تحديد أهداف العلاقات العامة التي تسعى الى تحقيقها في كافة المجتمعات على الرغم من الاختلاف من حيث الوسائل وأساليب التطبيق، حيث أن قواعد وأصول العلاقات العامة تنص على وحدة هذه الأهداف والوسائل وأساليب التطبيق في كافة المجتمعات مهما اختلفت أنظمتها، ويمكن حصر هذه الأهداف كما ذكرها الدليمي (الدليمي، 2011، ص 37) بما يلي:

1. تحقيق السمعة الحسنة للمؤسسة ودعم الإنطباعات الجيدة منها.

2. تنمية شعور العاملين بالإنتماء لها وكسب تأييدهم وولائهم.

3. كسب ثقة وتأييد الجمهور الخارجي المتعامل مع المؤسسة.



ويرى بعض خبراء العلاقات العامة أن أهدافها تنحصر (قبلان و معراوي، 2009) بما

يلي:

1. تهتم العلاقات العامة أساساً بالكشف عن الإتجاهات والإحتياجات والميول لدى جمهور الهيئات والمؤسسات.

2. تضطلع العلاقات العامة بمسؤولية وضع السياسة والبرامج التي تتلاءم مع هذه الإتجاهات.

3. تستلزم العلاقات العامة الناجحة التكامل عند التعامل مع الأفراد والجماعات و الجمهور، لذلك فهي تعتمد على خبرائها ذوي القدرة والكفاية التي تحقق هذه الأهداف.

4. تقع مسؤولية تنفيذ العلاقات العامة أساساً على المسؤولين عنها، لكن هذا لا يمنع مشاركة كل العاملين في حدود مرسومة لهم في برامج العلاقات العامة .

5. تستخدم العلاقات العامة وسائل متنوعة للإتصال بالجمهور بما يتناسب مع تحقيق الأهداف المحددة لها.

كما أن العلاقات العامة أصبحت في الآونة الأخيرة وظيفة من الوظائف الإدارية التي تمارس في كافة المستويات الإدارية في المنظمة، حيث أن العلاقات العامة تهدف إلى تعريف جماهير المنظمة بأهدافها وسياساتها، وتعطي فكرة للإدارة عن إتجاهات جماهير المنظمة وآرائها، والمساهمة في القضاء على المشاكل الداخلية في المنظمة والتي تؤدي إلى عرقلة العمل فيها من خلال وضع برامج للعلاقات العامة بهدف تحسين العلاقات مع الجماهير الداخلية والخارجية، وتسعى العلاقات العامة للحصول على تأييد الجماهير ورضاها عن نشاطات المنظمة ومنتجاتها وخدماتها، وتنصح الإدارة في إتخاذ القرارات المناسبة ووضع السياسات السليمة.

ويذكر، حافظ (2009،ص27) بأن هناك أهداف للعلاقات العامة على المستوى القومي

يمكن إجمالها بما يلي:

1. إيجاد نوع من التعاون بين الحكومة وأجهزتها المختلفة مع الصحافة بإعتبار أن الصحافة هي مرآة الرأي العام والمجتمع.

2. الرد على الإشاعات والأكاذيب والحملات الدعائية التي تقوم بها بعض أجهزة الإعلام الخارجي أو بعض الجماعات المغرضة الداخلية.

3. السعي الدؤوب لكسب رضا وتأييد المواطنين حتى يمكن تحقيق نوع من التعاون والتنسيق بين الحكومة ومواطنيها.

4. القيام بالنيابة عن الحكومة بشرح وتفسير القوانين والأنظمة الجديدة للمواطنين لمعرفة أسبابها وتفهم أبعادها بالنسبة لهم.

وأن وضوح أهداف العلاقات العامة يعتبر من الأهمية بمكان بالنسبة لأي مؤسسة تسعى إلى إحراز النجاحات في أعمالها، لأن ذلك يمكنها من تحديد الوسيلة المناسبة في بلوغ تلك الأهداف، والتي يجب أن تكون واضحة وسهلة الفهم ومكتوبة وواقعية وقابلة للتعديل والقياس والتقييم، وأهداف العلاقات العامة كأهداف أي نشاط تتطلب الواقعية والوضوح، كما أنها ترتبط ارتباطاً قوياً بأهداف المؤسسة والدولة، كما تكون أهداف العلاقات العامة معبرة عن المصلحة المشتركة للمؤسسة وجمهورها، حيث أن الأهداف العامة تعتبر أول المتغيرات والمدخلات في عمل العلاقات العامة مما يتطلب إشراكاً واسعاً للقيادات الإدارية والمهنية المختلفة لتساهم في إعداد الأهداف ضمن الإطار العام لسياسة الدولة والمؤسسة ومعبرة عن طموحات الجماهير وآماله ورغباته (الشامي والجرادات، 2011،ص36)

## وظائف العلاقات العامة

عُرقت العلاقات العامة بإعتبارها نشاط تقوم به المؤسسات بعد أن تقرر لها ميزانية خاصة، وقد إقترحت المنظمات والمؤسسات إنشاء إدارات وأقسام للعلاقات العامة، بعد أن إكتشفوا انها من أهم أقسام المؤسسة، وأنها حيوية وذات تأثير فعال، وأنها يمكن أن تحل المشكلات التي تواجه المؤسسات، وحتى المؤسسات التي ليس لها 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 العلاقات وأنشطة العلاقات العامة في أن عدم تحديد هذه الوظائف يترتب عليه النظر إلى نشاط العلاقات على أنه عمل فردي في المنظمة، ولا يحتاج إلى أفراد متخصصين لأداء هذه الوظيفة، وإن كل من ينتمي إلى المنظمة يستطيع القيام بهذا العمل، وفي الواقع فإن نجاح إدارة العلاقات العامة في أعمالها ووظائفها يستلزم الإلمام بالواجبات الأساسية التي تلقى على كاهلها، وتختلف مسؤوليات هذه الإدارة من منظمة إلى أخرى وذلك بسبب طبيعة وحجم المنظمة والظروف المحيطة بها (العدوي، 2011، ص58)

ومن خلال وظائف العلاقات العامة والأدوار التي تقوم بها، بني على أساس ذلك معادلة شهيرة إعتدها ((إيفي لي)) مفادها أن العلاقات العامة تعني تفسير المؤسسة لجمهورها، وتفسير الجمهور للمؤسسة، وهذا الأمر يدفع الجميع إلى الإعتقاد بل اليقين أن العلاقات العامة لا يمكن أن تعمل من فراغ ، بيد أن امتلاك العاملين في مجال العلاقات العامة لمهارات عالية، وأساليب مبتكرة لا يغني عن معرفتهم بعمق ما يدور في عقل الإدارة لكي يتمكنوا من إيصاله بوضوح وتفسيره بدقة لجمهور المنظمة.

بينما الشق الثاني من المعادلة التي إعتدها ((أيفي لي)) والتي مفادها (تفسير الجمهور للمؤسسة) ، يتطلب قدرة من المنظمة على رصد إتجاهات وميول وحاجات الجماهير وتحليلها، وأن هذه الوظيفة من أهم الوظائف التي تمارسها العلاقات العامة، ومن دونها يمكن أن تواجه المؤسسات مواقف صعبة وخسارات كبيرة فضلاً عن شل نشاطاتها (سلطان، 2011، ص58)

ويذكر (حجاب و وهبي، 2012، ص57-58) أن الوظائف والاختصاصات الخاصة

بإدارات العلاقات العامة كالآتي :

1. تعريف الجمهور بالمؤسسة وشرح سياساتها وخدماتها للجمهور.
2. مساعدة الجمهور على تكوين رأيه، وذلك بمده بكافة المعلومات ليكون رأيه مبنياً على أساس من الوقائع والحقائق.
3. التأكد من أن جميع الأخبار التي تنتشر على الجمهور صحيحة وسليمة من حيث الشكل والموضوع.
4. تعمل كمنسق بين الإدارات المختلفة في المؤسسة لتحقيق الإنسجام بين بعضها البعض وبين الجمهور الداخلي والخارجي.
5. تعمل كمستشار في جميع المستويات الإدارية وإسداء النصح للمسؤولين عند إصدار القرارات وتعديل السياسات.
6. بحث وتحليل وتلخيص جميع المسائل التي تهم الإدارة العليا ورفعها إليها.
7. مساعدة وتشجيع الإتصال بين المستويات الإدارية والمستويات الدنيا والعكس .

ويعتقد البعض أن هناك نوعان من الوظائف، البعض منها وظائف أساسية تكون مسؤولة عنها العلاقات العامة أمام الإدارات العليا، والبعض الآخر يقول بأن هناك وظائف للعلاقات العامة تشترك بها مع باقي الإدارات في المؤسسة الواحدة، فدراسة وتحليل آراء المواطنين وتقديم التقارير والمقترحات والتوصيات التي تهتدي بها الإدارات العليا عند قيامها برسم السياسة العامة للمؤسسة ونقل وجهات نظر المؤسسة إلى الجماهير والتأثير على نشاطهم بواسطة الوسائل الإعلامية والإتصالية (الشرمان، 2001، ص30-31)

ومن الإشارة إلى وظائف العلاقات العامة وطبيعة الارتباط بين هذه الوظائف، هناك من حددها بأربع وظائف وهي (البحث، التخطيط، الاتصال، التقويم) وحددها البعض، بخمس وظائف وهي (البحث، التخطيط، الإتصال، التنسيق، التقويم) فيما حددها آخر، بسبع وظائف وهي (البحث، التخطيط، التنسيق، الإتصال، الإدارة، التدريب، الإنتاج) (البكري، 2010، ص20)

ويمكن الإشارة إلى الوظائف أعلاه بأنها خطوات مشتركة ومرتبطة ببعضها البعض، ولا يمكن الإعتماد على وظيفة وتجاهل الأخرى، لأن جمع المعلومات عن الجمهور وقياس إتجاهات الرأي العام تعقبها عملية تخطيط ووضع البرامج والإتصال بتلك الجماهير وتحقيق الغاية الأسمى والرئيسية وهي التوافق والتلاؤم بين المؤسسة وجمهورها، ويمكن إجمال الوظائف والأنشطة الخاصة بالعلاقات العامة، وفقا لما يلي (الجمال وعياد، 2005، ص281-283)

**1. تقديم المشورة (Counseling):** وتتضمن تقديم النصح والمشورة للإدارة العليا للمؤسسة أي أن جوهر عملها هو تقديم المشورة للإدارة العليا فيما يتعلق بالوعي والإدراك وإتجاهات وسلوك الجماهير.

2. **البحوث (Research):** وهي معرفة إتجاه وأداء سلوكيات الجماهير وأسبابها ودوافعها من أجل تخطيط وتنفيذ وقياس الأنشطة التي تستهدف التأثير على وعي ومعرفة اتجاهات الجماهير.

3. **العلاقات بوسائل الاتصال (Media Relations):** وتعمل وفق مبدأ إقامة علاقات سلمية إيجابية بشكل مستمر مع وسائل الإتصال المختلفة سعياً لنشر اخبار وتحليلات وصور عن المؤسسة، وإشباع الإحتياجات الإعلامية.

4. **العلاقات بالعاملين وأعضاء المنظمة (Employee/ember Relationship):** تتم هذه العملية عن طريق الإهتمام بشؤون ورعاية مصالح العاملين في المؤسسة، وتزويدهم بكل ما يخص المؤسسة من سياسات أو سلوكيات أو إنجازاتها وأهم المشاكل التي تواجهها .

5. **الشؤون العامة (public Affairs):** وتتم عن طريق اهتمام المؤسسة بكل ما تستطيع تحقيقه للجمهور من حيث الأنسجام والرفاهية ،ومساعدة المؤسسة في ملائمتها للظروف والتوقعات الطارئة للجمهور (كشك، 2010، ص216-217)

6. **العلاقات بالمجتمع المحلي (Community Relations):** تتم عن طريق البحث العلمي المستمر بالمشاركة الفعالة مع المجتمع المحلي لتعزيز ثقة المجتمع التي تعيش فيه المؤسسة، وذلك عن طريق بناء سمعة وعلاقة جيدة وتحقيق المصلحة العامة للطرفين.

## خصائص وصفات العاملين في العلاقات العامة

تلعب العلاقات الطيبة دوراً أساسياً في نجاح أي عمل سواء كان هذا العمل تجارياً أو حكومياً، فنجاح أية مؤسسة يعتمد على عدد ما تكسبه من أصدقاء أو عدد من تتخذهم كأعداء، وأساس كل ذلك العلاقات العامة، والعنصر الفعال هو رجل العلاقات العامة، لأنه يمثل واجهة العلاقات العامة، فهو نقطة التماس وأول من يقابل ممثلي الأجهزة الإعلامية كالصحافة وغيرها، وجزء كبير من نجاحه في عمله يعتمد على علاقات إيجابية بكل المحيطين به، ويعتمد على حسن فهمه للهدف الذي أنشئت المؤسسة من أجله، ولا بد له أن يعتمد على معرفة وسائل المؤسسة لتحقيق هذا الهدف ويمكن تلخيص الصفات الواجب توفرها في رجل العلاقات العامة بصفتين أساسيتين هما، أولاً: الشخصية المحبوبة، ثانياً القدرة على الإتصال.

وإختصاصي العلاقات العامة لا يمكن له أن يؤدي واجبه بكفاءة وإيجابية وفاعلية مالم تتوفر لديه الدراية الشاملة والاعتناق الكامل بالقيم والأخلاقيات والمثل الإجتماعية والعادات والتقاليد والأعراف السائدة في المجتمع الذي تتواجد فيه المنظمة التي يعمل بها ، لأن طبيعة عمله تحتم عليه التعامل في ضوء هذه المحددات الإجتماعية، مستخدماً في ذلك أساليب الإقناع والمجاملة والذكاء الإجتماعي واللباقة وغيرها من المهارات الشخصية والمعرفية التي تعتبر أساس هذا التعامل، وعلى الرغم من الصفات التي تم ذكرها عن إختصاصي العلاقات العامة قد تؤثر في معظمها أو بعضها لدى الكثير من الأفراد، وإن تفاوت ذلك من فرد لآخر وبوجه عام فإن هناك مواصفات معينة إذا ما توافر أكبر قدر منها في فرد معين سيكون هذا الفرد أكثر قدرة وكفاءة على ممارسة مهام العلاقات العامة بالشكل والأسلوب الصحيح، كما أن هذه الصفات والخصائص قد يضاف إليها شروط أخرى تحددها كل منظمة تبعاً لظروفها ومتطلبات العمل.

ويذكر (ليري، 2005، ص81-83) بأن هناك شروط وخصائص للعاملين في العلاقات

العامة يمكن أجمالها بما يلي:

1. قدرة متميزة على الإقناع وكسب ثقة الآخرين.
2. التمتع بشخصية جذابة والبعد عن الهجومية في الحديث مع التركيز على الوصول إلى الأهداف من أي حديث أو إتصال وإتلاك ذهن صافي على الدوام.
3. القدرة على التفكير المنطقي والابتكاري والتمتع بإحساس عام جيد في مواجهة المواقف والمشكلات.
4. سرعة البديهة لأن الوقت له تأثير كبير في جودة القرار .
5. القدرة على التصور والتخيل عند حل المشكلات أو خلق أي موقف مفيد للمنشأة.
6. أن يكون حسن المظهر بحيث يساعد على تقبل أفراد الجمهور لرجل العلاقات العامة الذي يمثل المؤسسة.
7. اللباقة وطلاقة اللسان عن التخاطب مع الآخرين.
8. التمتع بروح المبادرة في بناء ودعم العلاقات مع الأفراد والتجمعات التي تعتبر جماهير للمؤسسة.
9. الإتيان في مواجهة الأحداث والمواقف المختلفة وتجنب العصبية في مواجهة المواقف.
10. تطبيق القواعد المعترف بها فيما يتعلق بإستقبال الضيوف والوفود الأجنبية وعند عقد اللقاءات الرسمية كالمؤتمرات الصحفية والندوات المختلفة.



11.الإلام بلغة أجنبية على الأقل حتى يمكن التعامل مع مزيد من الشرائح من فئات الجمهور المختلفة.

12.أن يكون على دراية كبيرة بالمعلومات المتخصصة في الإتصال من حيث الأدوات الفنية والأساليب المناسبة في الإستخدام.

13.القدرة على تنظيم العمل والتعليم.

14.المهارة في تحليل الرأي العام وعمل الإحصاءات وتيوب وتحليل البيانات وإستخدام الأدوات اللازمة لممارسة هذه المهارات.

15.العدالة في التعامل مع كل فئات الجمهور ونقل وجهات نظرهم بأمانة وصدق إلى المؤسسة وعدم التمييز بين أفراد تلك الفئات.

16.النزاهة في التصرف وذلك لعمل توازن من كونه موظفاً في المؤسسة في حين أنه في نفس الوقت يمثل وجهة نظر الجمهور.

#### الأنشطة الإتصالية للعلاقات العامة

تحتل الأنشطة الإتصالية مركز مهم بين عناصر عملية الإتصال في العلاقات العامة كونها القناة التي يوصل الخبير من خلالها رسالة معينة إلى الجمهور لتحقيق أهدافه الإتصالية، ولهذا فإن التعرف على الوسيلة ومعرفة إمكاناتها وخصائصها يعد من أهم الجوانب المهمة التي يركز عليها المسؤول أثناء عملية الإتصال للعلاقات العامة، كما ويعد الإتصال من أهم عمليات العلاقات العامة بل إن العديد من خبراء العلاقات العامة أكدوا بأن العلاقات العامة بالإساس تعتمد على الإتصال وتبادل المعلومات، بقصد التأثير على الجماهير داخل المؤسسة وخارجها، فمفهوم الإتصال في إدارات العلاقات العامة لا يعني فقط إعلام الناس أو نقل معلومات معينة أو أخبار، ولكنه يتجاوز هذه المرحلة إلى مرحلة إتصال مؤثر يترك أثراً في نفوس المستقبلين أي أنه يهدف الى تحسين سمعة المؤسسة لدى الرأي العام ولن يتحقق ذلك إلا إذا كان الإتصال ينقل

شيء مفيد وفعال ومؤثر(الخواودة،2014،ص68-75)

ويذكر (كنعان، 2014، 20-24) بأن العلاقات العامة ومن خلال ممارسة نشاطاتها

الإتصالية على وسائل الإتصال الجماهيري تعتمد على إستخدام عدة وسائل وهي :

اولا: الصحف : أصبحت الصحف تلعب دورا هاما في تكوين الرأي العام حتى لقبت بالسلطة

الرابعة بعد التشريعية والقانونية والتنفيذية وتخدم الصحف ثلاثة وظائف:

1. إخبار القارئ عما يحدث في مجتمعه والعالم الخارجي.

2. التأثير على الرأي العام.

3. التسلية من خلال قراءة القصص ورؤية الصور.

ثانيا: الراديو: هو الوسيلة الأكثر إستعمالاً من بين وسائل الإتصال وتتميز بما يلي:

1. الوسائل المسموعة لا تحتاج إلى تفرغ كامل.

2. يصل البث الإذاعي إلى الجمهور في أقاصي البلاد.

3. تمتاز الإذاعة في إيصال الرسائل الإعلامية إلى الجماهير.

4. يتخطى الراديو الحواجز الأمنية بحيث المستمع لا يحتاج إلى معرفة القراءة والكتابة.

ثالثا: التلفزيون يعتبر من وسائل الإتصال السمعية والمرئية في نفس الوقت هو أكثر تأثيراً في

النفس البشرية من الوسائل الأخرى من مزايا التلفزيون كوسيلة من وسائل الإتصال:-

1. يتمتع بالتأثير الأكبر على الجمهور لأنه يقدم الصوت والصورة.

2. التغطية الواسعة من حيث الجماهير.

3. مصداقية التلفزيون كمصدر للأخبار حيث إن الكاميرا لا تكذب.

رابعا: المجالات هي كالصحف من وسائل الإتصال المقروءة وجمهورها له إهتمامات خاصة

ومن مزاياها مكانية وصول الرسالة الإعلامية إلى الجمهور المستهدف مباشرة.

خامسا: المعارض تعتبر المعارض وسيلة هامة من وسائل الإتصال حيث تقوم الشركات بعرض

منتجاتها أو نماذج لخدماتها معززة برسوم بيانية.

## سادسا: المطبوعات

تقوم المنظمة بإصدار مطبوعة موجهة إلى جماهيرها الداخلية والخارجية وتشمل الاتي.

1. نماذج في المراسلات الداخلية والخارجية.

2. النشرات.

3. الكتيبيات: مثل كتيب الموظفين الجدد.

سابعا: لوحة الإعلانات الداخلية من وسائل الإتصال المقروءة الموجهة للجمهور وتوضع في مكان بارز في المؤسسة أو الممرات التي تكثر عليها حركة الموظفين .

ثامنا: الإجتماعات: هي لقاءات تستخدمها العلاقات العامة بين عدد من الأفراد لبحث مشكلة معينة أو نقل وجهة نظر محددة (أنور، 2012، ص 23).

تاسعا: الأنترنت: هو عبارة عن شبكة عالمية تنظم ملايين الحاسبات في العالم وهي تتيح لملايين المستخدمين فرصة تبادل ومشاركة المعلومات، وتحتوى على مئات الآلاف من الحاسبات المتصلة بالشبكة على كم هائل من البيانات، التي يمكنك الدخول إليها من خلال حاسبك الشخصي، وبقما تشاء وإينما كنت (الفصل، 2014، ص 35)، ويقدم الأنترنت خدمات لمستخدمي الشبكة منها:

البريد الإلكتروني (E- mail): وفرت العديد من المواقع الإلكترونية خدمة إنشاء بريد إلكتروني خاص بالعاملين فيها، إضافة إلى إمكانية تعبئة استمارة للتواصل مع القائمين على المواقع (نصر، 2003، ص 117).

## المبحث الثاني

### العلاقات العامة في الإدارات الحكومية

تحتل العلاقات العامة موقعاً مميزاً في الهيكل التنظيمي للمؤسسات الحكومية وتختلف أهمية هذه الإدارة من مؤسسة إلى أخرى تبعاً لأهداف المؤسسة وعلاقتها بالجمهور، وطبيعة الخدمات التي تقدمها وما تهيؤه العلاقات العامة لهذه الإدارات من كوادر بشرية وإمكانات مادية وصلاحيات، فالوزارات التي تقدم الخدمات إلى مجتمعاتها تحرص على إيضاح رسالتها ونوعية الخدمات التي تقدمها، كما أنها تتجاوب مع حاجات الجمهور في حدود ما يسمح به القانون وما تيسره الإمكانيات، كما أنها تحرص على تجويد الخدمة في إطار التحديث والتطوير لمواكبة المستجدات والمتغيرات التي تتطلب الدقة والسرعة في الأداء، كما لا ينحصر إهتمام العلاقات العامة على توثيق العلاقة مع الفئات المستهدفة أو المتعاملة خارج إطار المؤسسة، بل لها إهتمام بالعلاقات داخل هياكل المؤسسة ومنتسبيها، لإيجاد حالة من الإنسجام والتنسيق والتكامل بين أجهزة المؤسسة لتحقيق أهداف المؤسسة ورسالتها (الدليمي، 2011، ص 244).

وتقوم العلاقات العامة بأعمال داخل الجهاز الحكومي، مثل الإنتاج الإعلامي المطبوع كالمجلات أو الكتيبات التعريفية أو الملصقات والمنشورات المستخدمة في بعض النشاطات التي يقيمها الجهاز الحكومي، وهناك أعمالاً أخرى لا تقل أهمية عن ذلك الإنتاج وإن لم تكن بشكل دوري أو مكثف كإعداد البحوث والدراسات سواء داخل الجهاز أو خارجه للتعرف على الصورة الكاملة له لدى العاملين أو المتعاملين معه، ولا شك بأن الأعمال التي تقوم بها إدارات العلاقات العامة سواء الظاهر كالمطبوعات أو غير الظاهر كالإستشارات تحتاج إلى دعم مادي ومعنوي من أجل إعدادها وإخراجها بالشكل اللائق المتميز، فهي بهذا الإنتاج بحاجة ماسة إلى الإدارة العليا من خلال الأمور التالية (الحربي، 2012، ص 38):

1. توجيه الإدارة العليا للأعمال التي تقوم بها بإعدادها وإخراجها إدارة العلاقات العامة من خلال الشكل والمحتوى والوقت.

2. دعمها للعلاقات العامة من خلال توفير المبالغ اللازمة لإخراج تلك الأعمال.

3. مشاركة الإدارة العليا للعلاقات العامة المقترحات الخاصة بالندوات واللقاءات مشتملاً على التنظيم والموقع والشخصيات.

4. دعم الإدارة العليا للعلاقات العامة في توفير الكوادر البشرية التي تقوم بالأعمال الإنتاجية المختلفة المنوطة بها الإدارة، وإختيار المتميزين في مجالها.

وفي العصر الحديث تطور مفهوم الدولة وإتسع حتى أصبح يشمل أوجه الحياة الإقتصادية والإجتماعية والتعليمية والصحية، فالدولة قدمت ولا تزال تقدم الكثير من الخدمات كالأمن والدفاع الوطني والمدني وتقديم البرامج الإجتماعية المختلفة، ونتيجة لهذا التطور فقد زادت المشاكل وزاد عدد الوزارات وتضاعفت أعداد العاملين فيها، مما إستدعى ضرورة الإهتمام بالعلاقات الجيدة مع الجمهور والعمل على إنشاء وحدات أو إدارات متخصصة في العلاقات العامة لكي تنظم هذه العلاقات وتبنى جسور الثقة والتواصل بين المؤسسات الحكومية وجماهيرها، وأصبحت العلاقات العامة طريق في تشكيل وتحديد نوع وطبيعة التواصل بين الحكومة ومواطنيها من ناحية، والسياسيين وجمهورهم من ناحية أخرى، كما أخذت دوراً بارزاً في الحملات الإعلامية والسياسية التي تستهدف الرأي العام وتشكيل إتجاهاته (الدليمي، 2005، ص86-87)

## أهداف العلاقات العامة الحكومية

تسعى العلاقات العامة إلى تحقيق أهدافها، عن طريق مجموعة من الفعاليات فضلاً عن تحديد أهدافها الرئيسية التي تعمل بشكل دؤوب لتحقيق أفضلها ، كما تعمل العلاقات العامة في إكتشاف مدى التأثير الذي تحدثه القوى الإجتماعية داخل المجتمع .

ويمكن رصد أهداف العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية (جودة.2013،ص375)

1.الحصول على تأييد الرأي العام ومد جسور الثقة والتواصل بينة وبين الحكومة من خلال إمداده بالمعلومات الصحيحة والإعتماد على الصدق والأمانة في إيصال المعلومات إليه.

2.القيام بشرح أهداف النظام السياسي والإقتصادي والإجتماعي السائد في الدولة.

3.شرح القوانين الجديدة وأي متغيرات أو تعديلات في القوانين بالإضافة إلى شرح مبررات إتخاذ القوانين أو التعديلات التي تجري عليها.

4.تتمية الأحساس بالمسؤولية لدى المواطنين من خلال وسائل الإتصال المعروفة كالصحف والمجلات والتلفزيون .

5.تحسين العلاقة سواء مع الجمهور الداخلي أو الخارجي.

6.تدعيم العلاقة مع وسائل الإتصال المعروفة من صحف وتلفزيون وغيرها من وسائل الإتصال.

7.الدفاع عن موقف المؤسسة إذا تعرضت إلى أي انتقاد من الآخرين.

8.تقديم النصح والمشورة للمسؤولين الحكوميين، ولا سيما ما يتعلق برودود الأفعال الحالية والمستقبلية المتوقعة للسياسات القائمة أو المرتقبة.

ويضيف كل من (عليان و طوباسي،2004،ص243)عدة أهداف للعلاقات العامة هي:

- 1.تعاون الحكومة وأجهزتها المختلفة وخاصة الإعلام والإرشاد مع الصحافة بأعتبار أن الصحافة مرآة الرأي العام والمجتمع، حيث يتم مد الصحف بالأخبار والمعلومات.
- 2.هدف العلاقات العامة كسب رضا المواطنين وتأييدهم وهذا لا يتم إلا بمعرفة ما تقدمه الحكومة من خدمات .
3. الرد على الإشاعات والإكاذيب التي تطلقها أجهزة الإعلام الخارجية والمعادية منها .
- 4.إهتمام الحكومة بشؤون موظفيها وعمالها بأن تهئ لهم الظروف الطبيعية والصحية للعمل وتدفع لهم أجورهم ورواتبهم وتؤمن لهم حياة كريمة في عملهم وبعد تقاعدهم.

#### وظائف العلاقات العامة الحكومية

أن وظائف العلاقات الحكومية تتجاوز حدود تقديم المعلومات للمواطنين والإستشارات للمسؤولين الحكوميين، ويمكن رصد الوظائف الآتية التي تقوم بها دوائر العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية منها(عجوة،2000،ص40-41)

- 1.الوظيفة الإعلامية: وهي الوظيفة التي تقوم على إعلام المواطنين بالقوانين والأنظمة الحكومية، والمشاريع التي تسعى لتنفيذها والنشاطات التي يقوم بها المسؤولين الحكوميين، وإعلام صانعي القرارات بما يتوفر من معلومات حول ردود الأفعال السريعة للرأي العام ، وتتركز هذه الوظيفة على الأخبار وجمع المعلومات الأولية عن الأحداث اليومية، عن طريق إستطلاعات الرأي العام السريعة التي تبحث في تحديد إتجاهات الجمهور في قضايا مختلفة.

**2.الوظيفية الإقناعية :** تهدف هذه الوظيفة إلى إقناع الرأي العام بضرورة اتخاذ إجراءات معينة أو إعتقاد سياسات معينة، أو اللجوء إلى قرارات ذات طبيعة خاصة، فحين تقوم الحكومة بتبني سياسات أو قرارات مصيرية يجري بها إقناع مواطنيها بهذه السياسات والقرارات، وتقديم براهينها وأدلتها التي تدعم ضرورة ذلك، فالمواطن لا يميل إلى تقبل القرارات المفاجئة، سيما أن كانت تؤثر في مجريات حياته اليومية، والتمهيد لإتخاذ هكذا قرارات يساعد في غمطصاص الصدمة الذي قد تحدثه مثل هذه القرارات لدى الجمهور(الدليمي،2011،ص211)

**3.الوظيفة الإتصالية:** تركز هذه الوظيفة على الإتصال والتواصل بين كافة الأطراف المعنية فضلاً عن تقديم الخدمات وتنظيمها مثل إستقبال الوفود الرسمية ومرافقتها وتسهيل اجراءات إقامتها داخل البلد، فضلاً عن تسهيل مهمات الصحفيين والإعلاميين، وتنظيم الاجتماعات والندوات والمؤتمرات، والعمل على تهيئة الأجواء المناسبة لها وتنظيم لقاءات الصحفيين بمسؤولي الحكومة(العدوي،2011،ص225-226)

**4.الوظيفة التفسيرية :** تعمل هذه الوظيفة إلى تقديم تفسير للسياسات والقرارات المختلفة وتقديم رؤية الحكومة ومبرراتها لإنتهاج سياسة معينة، أو لإتخاذ قرار معين، ويشمل ذلك سياسات وقرارات الحكومة على الصعيدين المحلي والدولي.

**5.الوظيفة التقييمية:** تشمل هذه الوظيفة النشاطات المتصلة بإعداد التقارير، والتحليلات والبحوث والدراسات التي تبحث بعمق في نتائج السياسات والتخطيط الحكومي، وقياس إتجاهات الرأي العام، كما تعد هذه الوظيفة من الوظائف المهمة التي تقوم بها العلاقات العامة نظراً لأهميتها للمخططين في مجال السياسات العامة.

**6.الوظيفة التوثيقية:** وتشمل هذه الوظيفة حفظ وتصنيف الوثائق الرسمية، والقوانين والقرارات الحكومية والخطب الرسمية والتصريحات التي تتعلق بمواقف الحكومة محلياً ودولياً ومواقف الحكومة من الاتفاقيات الدولية إلى جانب القرارات الخاصة في مجال الإتصال، والإحتفاظ بقوائم المؤسسات الاعلامية والصحفية وأسماء العاملين فيها.



ويضيف المشهداني (2017، ص78-80) جوانب عدة لوظائف العلاقات العامة في المؤسسات

الحكومية ومنها :

**1.التخطيط :** ويمتد بدءاً من إسداء النصح إلى الإدارة العليا في كيفية حل المشكلات التي تواجه المؤسسة إلى مساعدة مختلف الإدارات التنظيمية الأخرى في المنشأة في مجال إعداد السياسات والإجراءات والأنشطة الخاصة بها.

**2.النصح:** ويتضمن القيام بإعداد وتنفيذ الدراسات والبحوث عن الرأي العام والإتجاهات والتوقعات والإحتياجات الخاصة بالمساهمين وجماعات الضغط ومختلف المؤسسات والجماهير الأخرى التي تتعامل مع المنظمة.

**3.التحليل :** ويشمل إختبار الإتجاهات والميول القائمة ونتائجها على صالح العمل في المؤسسة وتجنب إثارة الصراع وسوء الفهم من خلال تطوير الإحترام المتبادل بين المنشأة وجماهيرها وتنمية المسؤولية الإجتماعية.

**4.الأنشطة السياسية:** وتشمل تدعيم الصلات بالهيئات والمؤسسات الإجتماعية والجماعات الثقافية والبيئية بالإضافة إلى الأجهزة الشرعية القائمة.

**5. الأنشطة التعليمية:** وتشمل الأنشطة التعاونية مع مختلف الجماهير كالمؤسسات التعليمية والثقافية، والقيام بإعداد اللقاءات والخطب التي يحتاجها ممثلو المؤسسة بالإضافة إلى المساهمة في إعداد وتنظيم البرامج التدريبية للعاملين في المؤسسة.

**6. الإتصال:** ويتطلب معرفة كيفية القيام بالعملية الإتصالية من خلال وسائل الإعلام ووسائل الإتصال المتخصصة عن طريق إستخدام الإعلان والدعاية وإقامة نظام إتصالي ذا إتجاهين لضمان التدقيق الكامل للمعلومات.

ويلاحظ أن قيام العلاقات العامة بوظائفها الأساسية ضرورية جداً بحيث لا يمكن لمؤسسة أو هيئة سواء كانت حكومية أو أهلية من الإستغناء عنها في الوقت الحاضر خاصة بعد التطور الحاصل في العلوم والتكنولوجية الإتصالية وزيادة حدة التوتر والمنافسة بين الدول والمؤسسات والمنظمات على مستوى الإعلام والإدارة وغيرها، ولذلك فإن هدف هذه الوظائف في المؤسسة هو تحقيق التعاون والتكامل بين الطاقات البشرية المتاحة للمؤسسة بالإعتماد على مبدأ تقسيم الأعمال والتخصصات في إطار الأدوار الوظيفية والوحدات التنظيمية ، كما تحقق التنسيق بين جهود الأفراد وقدراتهم بالإعتماد على فكرة تحديد المسؤوليات وتفويض الصلاحيات في إطار المستويات الادارية والمناصب الوظيفية ، وبمعنى آخر فإن الوظائف هي عملية تطبيقية على مبدأ الشخص المناسب في المكان المناسب.

### دور الإعلام في السياسة الخارجية

يعد الإعلام من الوسائل الفعالة لتنفيذ السياسة الخارجية للدول، يمارسها الجميع من رئيس الدولة إلى الوزارات التقنية في الدول كل في إختصاصه، ووسائل الإعلام الجماهيرية الموجهة للخارج تسعى لتحقيق أهداف السياسة الخارجية للدولة من خلال المؤسسات الإعلامية، كما تقوم البعثات الدبلوماسية المعتمدة بوظيفة إعلامية بشكل مباشر أو غير مباشر من خلال إصدارها للنشرات الإعلامية أو ما تتناقله وكالات الأنباء العالمية من تصريحات أو ما تنشره الإذاعات المسموعة والمرئية والصحف والمجلات، ويتمتع الإعلام بأهمية خاصة كوسيلة من وسائل تنفيذ السياسة الخارجية للدول الكبرى تتناسب وحجم مصالح هذه الدول وتعاضم دورها وتأثيرها في السياسة على الساحة الدولية، فهي تعمل من خلال وسائل الإعلام المتطورة التي تملكها، وتوجهها إلى تحقيق أهداف سياستها الخارجية وحماية مصالحها في الخارج، مما يفسر

أن العلاقة بين الإتصال الخارجي والسياسة الخارجية علاقة إرتباط وثيقة ومتكاملة بحيث أن كلا منها يتدخل في الآخر ليشكل بعض من أبعاده أن لم يكن أغلبها، حيث أن السياسة الخارجية في المفهوم العربي قائمة على أساس التحركات السرية المعقدة التي تبدأ وتنتهي في الخفاء بين الكواليس بعيداً عن أعين الجماهير يغلفها النكتم وهذا يجعل العلاقة بين وسائل الاعلام والسياسة الخارجية علاقة مستقلة.

وأن فهم طبيعة العلاقة بين الإعلام والسياسة الخارجية يفرض علينا أن نؤكد حقائق ثلاثة في العمل السياسي الخارجي:

أولاً: تعدد أدوات السياسة الخارجية والنظر إلى الإعلام على أنه أداة من أدوات تنفيذ السياسة الخارجية تربط بين العمل الداخلي والخارجي من جانب، وتستند بدورها على أدوات أخرى مكملة من جانب آخر.

ثانياً: نقل أساليب العمل السياسي الخارجي إلى نطاق دولي من خلال الدبلوماسية.

ثالثاً: ضرورة التمييز في السياسة الخارجية بين مستويات ثلاث إعداد السياسة الخارجية من جانب ثم عملية صنع القرار السياسي من جانب آخر ثم عملية تنفيذ القرار السياسي عن طريق الإعلام والإتصال من جانب ثالث (الهاشمي، 2009، ص19)

والإعلام وسيلة فعالة من وسائل السياسة الخارجية للدول، إذ أنه وسيلة كغيره من الوسائل الأخرى التي تسعى إلى تحقيق أهداف السياسة الخارجية من خلال المؤسسات الإعلامية الموكلة إليها ممارسة الإعلام الدولي، وقيام البعثات الدبلوماسية بوظائف دعائية، كما قد يتم ذلك بشكل مباشر أو غير مباشر من خلال وكالات الأنباء الدولية ولا سيما الوساعة الإنتشار والصحف والمجلات الدولية والإذاعات.

## علاقة الدبلوماسية بالسياسة الخارجية

أن وزارة الخارجية باعتبارها جزءاً من الهيئة التنفيذية، أي الحكومية، تضطلع بعملية وضع سياسة الدولة في المجال الخارجي موضع التنفيذ بتصميم الخطط والبرامج التي تتضمن الخطوات العملية الكفيلة بذلك، وتكليف موظفيها كل حسب إختصاصه وفي إطار الدائرة التي ينتمي إليها بالعمل على تطبيق تلك السياسة على أرض الواقع، والبعثات الدبلوماسية تشارك في تنفيذ السياسة الخارجية بالقيام بالمهام المتعلقة بالجانب الخارجي من أعمال وزارة الخارجية، حيث تنفذ بشكل دقيق وفعال كل ما يصدر أليها من تعليمات في هذا الصدد، وهي تقوم من جهة أخرى بإرسال البرقيات والتقارير التي تتضمن ردود الأفعال الدولية أزاء سياسة بلادها الخارجية.

فالدبلوماسية تعتبر أداة تنفيذ للسياسة الخارجية بقدر ما تكون أداة تحضير وإعداد لها في نفس الوقت (فالدبلوماسية عملية تقوم الدولة بتنفيذها من أجل الدفاع عن مصالحها الوطنية من أجل بلوغ هدف معين)، وأن تنفيذ السياسة الخارجية بوسائل منها الوسائل السلمية أو غير السلمية مثل إستخدام العنف عن طريق الحروب، وغالبا ما تلجأ الدول إليها، وبهذه الحالة تشكل الدبلوماسية الوسيلة الأولى سواء في السلم أو الحرب حيث لا تتوقف في كلا الحالتين، لذا فان موقع الدبلوماسية من السياسة الخارجية هي كموقع السياسة الخارجية من السياسة الداخلية وبهذا الصدد يقول (فودريه) "أن الدبلوماسية تثير بالفعل فكرة تسيير الشؤون الدولية ومعالجة العلاقات الخارجية وإدارة المصالح الوطنية للشعوب والحكومات في إتصالهم المادي سواء السلمي أو العدائي (الخفاجي، 2010، 30-31)

فإذا كانت السياسة الخارجية "تمثل برنامج عمل الدولة في المجال الخارجي" الذي يضمن أهدافها التي تسعى إلى تحقيقها فضلا عن الوسائل الكفيلة بتحقيق هذه الأهداف، فإن الدبلوماسية تعتبر إحدى أدوات السياسة الخارجية للدول، فالدول إذ تسعى من خلال سياستها الخارجية إلى فرض إرادتها على ما عداها تحقيقا لمصالحها الوطنية، تلجأ وهي بسبيلها إلى تحقيق هذا الهدف "فرض الإرادة" إلى إحدى وسيلتين: الدبلوماسية" بإعتبارها فن الأقتناع "والإستراتيجية" بإعتبارها فن الإكراه كوسيلتين مكملتين لبعضهما في خدمة هدف واحد هو حماية المصلحة الوطنية للدول وحماية أمنها الخارجي (الأفداحي، 2010، ص14)

لذا فالفارق الأساسي بين الدبلوماسية والسياسة الخارجية هو أن الأخيرة تضعها المؤسسات الدستورية في الدولة متمثلة في رئيس الدولة والوحدات القرارية المختصة، تعبيراً عن إرادة الشعب ومصالحه، أما الدبلوماسية فهي أداة تنفيذ السياسة الخارجية وتحقيق أهدافها، والدبلوماسي هو عماد رجل السياسة في تنفيذ المنهج الذي يخطه لتسير الدولة بمقتضاه في علاقتها السلمية وبما يؤمن أهدافها ويحمي مصالحها، وعملية رسم السياسة الخارجية هي انعكاس لقرارات سياسة تعتمد على الماكنة السياسية بما تتطوي عليه مصادر تأثير ومعلومات ومصالح، بينما الدبلوماسية هي في المقام الأول عملية تنفيذية في مجال الإتصالات الخارجية، ومع ذلك يحدث أحيانا تداخل بين مفهوم السياسة الخارجية والإدارة الدبلوماسية المنفذة لها، فيستخدم اصطلاح دبلوماسية للدلالة على السياسة الخارجية لدولة ما، ولعل ذلك يعود إلى أن الدبلوماسية ليست بمعزل عن تشكيل السياسة الخارجية، وبالرغم من التداخل بين مفهومي السياسة الخارجية والدبلوماسية والتعاوض في الأهداف والأداء وبعض الأدوار، فإن كل من الدبلوماسية والسياسة الخارجية أمران مختلفان ولكل منهما نطاقه وتحدياته ومفرداته ومشمولاته، والدبلوماسية أمتداد للسياسة الخارجية وإحدى أدوات تنفيذها وانعكاس لها، والسياسة الخارجية أشمل من الدبلوماسية (محمد، 2002، ص76)

من هنا نستنتج أن السياسة الخارجية والدبلوماسية هما مفهومان مترابطان رغم أختلاف كل منهما عن الآخر، فالأولى أداة تشريعية نظرية، بينما الثانية تقوم بتزويد صانعي السياسة الخارجية بالمعلومات التي تمكنهم من القيام بمهامهم وهذا الجهد يمهد لعملية صنع السياسة الخارجية ولا يدخل ضمن نطاق هذه العملية.

### الوظيفة الإعلامية في الدبلوماسية

إذا كانت الدبلوماسية، هي نشاط تقوم على إعداد وتنفيذ السياسة الخارجية للدول فإن وظيفة الإعلام والاتصال من خلال وظيفة الإستعلام وإستطلاع الأحوال وتتبع تطور الأحداث حيث تعتبر هذه الوظيفة من أهم الوظائف التي تقوم بها البعثة في الدولة المعتمد عليها، وظهرت الوظيفة الإعلامية منذ العصر البيزنطي حيث تحول الدبلوماسي الخطيب أيام الرومان إلى دبلوماسي مراقب، حيث يراقب أحوال وأوضاع البلد الموفد إليه ويرفع التقارير بهذا الشأن إلى دولته المتضمنة المعلومات عن قوة هذا البلد في جميع المجالات لاسيما الإقتصادية والعسكرية، ومنذ ذلك الحين أخذت تتطور هذه الوظيفة مع تطور العمل الدبلوماسي حتى وصل الأمر إلى الإعتقاد بأن هذه الوظيفة هي وظيفة تجسس تقوم على وسائل غير مشروعة: وسائل الكذب والدجل، والخداع، وشراء المعلومات، غير أنه مع تطور أسلوب وممارسة الدبلوماسية ومع الانتقال لمرحلة الدبلوماسية العلنية أو المكشوفة، تطورت هذه الوظيفة وأصبحت من الوظائف الأساسية في عمل البعثات من حيث الإتصال والإحتكاك وتبادل المعلومات بين الدولة المعتمدة والدولة المعتمد عليها، وذلك بجميع الوسائل المشروعة التي أقرها القانون الدولي، بمعنى آخر أصبحت هذه الوظيفة تقوم على استخدام وسائل مشروعة ومسموح بها من إتصالات رسمية وشبه رسمية وإستخدام أجهزة سلكية ولاسلكية ورسل دبلوماسيين وأجراء المقابلات والزيارات الرسمية وإقامة الصداقات والصلات مع كل الأطراف في الدولة المعتمد لديها ومنها الجسم الدبلوماسي العامل في هذه الدولة، بهدف تبادل المعلومات وتكوين صورة دقيقة عن السياسة الخارجية والداخلية للدول المعتمد عليها ومدى تأثيرها وتأثيرها بالأحداث الدولية ونتائجها، ومن خلال هذه الوظيفة تصبح البعثات الدبلوماسية وسيلة إتصال أساسية في تبادل المعلومات والأخبار ومعالجة كل المسائل التي من شأنها تطوير وتعزيز العلاقات بين

الدولتين(الشامي،2009،ص299-300)

ويذكر كل من (الرشدان والموسى، 2005، ص 213-214) بأن هناك بعض التغييرات

التي أحدثتها ثورة الإتصالات والمعلومات على الدبلوماسية ووظائفها هي:

1. أدت سرعة الإتصال الناتجة عن تطور تقنيات المعلومات والإتصال الجماهيري والمواصلات، إلى تطور هائل في سرعة إنتقال الأفكار والثقافة عبر الأقمار الصناعية وشبكات التلفاز الفضائية وسرعة إنتقال الأحياء "الإنسان" والأشياء "السلع والبضائع" وهذا يبين مدى ما يكتنف الدبلوماسية من تغييرات، فالدبلوماسي كان يملك في الماضي هامشاً أكبر من حرية التصرف في تمثيل بلاده في الدول المعتمد لديها، وكان السفير أو أعضاء البعثة يجرون المفاوضات والإتفاقيات ولم يكن يحد من حريتهم غير التعليمات التي تصدر لهم ، ولكن بفضل المعلومات والتكنولوجيا أصبحت المعلومات تأتي أولاً بأول وسهولة المواصلات كذلك أصبح من الشائع أن يقوم رئيس الدولة أو من يمثله بمهمة المفاوضات وعقد الإتفاقيات بشكل مباشر .

2. لقد جعلت سرعة إنتقال المعلومات مهمة الدبلوماسي أكثر يسراً من جهة، وأكثر صعوبة من جهة أخرى، فسرعة تبادل المعلومات تؤدي إلى سرعة التواصل وسهولة الإتصال ونشر الحقائق، ولكن هذه السرعة تتطلب مهارة عالية وقدرة على تصنيف وتحليل المعلومات، وهو مالا يتوفر إلا بالممارسة والتدريب، وهذا يقتضي من الدبلوماسي العادي أن يكون ذا مهارة عالية في معالجة وتصنيف وتحليل المعلومات بالسرعة المناسبة.

3. أدى تطور تقنيات الإتصال والمعلومات إلى ظهور مفهوم الدبلوماسية الأنية، وهذا المفهوم ناتج عن دمج تقنيات الأقمار الصناعية، والبث التلفزيوني، والحاسوب والهاتف، مما أدى إلى تداخل الدبلوماسية الإعلامية مع الدبلوماسية الرسمية .

## دور العلاقات العامة في الدبلوماسية

تزايدت أهمية العلاقات العامة الدولية في العالم، نتيجة للتغيرات التكنولوجية والسياسة الاقتصادية التي طرأت عليها ، والتي منحت شعوبها حرية التعبير، وإقراراً بقوة الرأي العام فيها، فالنجاح الذي تحقق في مجال شعوبها مكن من بث ونشر المعلومات والأفكار بسهولة وبسرعة فائقة، وأتاح الفرصة للبشر للإتصال ببعضهم البعض والتأثير على الرأي العام العالمي بشكل كبير، وبما أن الدبلوماسية نشأت كوسيلة للإتصال والتفاهم بين الجماعات البشرية المتجاورة وتطورت علاقاتها شعرت بحاجتها إلى إنتهاج حسن العلاقة مع بعضها، وقد أقتضى هذا نشوء الأسلوب الدبلوماسي كسلوك إجتماعي يتطلب الحاجة إلى التفاهم والتعاون وتبادل المعرفة والمنفعة من أجل الإستقرار والسلام والحماية والأمن، كما أدت العولمة والثورة التكنولوجية إلى سرعة التغيير في مختلف مجالات الحياة اليومية والعلاقات الدولية، مما حدا بالمجتمعات في التوسع وتوفير المعرفة وسهولة الحصول على المعلومات مما مكن المجتمعات في التوسع وتوفير المعرفة وسهولة الحصول على المعلومات، إضافة إلى ظهور المجتمع المدني كجهات فاعلة غير حكومية في التواصل مع الشعوب مما أدى إلى بروز أهمية العلاقات العامة الدولية والدبلوماسية المعاصرة في المجتمعات المتقاربة(الفتاح،2014،ص71-72).

وتسعى معظم الدول لتحقيق أهدافها والمحافظة على مصالحها المختلفة وعلى جميع المستويات الإقتصادية والثقافية والسياسية وحماية الأمن القومي للدولة من التحديات الداخلية والخارجية، ومن هنا يكون لكل دولة مصلحة في الإتصال والتفاعل المستمر مع غيرها من الدول لأجل تحقيق أهدافها ومصالحها، ومن المعروف أنه لا يمكن لأية دولة أن تعيش بمعزل عن باقي دول العالم، وخاصة في ظل ثورة الإتصال والمعلومات، الأمر الذي قرب المسافات بين الدول بشكل كبير، وقلل من أهمية الحدود والحواجز الجغرافية وجعل الدول أكثر تأثراً في



ما يدور في غيرها من دول العالم الأخر، فالعلاقات الدولية تمثل عملية تفاعلية متعددة الأوجه بين الدول وبدرجات مختلفة، وحتى تدير كل دولة علاقاتها الخارجية، فلا بد أن يكون هناك جهاز متخصص لكي يمثلها ويكون أداة تستخدم في التعبير عن وجهة نظر الدولة مع غيرها فتلجأ الدولة إلى الدبلوماسية بمعناها الوظيفي لتحقيق هذه الغاية. فالدبلوماسية أصبحت ضرورة في طبيعة العلاقات الدولية وما نتج عن ذلك من تطور وهي وسيلة و أداة تستخدمها الدولة في تحقيق أهداف سياستها الخارجية ومصالحها في حدود من الموارد والإمكانيات المتاحة، وهي بذلك تلتقي مع العلاقات الدولية من حيث أن كلا منهما يهدف الى تحقيق وحماية مصالح الدولة، وأن ما يمكن أن تفعله الدول الأخرى سوف يكون انعكاساً على سياستها الخاصة.

### مفهوم العلاقات العامة الدولية:

إزداد الإهتمام بالعلاقات العامة على المستويين الأكاديمي والمهني، ولكن لا زال البعض يجهل وجود ما يسمى بالعلاقات العامة الدولية، ويرى فريق ثاني أن العلاقات العامة الدولية هي أسرع مجالات مهنة العلاقات العامة نمواً وتطوراً وأكثرها غموضاً، ويرجع هذا الاختلاف جزئياً إلى أن ثمة كثيراً من الأنشطة التي تدخل تحت مظلة العلاقات العامة الدولية، والتي تمتد من الإستضافة إلى الترويج إلى الدبلوماسية وبناء العلاقات، ويرى فريق ثالث: أن العلاقات العامة الدولية هي التي تمارس فقط من جانبي الأطلنطي بين الولايات المتحدة الأمريكية وكندا من جانب، وبين دول غرب أوروبا على الجانب الآخر (الجمال، 2009، ص 32-33).

أما الفريق الرابع فيرى أن العلاقات العامة الدولية هي مجرد بناء علاقات بوسائل الإتصال، أو دعم العمليات التسويقية في إطار أهداف العلاقات العامة، وأنه في قليل من الحالات تقوم الشركات العالمية ببناء علاقات عامة دولية كمكون إستراتيجي في الإدارة التنفيذية، وتحاول إستخدامها لحل المنازعات أو تخفيفها لتجنب التدخل بالقوة من قبل أطراف أخرى. ويدل إختلاف الآراء على هذا النحو وأنه لا يوجد إتفاق على مفهوم العلاقات العامة الدولية (wakefield, 2001,P2).

فقد عرف ( Black, 1995, P8 ) العلاقات العامة الدولية على أنها: "الجهود المخططة التي تستهدف إيجاد مفاهيم مشتركة بين جهة ما وجماهيرها المستهدفة من خلال تجاوز الفجوات الجغرافية واللغوية والثقافية.

ويرى جورنج (Grunig, 1995,P165) أن العلاقات الدولية هي فهم كيف تمارس المشروعات الاقتصادية عبر الحدود الدولية، وفهم كيفية ممارسة العلاقات العامة في هذا السياق.

أما (wakefield, 2001,P 25) فقد عرف العلاقات العامة الدولية "بأنها برنامج متعدد الجنسية يتضمن تنسيقاً معيناً من مقر المنظمة والدول المختلفة التي توجد فيها مكاتب المنظمة أو جماهيرها ويكون له نتائج محتملة في أكثر من دولة.

حينما بدأت أنشطة العلاقات العامة تتجه إلى المجال الدولي خلال العقد السادس من هذا القرن كان الهدف الأساسي منها مرتبطاً في الأساس بالتسويق للشركات الإنتاجية، حيث تستخدم الحكومات وكالات للعلاقات العامة الدولية في كسب تأييد الرأي العام، ورجال السلطتين التشريعية والتنفيذية في الدول التي تؤثر سياستها على مصالح هذه الحكومات وشعوبها. كما تستخدمها أيضاً في تنشيط حركة السياحة بها، وفي رسم صورة مشرقة لها في المجتمع العالمي، وكسب تأييد الرأي العام العالمي لسياستها، وتستعين بعض الحكومات بهذه الوكالات في التخطيط الإعلامي الداخلي لكسب ثقة الجماهير وتأييدها (عجوة، وفريد، 2005، ص106).

بعد الحرب العالمية الثانية بدأ أنتشار نشاط العلاقة العامة الدولية بشكل ملحوظ، ففي السنوات التي تلت الحرب أزداد نشاط بعض المستشارين على الصعيد الدولي وفكر البعض في إنشاء وكالات دولية لتغطية هذا المجال، وقد تضاعف هذا المجال على شكل مكاتب إستشارية في العواصم الأوروبية.

## إستراتيجيات العلاقات العامة الدولية:

تستخدم العلاقات العامة الدولية سواء التي تمارسها المنظمات أو الحكومات أو المنظمات الدولية، على ممارسة العلاقات العامة الدولية في بناء علاقات قوية ومستمرة مع وسائل الإتصال المحلية والعالمية، ومع قيادات الأجهزة الحكومية والشخصيات البارزة في الدول التي تعمل فيها، بهدف فتح قنوات رسمية وغير رسمية تسهل عمل هذه المنظمات الدولية فيها وتمتد هذه الإستراتيجية إلى بناء علاقات غير مباشرة مع أفراد المجتمع المحلي لبناء وإدارة سمعة هذه المنظمات والحكومات في المجتمعات المحلية في هذه الدول.

وتتضمن هذه الإستراتيجيات برامج خدمة المجتمع من خلال تقديم خدمات مباشرة للمجتمع المحلي بشكل يدركه الأفراد، ويشعرون بعائدته المباشر عليهم، فقد تقوم المنظمات بمبادرات من جانبها مثل تمويل بناء المدارس والمستشفيات، والإسهام في حملات التوعية الاجتماعية والصحية. أو قد تقوم المنظمات بالمشاركة في برامج ومشروعات التنمية الوطنية التي تنظمها الحكومات.

ويعتبر إنخراط المنظمات الكبرى في معالجة قضايا ومشكلات الدول التي تعمل فيها أمراً مهماً خصوصاً في الدول والمجتمعات المقاومة أو غير المرحب بوجودها، والتي ترى فيها امتداداً لجهود الإستعمار والإضطهاد وإستنزاف الثروات الوطنية الهند على سبيل المثال تشارك شركات سوزوكي ويونيليفر في مشروعات التنمية المحلية المتضمنة في خطط التنمية الوطنية التي تضعها الحكومة الهندية، وتحرص على توظيف موظفين محليين، وإعطاء أولوية للأعراف والتقاليد الهندية أثناء معالجة الأزمات، وإعطاء أولوية للأعراف والتقاليد الهندية أثناء معالجة الأزمات، وإعطاء أهمية كبيرة للبيئة السياسية والاقتصادية والثقافية والوطنية وتحرص المنظمات على التعلم المستمر في البيئة المحلية (الجمال، 2009، ص 137 - 138).

## المبحث الثالث

### مفهوم السياسة الخارجية

تعد السياسة الخارجية ظاهرة معقدة ومتغيرة ومازالت الدراسات تعاني من إجماع أكاديمي على ماهية السياسة الخارجية، وذلك بسبب صعوبة الإلمام بجميع المتغيرات المؤثرة في عملية صنع السياسة الخارجية ومشكلة السرية التي تحاط بها عملية اتخاذ القرارات السياسية الخارجية، إضافة إلى ذلك عدم وجود اتفاق ضمني لتعريف السياسة الخارجية بشكل محدد وبناء.

وقد اختلف الباحثون والمتخصصون في تعريف السياسة الخارجية بغية توضيح الصورة التي أطرت فيها السياسة الخارجية كأحد الأركان الأساسية في العلاقات الدولية، وقد يعرف البعض السياسة الخارجية بعمومية كبيرة، بينما يذهب البعض إلى تحديدها في إطار ضيق، وهو دليل على وجود عدة تعريفات للسياسة الخارجية.

وقد عرفها فيرنس بأنها "مجموعة من القواعد أو منهج للعمل أو كلاهما يتم اختياره للتعامل مع مشكلة أو واقعة معينة حدثت فعلاً أو تحدث حالياً أو يتوقع حدوثها مستقبلاً (سليم، 1998، ص7).

والسياسة الخارجية مجموعة الأفعال وردود الأفعال التي تقوم بها الدولة في البيئة الدولية سعياً لتحقيق أهدافها، ويمكن تعريف السياسة الخارجية في دولة ما بأنها تنظيم نشاط الدولة في علاقتها مع غيرها من الدول وقد قدم والتر ليبمان معادلة تتكون منها السياسة الخارجية حيث قال: أن السياسة الخارجية هي العمل على إيجاد توازن بين الإلتزام الخارجي لدولة ما والقوة التي يلتزم تنفيذها هذا الإلتزام (يوسف، 2006، ص30)

ويعرفها باتريك مورجان بأنها" التصرفات الرسمية المحددة التي يقوم بها صانعو القرارات السلطويون في الحكومة الوطنية، أو ممثلوهم بهدف التأثير في سلوك الفاعلين الدوليين الآخرين، أما رمضاني فقد عرفها بشكل موجز بأنها "السلوك الخارجي الهادف والمؤثر لصانع القرار " كما وعرفها فاضل زكي بأنها الخطة التي ترسم العلاقات الخارجية لدولة معينة مع غيرها من الدول.

ويمكن فهم السياسة الخارجية لدولة من الدول على أنها النشاط السياسي الخارجي لصانع القرار والرامي إلى التأثير في البيئة الخارجية لدولته أو أنها منهج العمل الواعي الذي يعتمده الممثلون الرسميون للمجتمع القومي بهدف تثبيت موقف دولي أو تغييره في النظام الدولي وبما يتفق والأهداف المحددة سلفاً، أو أنها برنامج عمل الدولة في المجال الخارجي ، أو أنها مجموعة من الأنشطة والتصرفات التي تقوم بها الدولة إزاء الدول الأخرى بقصد تحقيق أهدافها في ضوء الحدود التي تفرضها قواعد التعامل الدولي ، أو أنها برنامج العمل العلني الذي يختاره الممثلون الرسميون للوحدة الدولية من بين مجموعة البدائل البرامجية المتاحة من أجل أهداف محددة في المحيط الدولي، وهناك من يرى بأنها القرارات التي تحدد أهداف الدولة الخارجية والأعمال التي تتخذ لتنفيذ تلك القرارات، والسياسة الخارجية هي السلوك السياسي الخارجي لصانعي القرار والذي يعبر عن إرادة دولته ومصالحها تجاه غيره من الوحدات السياسية أو الدول خلال فترة زمنية معينة ولتحقيق أهداف معينة، إذن الدولة عندما تضع سياستها الخارجية تضع اعتبارات مصالحها الوطنية بالدرجة الأولى وتستند في ذلك إلى مقوماتها الداخلية وظروفها التاريخية وأوضاعها الجغرافية والإستراتيجية(محمد،2000،ص75).

ومما سبق فإن وزارة الخارجية هي التي تهتم بوضع سياسة الدولة الخارجية، إلا إن مهمة وضع هذه السياسة موضع التطبيق تسند في كثير منها إلى البعثات الدبلوماسية التي تشارك في تنفيذ السياسة الخارجية (قادري،2011،ص 21-22).

## ويستمد بحث السياسة الخارجية أهمية من حقيقتين :

الأولى: إن السياسة الخارجية تعد مصدراً هاماً من مصادر الشرعية للنظم السياسية في كثير من الدول، وهذا يعبر عن التداخل الشديد بين السياستين الخارجية والداخلية.

الثانية: السياسة الخارجية لدولة هي ردود أفعال السياسة الدولية أو العلاقات الدولية التي تمثل روح مجموع السياسة الخارجية لأعضاء المجتمع الدولي ، كما أن السياسة الخارجية هي مزيج من مصالح أو تصورات عدة قد تكون مترابطة أو أن لا تكون، ولقد درج المشغولون بعلم السياسة الخارجية أن يتحدثوا عن خطط وأهداف طويلة المدى، فعلى المسؤولين عن صنع القرار أن يختاروا بين جملة خيارات من حيث عدد الاستجابات والمبادرات ما بين السياسة الدولية والسياسة المحلية (يوسف، 2006، ص42).

### أهداف السياسة الخارجية

للسياسة الخارجية أهداف كثيرة من خلال طرق العمل في تحقيق مجموعة من الأهداف والتي تتمثل فيما يلي (الهاشمي، 2011، ص21):  
أولاً: تمكين الدول كافة في الحصول على القوة.

ثانياً: صيانة أمنها والمحافظة على إستقلالها والدفاع عن الكيان الذاتي (الأمن القومي)

ثالثاً: السعي وراء مصالحها الإقتصادية وحمايتها وضمان مواردها الطبيعية ومسيرتها التنموية (الأمن الإقتصادي والتنموي).

رابعاً: مقاومة أي اختراق أو تدخل من جانب أي دولة أو عقائد خارجية أو أفكار مدسوسة ، ومقاومة المحاولات السافرة لتحقيق الإختراق الحضاري والأيدولوجي (الأمن الثقافي).

خامساً: تكريس وحدتها الوطنية وعدم التدخل في شؤونها الداخلية (الأمن السياسي).

سادساً: عدم عزل السمعة والهيبة التي تتمتع بها الدولة عن منجزاتها المادية والمعنوية وإحترام سيادتها وشرعيتها الدولية.

سابعاً: إرتباط الدول بين موضوعات الأمن القومي والمصالح الاقتصادية في سبيل نشر دعايتها القومية والعقائدية في الدول الأخرى وتشجيع بعثات التبادل الثقافي والعلمي التي تساعد على تحقيق الغايات.

وتعتبر أهداف السياسة الخارجية تابع من توابع المصلحة الوطنية، وفيما يتعلق ببناء أهداف السياسة الخارجية يتم تحديد أهداف طويلة الأمد، ومتوسطة الأمد، وقصيرة الأمد وفي نفس الوقت توضع أولويات للأهداف، وتقتضي ضروريات السياسة الخارجية بأن تعلن عن أهداف معينة دون الإعلان عن أهداف أخرى وفقاً لضروريات هذه السياسة.

وفيما يتعلق بأبرز أهداف السياسة الخارجية فيرى سرور (سرور، 2003، ص 28-29)

بأنه يمكن أجمالها على النحو التالي:

### 1. حماية الأمن القومي

تتأثر مكانة الدولة وهيبتها وسمعتها تأثيراً طردياً مع ما تتمتع به من أمن وازدهار واستقرار، ولذلك فإن حماية الأمن القومي للدولة يكون في سلم أولوياتها، لان ذلك يزيد من فعالية سياستها على الساحة الإقليمية والدولية، ولذى فعلى الدول ألا تفرط بأمنها للدول الأخرى مهما بلغت الضغوط التي تتعرض لها، وإلا أنهار كيانها الإقليمي وإضمحلت وتم تقسيمها بين عدد من الدول الطامعة، أو قد يؤدي إلى إنكماش حجمها وتشتت سكانها وتبدد مواردها، وبالتالي تقلص نفوذها الإقليمي والدولي.

## 2. تنمية إمكانيات القوة للدولة

تسعى الدول للحفاظ على كيانها السياسي والقومي لإملاك إمكانيات تكون قادرة على مواجهة الضغوطات والتهديدات التي تتعرض لها إقليمياً أو دولياً، ولا يمكن إغفال أهمية امتلاك الدولة لعناصر القوة والتي تحدد طبيعة سياستها الخارجية، وتكمن أسس القوة السياسية للدولة في القواعد الاقتصادية والبشرية والعسكرية والجغرافية والسياسية والاجتماعية، ولذلك فإن قدرة هذه العوامل يفسح المجال أمام السياسة الخارجية على أن تعتمد على أساليب متنوعة سعياً وراء أهدافها .

## 3. تحقيق التنمية والرفاهية الاقتصادية

أن تحقيق التنمية من أهداف الدولة الاقتصادية الهامة، بل يعتبر إحدى مصادر المصلحة القومية للدولة، لذا سعت الدول منذ تشكيلها إلى البحث عن موارد اقتصادية تكفل لمواطنيها حياة كريمة في ظل رخاء وإزدهار اقتصادي، لأنه سيضعف من قوتها وإمكاناتها وقدرتها، والعلاقة بين الرفاهية الاقتصادية وقوة الدولة علاقة وثيقة جداً، فالعامل الاقتصادي يعتبر من أبرز العوامل وأكثرها أهمية لقوة الدولة، فإذا كان اقتصادها قوياً وتمتلك موارد أولية وخبرة في كيفية استثمارها كان لها ثقل سياسي دولي.

## 4. الأهداف الأيديولوجية

تعتبر الأهداف الأيديولوجية أحد مصادر المصلحة القومية للدولة تلك المتعلقة بثقافة المجتمع وتراثه الفكري من أجل تحقيق هذا الهدف، فإن الدول تحرص على حماية معتقداتها وتراثها وإتجاهاتها من محاولات الإختراق والتشويه، من قبل الدول المناوئة أو بعض الجماعات والحركات المعادية سواء على الصعيد الداخلي أو الخارجي.



وبالإشارة إلى هذه الأهداف في تنفيذ السياسة الخارجية إلا أن نجاح السياسة الخارجية

الأكيد يستند إلى أعمدة ثلاث:

1. دبلوماسية نشطة.

2. دعاية وإعلام ذكي.

3. قوة عسكرية يقظة (الهاشمي، 2009، ص 27)

### أدوات السياسة الخارجية

يتطلب تحقيق أهداف السياسة الخارجية إستعمال مجموعة من الأدوات وتعبئة مجموعة من الموارد والمهارات المناسبة التي من دونهما يصبح من العسير تحقيق تلك الأهداف ما لم يوكل تحقيقها لفاعل دولي، أن أدوات السياسة الخارجية بصفه عامة تتضمن الموارد الإقتصادية والمهارات البشرية المستعملة في صياغة السياسة الخارجية وتنفيذها، ويقسم هيرمان أدوات السياسة الخارجية إلى أدوات محددة مثل (عبيد، 2004، ص 28-31).

### 1. الأدوات الدبلوماسية

وتضم المهارات والموارد التي تستعملها الدولة في تمثيل ذاتها إزاء الوحدات الدولية الأخرى والتفاوض معها بما في ذلك شرح سياستها الدولية وحماية مواطنيها وممتلكاتهم في الخارج، وتنظيم تعاملهم مع الاجانب.

### 2. الأدوات الإعلامية

من أجل تحقيق السياسة الخارجية تلجأ الدول الى الأداة الإعلامية بوصفها من الأدوات التي تعتمد عليها في تنفيذ سياستها الخارجية، من خلال شرح أبعاد ومضامين السلوك السياسي الخارجي لدى الأوساط الشعبية وأوساط الرأي العام في مختلف الدول بصفة خاصة، وذلك للتأثير على الإتجاهات بشكل إيجابي (مطر، 2012، ص 71).

### 3. الأدوات الرمزية

تتدرج تحت الأدوات الرمزية مجموعة من أدوات السياسة الخارجية التي تتضمن محاولة التأثير في أفكار الآخرين، وتشمل تلك الأدوات مجموعة من الأدوات الدعائية والأيدلوجية والثقافية، وتتضمن الأدوات الدعائية تلك الأنشطة الموجهة إلى التأثير في مفاهيم الأفراد العاديين والنخب غير الرسمية في الوحدات الدولية الأخرى.

### 4. الأدوات العلمية والتكنولوجية

وتشمل الموارد والمهارات التي تتطوي على إستعمال المعرفة العلمية النظرية وتطبيقها لحل مشكلات معينة، وتتمثل تلك الأدوات بالتبادل العلمي، وبرامج المساعدة الفنية، وتوظيف الأقطار الصناعية لأغراض الإتصال الخارجي، إضافة إلى إستكشاف الفضاء الخارجي والمحيطات والإشتراك مع الآخرين.

### 5. الأدوات الإقتصادية

وتشمل الأنشطة التي تستعمل للتأثير في إدارة وتوزيع الثروة الإقتصادية للدولة أو لأي وحدات دولية أحر، وتشمل تلك الأنشطة إنتاج وتوزيع وأستهلاك البضائع والخدمات وتبادل الثروة والمعاملات المالية وغيرها.

## مفهوم الدبلوماسية

إن الدبلوماسية فن سياسة الدولة الخارجية والمحافظة على مصالحها المختلفة في العلاقات الثنائية والأقليمية والدولية، ومن المعروف إن الوظيفة الدبلوماسية ليست حديثة التكوين بل هي قديمة قدم الحضارات الإنسانية.

وتدل الآثار والحفريات التي تركتها الحضارات الإنسانية القديمة مثل حضارة وادي الرافدين وحضارة وادي النيل إن الدبلوماسية وظيفة شائعة من خلال الوفود التي كان الملوك يتبادلونها لعقد محادثات أو تسهيل مهمات تجارية أو التوصل إلى صيغة لإنهاء الصراعات وقرار السلام، وفي أعقاب البعثة النبوية الشريفة، أرسل الرسول صلى الله عليه وسلم رسائل إلى قادة العالم في ذلك الوقت يدعوهم إلى الإسلام، وقد حمل رسائله الكريمة إلى كسرى فارس إمبراطور الروم ونجاشي الحبشة وملوك عمان مبعوثين تم إختيارهم بدقة وعناية، إتصفوا بإيمانهم العميق بالدين الجديد، وبالثقة التي أولاها لهم الرسول الكريم (ص) وبالقدرة الفائقة على الشرح والأقناع والدعوة للدين الحنيف، وفي مختلف الحقب التاريخية كانت العلاقات الخارجية جزءاً من سياسة الدولة (الداود، 2007، ص1).

وللدبلوماسية معاني كثيرة فهي تعني (فن إدارة الشؤون الدولية لأمر يتطلب دقة الملاحظة والقدرة على التوجيه والإقناع)، وهي بهذه الحالة تأتي بمعنى رديف لمعنى التفاوض، وأطاره المليء بالمجاملات وأساليب فن الكلام واللياقة والقدرة على التوجه والأقناع، في حين يراها الدكتور سموحي بأن "الدبلوماسية هي عبارة عن مجموعة من القواعد والأعراف والمبادئ الدولية التي تهتم بتنظيم العلاقات القائمة بين الدول والمنظمات الدولية، والأصول الواجب إتباعها في تطبيق أحكام القانون الدولي والتوفيق بين مصالح الدول المتباينة وفن إجراء

المفاوضات والإجتماعات والمؤتمرات الدولية وعقد الإتفاقات المعاهدات، ويرأها البكري " بأنها عملية سياسية تستخدمها الدولة في تنفيذ سياستها الخارجية من خلال تعاملها مع الدول والأشخاص الدوليين، وإدارة علاقتها الرسمية بعضها مع بعض ضمن النظام الدولي، في حين يرأها الشامي " بأنها علم وفن إدارة العلاقات بين الأشخاص الدوليين، وهي مهنة الممثلين الدبلوماسيين، أو الوظيفة التي يمارسها الدبلوماسيون، وميدان هذه الوظيفة هو العلاقات الخارجية للدول والأمم والشعوب (خلف، 2010، ص75).

والدبلوماسية هي فن تمثيل الحكومة ومصالح البلاد لدى الحكومات وفي الدول الأجنبية وبالتالي فهي تثير فكرة إدارة الشؤون الدولية ومتابعة المفاوضات السياسية والعلاقات الخارجية ورعاية المصالح الوطنية للشعوب والحكومات في علاقاتها المتبادلة في حالتها السلم والحرب، أي أنها وسيلة تطبيق القانون الدولي " والدبلوماسية ماهي إلا فن تمثيل الحكومة ورعاية مصالح الدول لدى بلد أجنبي، ويتضمن هذا السهر على إحترام حقوق ومصالح الدولة وإدارة العلاقات الخارجية طبقاً للتعليمات والمراسلة والقيام بالمفاوضات الدبلوماسية.

ويذكر (فياض 2013، ص184) أن للدبلوماسية عدة صور منها:

1. **الدبلوماسية الثنائية التقليدية:** وهي قائمة على الإتصال والمفاوضات بين دولتين معنيتين، لأنها تعني بمصالحهما المشتركة.

2. **الدبلوماسية الجماعية أو دبلوماسية المؤتمرات:** وهي دبلوماسية قائمة على مبادئ عقد المؤتمرات التي تدعو إليها الدول أو المنظمات الدولية الإقليمية.

3. الدبلوماسية البرلمانية أو دبلوماسية المنظمات الدولية: وهي التي تجري ممارستها من

خلال الدورات العادية التي تعقدتها المنظمة الدولية، خاصة بوجود الوفود الدائمة.

4. الدبلوماسية الرئاسية أو دبلوماسية الإعلام: وهي العمل الدبلوماسي القائم على الإتصال

والتعامل مباشرة بين الشعوب والتنظيمات السياسية والحكومات.

5. الدبلوماسية الإقتصادية: هي التي تقدمها الدول بشكل ثنائي أو جماعي بكل أشكالها،

كصندوق النقد الدولي وغيره.

6. دبلوماسية القمة: وهي الدبلوماسية التي تعقد بين رئيسين، أو ملكين، أو ثلاث من قادة الدول

أو أربعة بشأن العلاقات والمصالح المشتركة، وبشأن توحيد المواقف إزاء صراع أو أزمة دولية

معينة، وهذه الدبلوماسية يطلق عليها تسمية مؤتمرات القمة.

7. دبلوماسية الموبايل والدائرة المغلقة: ويطلق عليها تسمية دبلوماسية التكنولوجيا العالية، وهي

تجري إتصالاتها بين قادة الدول وحتى تتجج البعثة الدبلوماسية في تحقيق أهدافها التي هي

أهداف دولتها على عوامل عديدة يمكن إنجازها على الشكل التالي (الداود، 2007، ص16-17)

1. حسن إستخدام البعثة الدبلوماسية لوسائل العلاقات العامة والإعلان وامكانية نقل صورة بلدها

وبشكل مشرف ومشوق وجذاب إلى شعب الدولة المضيضة من خلال الصحف والإذاعة

والتلفزيون والمحاضرات والمراكز الثقافية والمعارض التجارية والفنية التي تقيمها البعثة

الدبلوماسية أو تسهل إقامتها في الدول المضيضة.

2. بناء جسور من الثقة بين رئيس البعثة وقيادة الدولة المعتمد لديها وخصوصاً من رئيس الدولة

والبرلمان ورئيس الوزراء ووزير الخارجية والوزراء وإظهار حسن النية في الحرص على

تطوير العلاقات لمصلحة البلدين.

3. قدرة المبعوث الدبلوماسي على نقل أفكار وآراء وسياسات دولته إلى قيادات الدولة المعتمد لديها بدقة ووضوح وصراحة (وإن نقل الصورة الحقيقية وأن كانت مرة أو غير سعيدة أحياناً) أفضل بكثير من نقلها مشوهة أو مبتورة.

4. إيمان المبعوث الدبلوماسي بأن مهمته الحقيقية هي خدمة مصالح بلاده وبناء جسور تدعم هذه المصالح على المدى البعيد.

5. نجاح رئيس البعثة في تحقيق وحدة العمل المشترك داخل البعثة الدبلوماسية يضمن نجاح تحقيق برامج السياسة الخارجية في كافة القضايا المختلفة، وإن ظهور العمل الدبلوماسي بوحدة واحدة يعكس صورة إيجابية عن الدولة المعتمدة.

6. الانضباط التام لرئيس البعثة الدبلوماسية وأعضائها في سلوكهم الإجتماعي من شأنه تكوين صورة مشرقة للدولة المعتمدة أمام حكومة وشعب الدولة المضيفة.

ومن أجل قيام البعثة بوظائفها على أكمل وجه من أجل تحقيق أهدافها تعتمد الدول إلى تنظيم بعثاتها الدبلوماسية بما يتلاءم ومصالحها وإمكانياتها المالية والفنية فهناك بعثات تتألف من عدة أجهزة ومكاتب بشكل يتناسب مع الوظائف الدبلوماسية على قاعدة التخصيص وتقسيم العمل (يوسف، 2011، ص58-59)

## اختبار الثبات:

يُقصد بالثبات أداة جمع المعلومات والبيانات، للتأكد من درجة الاتساق العالية لها بما يتيح قياس ما تقيسه من ظواهر ومتغيرات بدرجة عالية من الدقة والحصول على نتائج متطابقة أو متشابهة إذا تكرر استخدامها أكثر من مرة في جمع نفس المعلومات أو قياس نفس الظاهرة أو المتغيرات (المزاهرة، 2014)

وللتأكد من صلاحية وجاهزية تطبيق الأداة، تمّ تطبيقها على عينة مكونة من (20) مفردة من مجتمع الدراسة وخارج عينة الدراسة، للتحقق من الاتساق الداخلي لعبارات الاستبانة، استخدم الباحث معامل (كرونباخ ألفا)، والتي قيمها، كما تظهر في الجدول رقم (1)، كما تم إخراج النتائج باستخدام برنامج (SPSS) الإحصائي للعلوم الاجتماعي.

### جدول رقم (1)

#### معامل الاتساق الداخلي كرونباخ ألفا

معامل الثبات	أبعاد الاستبانة
0.74	الجوانب التنظيمية
0.73	الجوانب الإدارية
0.82	أنشطة الاتصالية
0.86	الوسائل والأساليب الاتصالية
0.85	استخدام الوسائل والأساليب الاتصال
0.74	أدوار العلاقات العامة في تنمية العمل السياسية
0.74	الصعوبات
0.83	الأداة ككل

يظهر من الجدول رقم (1) أن معامل الاتساق الداخلي لأداة الدراسة بلغ (0.83)، وهي قيمة مناسبة لغايات إجراء الدراسة.

### عينة الدراسة:

تكونت عينة الدراسة من (150) موظف وموظفة في السفارات العراقية، حيث قام الباحث بتصميم استبانة إلكترونية من خلال موقع (<https://admin.typeform.com>) وارسالها إلى العاملين في السفارات العراقية من خلال تطبيق واتس أب أو البريد الإلكتروني أو مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تم استجابة ما قوامه (118) موظف وموظفة، و(32) من الاستبانات التي وزعت لم تكن صالحة للدراسة والتحليل، الجدول رقم (2) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة تبعاً للمتغيرات الشخصية.

الجدول رقم (2)  
توزيع أفراد عينة الدراسة تبعاً للمتغيرات الشخصية (ن=118)

النسبة لمئوية	التكرار	المستوى	المتغير
78.8	93	ذكر	النوع الاجتماعي
21.2	25	أنثى	
100.0	118	المجموع	
28.0	33	25 سنة فأقل	السن
39.8	47	26 - 35 سنة	
23.7	28	36-45 سنة	
8.5	10	أكثر من 45 سنة	
100.0	118	المجموع	
19.5	23	مدير	الوظيفة الحالية
23.7	28	رئيس قسم	
8.5	10	شعبة	
6.8	8	وحدة	
41.5	49	موظف	
100.0	118	المجموع	
25.4	30	أقل من 3 سنوات	سنوات الخبرة
36.4	43	3 - أقل من 5 سنوات	
25.4	30	من 5 سنوات إلى أقل من 7 سنوات	
12.7	15	8 سنوات فأكثر	
100.0	118	المجموع	
15.3	18	ثانوية عامة	المستوى التعليمي
22.0	26	دبلوم متوسط	
44.9	53	بكالوريوس	
9.3	11	ماجستير	
8.5	10	دكتوراه	
100.0	118	المجموع	
6.8	8	بالمحق	هل ترتبط دائرة العلاقات إداريا في سفارتكم
6.8	8	بالتفصيل	
50.0	59	بالسفير	
36.4	43	بمدير الإدارة	
100.0	118	المجموع	
16.1	19	صحافة	التخصص الأكاديمي
26.3	31	إذاعة / وتلفزيون	
17.8	21	علاقات عامة	
17.8	21	إدارة واقتصاد	
16.9	20	علوم سياسية	
5.1	6	تربية	
100.0	118	المجموع	
63.6	75	الإنجليزية	اللغات الأجنبية التي تتقنها إضافة للغة العربية
11.0	13	الفرنسية	
5.9	7	الألمانية	
2.5	3	الروسية	
16.9	20	الإيرانية	
100.0	118	المجموع	
32.2	38	الإعلام	مجال الدورات التدريبية التي شاركت فيها
16.9	20	العلاقات العامة	
25.4	30	السياسة	
21.2	25	الإدارة	
4.2	5	الانتيكينو التيروكول	
100.0	118	المجموع	
9.3	11	أقل من 3 دورات	عدد الدورات
60.2	71	3- أقل من 5 دورات	
30.5	36	أكثر من 5 دورات	
100.0	118	المجموع	



يظهر من الجدول السابق ما يلي:

1. بلغ عدد الذكور في العينة (93) بنسبة مئوية (78.8%)، بينما بلغ عدد الإناث (25) بنسبة مئوية (21.2%)، واتفقت هذه النتيجة مع دراسة الخوالدة (2013) التي أظهرت أن عدد الذكور العاملين في العلاقات العامة أكثر من عدد الإناث.
2. بلغت أعلى نسبة مئوية لتوزيع أفراد العينة تبعاً لمتغير السن (39.8%) للفئة العمرية (26 - 35 سنة)، بينما بلغت أدنى نسبة مئوية (8.5%) للفئة العمرية (أكثر من 45 سنة).
3. بلغت أعلى نسبة مئوية لتوزيع أفراد العينة تبعاً لمتغير الوظيفة الحالية (41.5%) لوظيفة الحالية (موظف)، بينما بلغت أدنى نسبة مئوية (6.8%) لوظيفة (وحدة).
4. بلغت أعلى نسبة مئوية لتوزيع أفراد العينة تبعاً لمتغير سنوات الخبرة (36.4%) لفترة الخبرة (من 3 - أقل من 5 سنوات)، بينما بلغت أدنى نسبة مئوية (12.7%) لفترة الخبرة (8 سنوات فأكثر).
5. بلغت أعلى نسبة مئوية لتوزيع أفراد العينة تبعاً لمتغير المستوى التعليمي (44.9%) للمؤهل العلمي (بكالوريوس)، بينما بلغت أدنى نسبة مئوية (8.5%) للمؤهل العلمي (دكتوراه)، واختلفت هذه النتيجة مع دراسة عاشور (2014) التي أشارت إلى أن العاملين في دائرة العلاقات العامة يحملون درجة الماجستير.
6. بلغت أعلى نسبة مئوية لتوزيع أفراد العينة تبعاً للإجابة عن السؤال "هل ترتبط دائرة العلاقات إدارياً في سفارتكم" (50.0%) للإجابة (بالسفير)، بينما بلغت أدنى نسبة مئوية (6.8%) للإجابات (بالملق، بالقنصل).

7. بلغت أعلى نسبة مئوية لتوزيع أفراد العينة تبعاً لمتغير التخصص الأكاديمي (26.3%)

للتخصص الإلكتروني (إذاعة / وتلفزيون)، بينما بلغت أدنى نسبة مئوية (5.1%)

للتخصص الأكاديمي (تربية).

8. بلغت أعلى نسبة مئوية لتوزيع أفراد العينة تبعاً لمتغير اللغات الأجنبية التي تتقنها إضافة

للغة العربية (63.6%) للغة الإنجليزية، بينما بلغت أدنى نسبة مئوية (2.5%) للغة

الروسية، واتفقت هذه النتيجة مع دراسة عاشور (2014) التي أظهرت أن العاملين في

العلاقات العامة في المنظمات الدولية في الأردن يجدون اللغة ثانية غير لغتهم الأم

(العربية).

9. بلغت أعلى نسبة مئوية لتوزيع أفراد العينة تبعاً لمتغير مجال الدورات التدريبية التي شاركت

فيها (32.2%) لمجال الإعلام، بينما بلغت أدنى نسبة مئوية (4.2%) لمجال (الاتيكيو

التيروكول).

10. بلغت أعلى نسبة مئوية لتوزيع أفراد العينة تبعاً لمتغير عدد الدورات (30.5%) للإجابة

(أكثر من 5 دورات)، بينما بلغت أدنى نسبة مئوية (9.3%) للإجابة (أقل من 3 دورات)

© Arabic Digital Library - Yarmouk University

## الفصل الثالث

### عرض ومناقشة النتائج

يتضمن هذا الفصل عرضاً وتحليلاً لنتائج الدراسة الميدانية، بإستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة، التي تم الحصول عليها من أداة الدراسة الموزعة على الموظفين في السفارات العراقية، وذلك وفقاً لما تناوله من أسئلة وفرضيات، وفيما يلي عرض النتائج:

- أولاً: عرض نتائج إجابة المبحوثين على تساؤلات الدراسة:

النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الأول: ما الجوانب التنظيمية والإدارية المستخدمة في إدارات العلاقات العامة في السفارات العراقية؟

للإجابة عن هذا السؤال تم إستخراج الأوساط الحسابية والإنحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن عبارات أبعاد الجزء الثاني من الإستبانة والذي يهدف للتعرف على الجوانب التنظيمية والإدارية المستخدمة في إدارات العلاقات العامة في السفارات العراقية وقد جاءت النتائج على النحو الآتي:

© Arabic Digital Library Yamouk University

### الجدول (3)

الأوساط الحسابية والإحرفات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن عبارات بُعد الجوانب التنظيمية والبعد ككل مرتبة تنازلياً وفقاً لوسط الحسابي

الرتبة	الرقم	العبرة	الوسط الحسابي *	الانحراف المعياري	درجة التقييم **
1	1	يقوم رئيسي بإعلامي عن ما هو مطلوب مني القيام به.	3.52	0.52	متوسطة
2	2	يوضح أي رئيسي اي تغييرات تطراً في موقع العمل.	3.47	0.50	متوسطة
3	10	يزود الرؤساء مرؤوسيهم بمعلومات ونصائح عن فرص ومتطلبات التطوير في مهنتهم.	3.36	0.56	متوسطة
3	12	توفر السفارة دورات تدريبية للموظفين بما يتفق مع مسارهم الوظيفي.	3.36	0.59	متوسطة
5	3	يتم تعريف الموظفين بسياسات العمل.	3.35	0.56	متوسطة
6	6	يقوم الرؤساء المباشرون بتحديد أهداف الأداء بشكل واضح ومحدد.	3.17	0.80	متوسطة
7	4	تسهم إدارة العلاقات العامة بتفسير سياسات العمل للموظفين .	3.13	0.86	متوسطة
8	5	يوفر الرؤساء المباشرون معلومات واضحة وموضوعية عن اداء مرؤوسيهم بشكل دوري.	3.12	0.85	متوسطة
9	7	يقوم الرؤساء المباشرون بإجراء اتصالات شخصية مع مرؤوسيهم لشرح نتائج تقييم ادائهم.	3.10	0.85	متوسطة
10	8	يساهم الرؤساء بوضع خطة مستقبلية لتطوير وتحسين أداء مرؤوسيهم.	3.08	0.82	متوسطة
11	11	يزود الرؤساء مرؤوسيهم بإرشادات عن كيفية التطوير المهني ومتطلبات الوظائف المستقبلية في مسارهم المهني.	3.00	1.21	متوسطة
12	9	تستند عملية الحكم على أداء العاملين على معايير تقييم واضحة ودقيقة ومفهومة من قبل المرؤوسين.	2.92	1.19	متوسطة
13	13	يدعم الرئيس المباشر الموظف المبدع ويساعده على التجديد و الابتكار في مجال عمله.	2.83	1.26	متوسطة
<b>بُعد الجوانب التنظيمية ككل</b>					
			3.18	0.42	متوسطة

\*الوسط الحسابي من (5)

\*\* معيار الحكم الوسط الحسابي

إذ تراوحت الوسط الحسابي ما بين 1.00- أقل من 2.33 بدرجة منخفضة.

إذ تراوحت الوسط الحسابي ما بين 2.33- أقل من 3.66 بدرجة متوسطة.

إذ تراوحت الوسط الحسابي ما بين 3.66- 5.00 بدرجة مرتفعة.

يظهر من الجدول السابق أن الأوساط الحسابية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن عبارات

بُعد الجوانب التنظيمية تراوحت ما بين (2.83-3.52) بدرجة تقييم متوسطة لجميع العبارات،

حيث جاءت بالمرتبة الأولى العبارة رقم (1) ونصها: يقوم رئيسي بإعلامي عن ما هو مطلوب

موني القيام به، بمتوسط حسابي (3.52)، وبالمرتبة الثانية جاءت العبارة رقم (2) ونصها: يوضح لي رئيسي أي تغييرات تطراً في موقع العمل، بمتوسط حسابي (3.47)، واحتلت العبارتين (10، 12) المرتبة الثالثة ونصها: يزود الرؤساء مرؤوسيهم بمعلومات ونصائح عن فرص ومتطلبات التطوير في مهنتهم، توفر السفارة دورات تدريبية للموظفين بما يتفق مع مسارهم الوظيفي، بمتوسط حسابي (3.36) لكل منها، وجاءت العبارة رقم (13) ونصها: يدعم الرئيس المباشر الموظف المبدع ويساعده على التجديد و الابتكار في مجال عمله، بالمرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (2.83)، وبلغ المتوسط الحسابي للبعد ككل (3.18)، يعود السبب في هذه النتيجة إلى أن الهدف الرئيسي من إقامة دائرة العلاقات العامة في السفارات يمكن في الدور الذي تلعبه في رسم صورة إيجابية للدولة على الصعيد الدولي للإفادة منها سياسياً، وإقتصادياً، وثقافياً، مما يجعل إدارات العلاقات العامة في السفارات العراقية تهتم بتوفير الجوانب التنظيمية وذلك لتقديم معلومات دقيقة بصورة مستمرة ومنتظمة عن الدولة وسياساتها وإنجازاتها للعاملين والمواطنين المقيمين في دولة أخرى أو الدول الأخرى، وإعلامهم بالقوانين والأنظمة والإجراءات التي تمس حياتهم .

#### الجدول (4)

الأوساط الحسابية والإنحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن عبارات بُعد الجوانب الإدارية والبعد ككل مرتبة تنازلياً وفقاً لوسط الحسابي

الرتبة	الرقم	العبارة	الوسط الحسابي *	الانحراف المعياري	درجة التقييم **
1	6	يدعم الرؤساء الإهتمامات الشخصية والهوايات لدى مرؤوسيهم.	3.52	0.57	متوسطة
2	5	يعزز الرؤساء العلاقات الإنسانية غير المرتبطة بالعمل.	3.48	0.55	متوسطة
3	3	يستجيب الرؤساء لطلبات مرؤوسيهم التي تتعلق بالعمل.	3.42	0.53	متوسطة
4	1	يستمتع رئيسي بإهتمام للمشكلات التي أعرضها عليه.	3.41	0.59	متوسطة
5	2	يناقش الرؤساء مع مرؤوسيهم قضايا تتعلق بالعمل.	3.40	0.64	متوسطة
6	4	يُبدي الرؤساء إهتماماً واضحاً لمقترحات مرؤوسيهم لإنجاح العمل.	3.36	0.53	متوسطة
بُعد الجوانب الإدارية ككل					
			3.43	0.36	متوسطة

\*الوسط الحسابي من (5)

\*\* معيار الحكم الوسط الحسابي

إذ تراوحت الوسط الحسابي ما بين 1.00 - أقل من 2.33 بدرجة منخفضة.

إذ تراوحت الوسط الحسابي ما بين 2.33 - أقل من 3.66 بدرجة متوسطة.

إذ تراوحت الوسط الحسابي ما بين 3.66 - 5.00 بدرجة مرتفعة.

يظهر من الجدول السابق أن الأوساط الحسابية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن عبارات بُعد الجوانب الإدارية تراوحت ما بين (3.36-3.52) بدرجة تقييم متوسطة لجميع العبارات، حيث جاءت بالمرتبة الأولى العبارة رقم (6) ونصها: يدعم الرؤساء الإهتمامات الشخصية والهوايات لدى مرؤوسيه، بمتوسط حسابي (3.52)، وبالمرتبة الثانية جاءت العبارة رقم (5) ونصها: يعزز الرؤساء العلاقات الإنسانية غير المرتبطة بالعمل، بمتوسط حسابي (3.48)، وإحتلت العبارة (3) المرتبة الثالثة ونصها: يستجيب الرؤساء لطلبات مرؤوسيهم التي تتعلق بالعمل ، بمتوسط حسابي (3.42)، وجاءت العبارة رقم (4) ونصها: يُبدي الرؤساء إهتماماً واضحاً لمقترحات مرؤوسيهم لإنجاح العمل ، بالمرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (3.42)، وبلغ المتوسط الحسابي للبُعد ككل (3.43)، ويعود السبب في ذلك إلى أن إدارات العلاقات العامة في السفارات العراقية تهتم بتسهيل مهمات وسائل الإتصال الداخلية والخارجية في السفارة، وتوفير الظروف المناسبة لها، مما يجعلها أكثر اهتماماً بتحقيق مستوى عالي من الكفاءة فيما يتعلق بالجوانب الإدارية لنقل صورة حقيقية للدولة خارج حدودها.

**النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الثاني:** ما الأنشطة الإتصالية التي تستخدمها إدارات

العلاقات العامة لتنفيذ أنشطتها وبرامجها في السفارات؟

للإجابة عن هذا السؤال تم إستخراج الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن عبارات الجزء الثالث من الاستبانة والذي يهدف للتعرف على الأنشطة الإتصالية التي تستخدمها إدارات العلاقات العامة لتنفيذ أنشطتها وبرامجها في السفارات وقد جاءت النتائج على النحو الآتي:

الجدول (5)

الأوساط الحسابية والإنحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن عبارات الجزء الثالث من الإستبانة والذي يهدف للتعرف على الأنشطة الإتصالية التي تستخدمها إدارات العلاقات العامة لتنفيذ أنشطتها وبرامجها في السفارات مرتبة تنازلياً وفقاً لوسط الحسابي

الرتبة	الرقم	العبارة	الوسط الحسابي *	الانحراف المعياري	درجة التقييم **
1	2	متابعة ما ينشر من أخبار ومقالات عن السفارة في وسائل الإعلام الإلكترونية.	3.77	0.45	مرتفعة
2	3	تنظيم الإجتتماعات والندوات داخل السفارة.	3.76	0.45	مرتفعة
3	4	تنظيم الإجتتماعات والندوات خارج السفارة.	3.75	0.44	مرتفعة
4	7	إحياء الإحتفالات الوطنية.	3.74	0.43	مرتفعة
5	9	إصدار أفلام توضيحية.	3.73	0.47	مرتفعة
6	8	إصدار المطبوعات والنشرات.	3.71	0.47	مرتفعة
7	16	دراسة مشكلات العاملين في السفارة والسعي لحلها.	3.70	0.52	مرتفعة
8	17	دراسة ومتابعة شكاوي الجمهور الخارجي والرد عليها.	3.69	0.52	مرتفعة
9	18	إقامة وتنظيم المعارض.	3.68	0.48	مرتفعة
10	10	إعداد وتنفيذ إعلانات السفارة في وسائل الإعلام.	3.67	0.52	مرتفعة
10	14	تنظيم مواعيد المقابلات مع الإدارات العليا.	3.67	0.57	مرتفعة
12	6	إحياء الإحتفالات الدينية.	3.66	0.54	مرتفعة
13	15	الإشراف على صندوق الشكاوي والمقترحات.	3.65	0.53	مرتفعة
14	12	إستقبال الزائرين والمراجعين.	3.64	0.59	مرتفعة
15	1	الإتصال والتنسيق مع المؤسسات الإعلامية في الجهات الأخرى.	3.62	0.52	مرتفعة
16	5	القيام بنشاطات إجتماعية وثقافية وترفيهية.	3.61	0.59	مرتفعة
17	11	متابعة لوحات الإعلانات في السفارة.	3.59	0.63	مرتفعة
18	13	الإشراف على الإستعلامات.	3.57	0.62	مرتفعة
<b>الإنشطة الإتصالية ككل</b>					
			3.68	0.28	مرتفعة

\*الوسط الحسابي من (4)

\*\* معيار الحكم الوسط الحسابي

إذ تراوحت الوسط الحسابي ما بين 1.00- أقل من 2.00 بدرجة منخفضة.

إذ تراوحت الوسط الحسابي ما بين 2.00- أقل من 3.00 بدرجة متوسطة.

إذ تراوحت الوسط الحسابي ما بين 3.00- 4.00 بدرجة مرتفعة.

يظهر من الجدول السابق أن الأوساط الحسابية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن عبارات

بُعد الأنشطة الإتصالية تراوحت ما بين (3.57-3.77) بدرجة تقييم مرتفعة لجميع العبارات،

حيث جاءت بالمرتبة الأولى العبارة رقم (2) ونصها: متابعة ما ينشر من أخبار ومقالات عن

السفارة في وسائل الإعلام الإلكترونية ، بمتوسط حسابي (3.77)، وبالمرتبة الثانية جاءت

العبارة رقم (3) ونصها: تنظيم الإجتماعات والندوات داخل السفارة ، بمتوسط حسابي (3.76)، وإحتلت العبارة (4) المرتبة الثالثة ونصها: تنظيم الإجتماعات والندوات خارج السفارة ، بمتوسط حسابي (3.75) ، وجاءت العبارة رقم (13) ونصها: الإشراف على الإستعلامات ، بالمرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي(3.57)، وبلغ المتوسط الحسابي للبعد ككل (3.68)، ويعود السبب في ذلك إلى أن إدارات العلاقات العامة تهدف من الأنشطة الإصالية التي تستخدمها لتنفيذ أنشطتها وبرامجها في السفارات لرصد ما ينشر أو يبحث من خلال وسائل الإتصال الخارجية عن الدولة، ومتابعتها وتقويمها والرد عليه إذا لزم الأمر لذلك، كما يمكن لإدارات العلاقات العامة متابعة ما يجري في مراكز صناعة القرار الدولي من خلال أنشطة الإتصالات.

**النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الثالث: ما وظائف العلاقات العامة في السفارات العراقية؟**

للإجابة عن هذا السؤال تم إستخراج التكرارات والنسب المئوية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن بنود الجزء الثالث من الإستبانة والذي يهدف للتعرف على وظائف العامة في السفارات العراقية، وفيما يلي عرض النتائج :

#### الجدول (6)

التكرارات والنسب المئوية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن بنود الجزء الثالث من الإستبانة والذي يهدف للتعرف على وظائف العامة في السفارات العراقية

لا		نعم		العبارة
%	ت	%	ت	
61.0	72	39.0	46	الأهداف واضحة ومحددة لممارسة أنشطة العلاقات العامة.
70.3	83	29.7	35	تكفي الميزانية المخصصة لتغطية أنشطة العلاقات العامة.
80.5	95	19.5	23	تعتمد إدارة العلاقات العامة على البحث العلمي في ممارسة أنشطتها.
89.8	106	10.2	12	يتم إجراء بحوث حول أنشطة العلاقات العامة داخل وخارج السفارة.
78.8	93	21.2	25	تعتمد إدارة العلاقات العامة على التخطيط لبرامجها .
54.2	64	45.8	54	تمارس إدارة العلاقات العامة التنسيق مع المؤسسات المختلفة.
80.5	95	19.5	23	يتم تقويم أنشطة وجهود العلاقات العامة.



يظهر من الجدول السابق ما يلي:

- 1- بلغت أعلى لإجابات أفراد عينة الدراسة عن العبارة رقم (1) ونصها: الأهداف واضحة ومحددة لممارسة أنشطة العلاقات العامة، (61.0%) للإجابة (لا)، بينما بلغت أدنى نسبة مئوية (39.0%) للإجابة (نعم).
- 2- بلغت أعلى لإجابات أفراد عينة الدراسة عن العبارة رقم (2) ونصها: تكفي الميزانية المخصصة لتغطية أنشطة العلاقات العامة، (70.3%) للإجابة (لا)، بينما بلغت أدنى نسبة مئوية (29.7%) للإجابة (نعم).
- 3- بلغت أعلى لإجابات أفراد عينة الدراسة عن العبارة رقم (3) ونصها: تعتمد إدارة العلاقات العامة على البحث العلمي في ممارسة انشطتها، (80.5%) للإجابة (لا)، بينما بلغت أدنى نسبة مئوية (19.2%) للإجابة (نعم).
- 4- بلغت أعلى لإجابات أفراد عينة الدراسة عن العبارة رقم (4) ونصها: يتم إجراء بحوث حول أنشطة العلاقات العامة داخل وخارج السفارة، (89.8%) للإجابة (لا)، بينما بلغت أدنى نسبة مئوية (10.2%) للإجابة (نعم).
- 5- بلغت أعلى لإجابات أفراد عينة الدراسة عن العبارة رقم (5) ونصها: تعتمد إدارة العلاقات العامة على التخطيط لبرامجها، (78.8%) للإجابة (لا)، بينما بلغت أدنى نسبة مئوية (21.2%) للإجابة (نعم).
- 6- بلغت أعلى لإجابات أفراد عينة الدراسة عن العبارة رقم (6) ونصها: تمارس إدارة العلاقات العامة التنسيق مع المؤسسات المختلفة، (54.2%) للإجابة (لا)، بينما بلغت أدنى نسبة مئوية (45.8%) للإجابة (نعم).
- 7- بلغت أعلى لإجابات أفراد عينة الدراسة عن العبارة رقم (7) ونصها: يتم تقويم أنشطة وجهود العلاقات العامة، (80.5%) للإجابة (لا)، بينما بلغت أدنى نسبة مئوية (19.5%) للإجابة (نعم).

يمكن تفسير هذه النتيجة بأن أنشطة العلاقات العامة في السفارات بمثابة مجموعة من الجهود أو المحاولات التي تعتمد بشكل رئيسي على خلق وتنمية نوع من الصلات التي تساهم في دعم الفهم والإحترام والود المتبادل ما بين الدولة وما بين شعوب الدولة الأخرى.

**النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الرابع:** ما الوسائل والأساليب الإتصالية التي تستخدمها دائرة العلاقات العامة في السفارات؟

للإجابة عن هذا السؤال تم إستخراج الأوساط الحسابية والإنحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن عبارات الجزء الخامس من الإستبانة والذي يهدف للتعرف على الوسائل والأساليب الإتصالية التي تستخدمها دائرة العلاقات العامة في السفارات وقد جاءت النتائج على النحو الآتي:

#### الجدول (7)

الأوساط الحسابية والإنحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن عبارات الجزء الخامس من الإستبانة والذي يهدف للتعرف على الوسائل والأساليب الإتصالية التي تستخدمها دائرة العلاقات العامة في السفارات مرتبة تنازلياً وفقاً لوسط الحسابي

الرتبة	الرقم	العبرة	الوسط الحسابي *	الانحراف المعياري	درجة التقييم **
1	1	الهاتف الأرضي	2.45	0.88	مرتفعة
2	15	الأدلة الإرشادية	2.42	0.90	مرتفعة
3	7	الخطابات	2.41	0.91	مرتفعة
4	10	الزيارات	2.39	0.91	مرتفعة
5	12	الحفلات	2.38	0.92	مرتفعة
6	11	المعارض	2.35	0.94	مرتفعة
7	13	المتاحف	2.31	0.94	متوسطة
8	16	النشرات الدورية	2.31	0.95	متوسطة
9	2	الموبايل	2.29	0.95	متوسطة
10	6	التقارير الدورية	2.28	0.96	متوسطة
11	8	المؤتمرات	2.27	0.96	متوسطة
12	5	البرقيات	2.25	0.96	متوسطة
13	3	الصحف	2.24	0.97	متوسطة
14	14	الكتيبات	2.17	0.99	متوسطة
15	4	المجلات	2.05	0.99	متوسطة
16	9	الندوات	2.00	1.00	متوسطة
		الوسائل والأساليب الإتصالية ككل	2.29	0.57	متوسطة

\*الوسط الحسابي من (3).

\*\* معيار الحكم الوسط الحسابي

إذ تراوحت الوسط الحسابي ما بين 1.00 - أقل من 1.66 بدرجة منخفضة.

إذ تراوحت الوسط الحسابي ما بين 1.66 - أقل من 2.33 بدرجة متوسطة.

إذ تراوحت الوسط الحسابي ما بين 2.33 - 3.00 بدرجة مرتفعة.

يظهر من الجدول السابق أن الأوساط الحسابية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن عبارات بُعد الوسائل والأساليب الإتصالية تراوحت ما بين (2.00-2.45)، حيث جاءت بالمرتبة الأولى العبارة رقم (1) ونصها: الهاتف الأرضي ، بمتوسط حسابي (2.45)، وبالمرتبة الثانية جاءت العبارة رقم (15) ونصها: الأدلة الإرشادية ، بمتوسط حسابي (2.42)، وإحتلت العبارة (7) المرتبة الثالثة ونصها: الخطابات ، بمتوسط حسابي (2.41) ، وجاءت العبارة رقم (11) ونصها: المعارض ، بالمرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي(2.35)، وبلغ المتوسط الحسابي للبُعد ككل (2.27).

يعود السبب في ذلك إلى أن المتطلبات الأولية لبرامج العلاقات العامة الجيدة تعتمد على تعدد وتنوع الوسائل والأساليب الإتصالية التي تستخدمها دائرة العلاقات العامة في السفارات، ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن العلاقات العامة تحاول من خلال تنوع وسائل وأساليب الإتصالات لمواكبة التغيرات التكنولوجية والسياسية والإقتصادية، واتفقت هذه النتيجة مع دراسة عدي (2015) ودراسة عتوم (2010) التي أظهرت وجود تنوع في وسائل الإتصال المستخدمة للوصول إلى الجماهير المستهدفة، وكانت أكثر الوسائل إستخداماً هي (الهاتف، البريد الإلكتروني، الإنترنت، مواقع التواصل الإجتماعي، البيانات الصحفية)، وإختلفت هذه النتيجة مع دراسة الخوالدة (2013) التي أظهرت أن أكثر الوسائل تفاعلاً مع جمهور الوزارة هو وسيلة البريد الإلكتروني.

النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الخامس: ما مدى استخدام موظفين السفارات العراقية

لوسائل وأساليب الإتصال مع الجمهور من وجهة نظرهم ؟

للإجابة عن هذا السؤال تم إستخراج الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات

أفراد عينة الدراسة عن عبارات الجزء السادس من الإستبانة والذي يهدف للتعرف على

إستخدام الموظفين السفارات العراقية لوسائل وأساليب الإتصال داخل السفارة وخارجها وقد

جاءت النتائج على النحو الآتي:

-الجمهور الداخلي للسفارة:

الجدول (8)

الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن عبارات الجزء السادي من الإستبانة والذي يهدف للتعرف على استخدام الموظفين السفارات العراقية لوسائل وأساليب الإتصال داخل السفارة مرتبة تنازلياً وفقاً لوسط الحسابي

الرتبة	الرقم	العبرة	الوسط الحسابي *	الانحراف المعياري	درجة التقييم **
1	7	الإتصالات الهاتفية	2.63	0.78	مرتفعة
2	6	الحفلات والمعارض والأفلام	2.61	0.80	مرتفعة
3	8	الإنترنت	2.53	0.84	مرتفعة
4	5	لوحة الإعلانات	2.38	0.91	مرتفعة
5	1	المقابلات الشخصية	2.27	0.96	متوسطة
5	3	المحاضرات والإجتماعات	2.27	0.95	متوسطة
7	2	الكتب الرسمية	2.25	0.97	متوسطة
8	4	النشرات والملصقات	2.24	0.96	متوسطة
		درجة الإستخدام ككل	2.40	0.62	مرتفعة

\*الوسط الحسابي من (3).

\*\* معيار الحكم الوسط الحسابي

إذ تراوحت الوسط الحسابي ما بين 1.00- أقل من 1.66 بدرجة منخفضة.

إذ تراوحت الوسط الحسابي ما بين 1.66- أقل من 2.33 بدرجة متوسطة.

إذ تراوحت الوسط الحسابي ما بين 2.33- 3.00 بدرجة مرتفعة.

يظهر من الجدول السابق أن الأوساط الحسابية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن عبارات بُعد استخدام الموظفين السفارات العراقية لوسائل وأساليب الإتصال داخل السفارة تراوحت ما بين (2.24-2.63)، حيث جاءت بالمرتبة الأولى العبارة رقم (7) ونصها: الإتصالات الهاتفية، بمتوسط حسابي (2.63)، وبالمرتبة الثانية جاءت العبارة رقم (6) ونصها: الحفلات والمعارض والأفلام، بمتوسط حسابي (2.61)، واحتلت العبارة (8) المرتبة الثالثة ونصها: الإنترنت ، بمتوسط حسابي (2.53) ، وجاءت العبارة رقم (4) ونصها: النشرات والملصقات ، بالمرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (2.24)، وبلغ المتوسط الحسابي للبعد ككل (2.40)، بدرجة تقييم مرتفعة، مما يدل على أن مدى استخدام موظفين السفارات العراقية لوسائل وأساليب الإتصال مع الجمهور الداخلي للسفارة مرتفع.

#### -الجمهور الخارجي للسفارة:

#### الجدول (9)

الأوساط الحسابية والغنحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن عبارات الجزء السادي من الإستبانة والذي يهدف للتعرف على استخدام الموظفين السفارات العراقية لوسائل وأساليب الإتصال خارج السفارة مرتبة تنازلياً وفقاً لوسط الحسابي

الرتبة	الرقم	العبارة	الوسط الحسابي *	الانحراف المعياري	درجة التقييم **
1	8	الإنترنت	2.51	0.86	مرتفعة
2	7	الإتصالات الهاتفية	2.50	0.85	مرتفعة
3	1	المقابلات الشخصية	2.44	0.88	مرتفعة
4	5	لوحة الإعلانات	2.41	0.92	مرتفعة
5	2	الكتب الرسمية	2.36	0.94	مرتفعة
6	6	الحفلات والمعارض والأفلام	2.33	0.94	مرتفعة
7	3	المحاضرات والاجتماعات	2.31	0.96	متوسطة
8	4	النشرات والملصقات	2.28	0.94	متوسطة
		درجة الاستخدام ككل	2.39	0.46	مرتفعة

\*الوسط الحسابي من (3).

\*\* معيار الحكم الوسط الحسابي

إذ تراوحت الوسط الحسابي ما بين 1.00- أقل من 1.66 بدرجة منخفضة.

إذ تراوحت الوسط الحسابي ما بين 1.66- أقل من 2.33 بدرجة متوسطة.

إذ تراوحت الوسط الحسابي ما بين 2.33- 3.00 بدرجة مرتفعة.

يظهر من الجدول السابق أن الأوساط الحسابية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن عبارات بُعد استخدام الموظفين السفارات العراقية لوسائل وأساليب الإتصال خارج السفارة تراوحت ما بين (2.39-2.51)، حيث جاءت بالمرتبة الأولى العبارة رقم (8) ونصها: الإنترنت ، بمتوسط حسابي (2.51)، وبالمرتبة الثانية جاءت العبارة رقم (7) ونصها: الإتصالات الهاتفية ، بمتوسط حسابي (2.50)، وإحتلت العبارة (1) المرتبة الثالثة ونصها: المقابلات الشخصية ، بمتوسط حسابي (2.44) ، وجاءت العبارة رقم (4) ونصها: النشرات والملصقات ، بالمرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (2.39)، وبلغ المتوسط الحسابي للبُعد ككل (2.39)، بدرجة تقييم مرتفعة، مما يدل على أن مدى استخدام موظفين السفارات العراقية لوسائل وأساليب الإتصال مع الجمهور الخارجي للسفارة مرتفع.

ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن العلاقات العامة في القطاعات الدبلوماسية نشأت كوسيلة للإتصال والتفاهم بين الدول وتطورت علاقاتها مما يتطلب من دائرة العلاقات العامة تدريسي موظفيها على استخدام وسائل وأساليب الاتصال مع الجمهور الداخلي أو الخارجي مما يجعلهم أكثر قدرة على التفاهم والتعاون وتبادل المعرفة والمنفعة مع الجمهور.

**النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال السادس:** ما إدار اقسام العلاقات العامة في تنمية عمل

السياسة الخارجية في السفارات العراقية ؟

للإجابة عن هذا السؤال تم إستخراج الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن عبارات الجزء السابع من الإستبانة والذي يهدف للتعرف على أدوار اقسام العلاقات العامة في تنمية عمل السياسة الخارجية في السفارات العراقية وقد جاءت النتائج على النحو الآتي:

### الجدول (10)

الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن عبارات الجزء السادس من الاستبانة والذي يهدف للتعرف على أدوار أقسام العلاقات العامة في تنمية عمل السياسة الخارجية في السفارات العراقية مرتبة تنازلياً وفقاً لوسط الحسابي

الرتبة	الرقم	العبرة	الوسط الحسابي *	الانحراف المعياري	درجة التقييم **
1	8	تقديم تصورات حول رؤيا جماعات الضغط الخارجي	2.78	0.63	مرتفعة
2	7	القيام بإجراء بحوث وإستطلاعات للرأي العام الخارجي	2.53	0.85	مرتفعة
3	1	تنظيم المؤتمرات العامة	2.47	0.88	مرتفعة
4	6	المشاركة في صناعة القرار السياسي على المستوى الخارجي	2.30	0.94	متوسطة
5	10	تصنيف وتوثيق القرارات والقوانين الحكومية والخطب الرسمية.	2.29	0.94	متوسطة
6	4	توضيح القرارات السياسية	2.20	0.97	متوسطة
7	3	تحليل المعلومات وتفسيرها	2.19	0.96	متوسطة
8	9	إقامة نظام إتصالي ذو إتجاهين لتبادل المعلومات	2.18	0.98	متوسطة
9	2	تبادل المعلومات وتقديمها	2.07	1.00	متوسطة
10	5	تنفيذ القرارات السياسية	2.03	0.99	متوسطة
		أدوار أقسام العلاقات العامة في تنمية عمل السياسة الخارجية في السفارات العراقية ككل	2.31	0.44	متوسطة

\*الوسط الحسابي من (3).

\*\* معيار الحكم الوسط الحسابي

إذ تراوحت الوسط الحسابي ما بين 1.00- أقل من 1.66 بدرجة منخفضة.

إذ تراوحت الوسط الحسابي ما بين 1.66- أقل من 2.33 بدرجة متوسطة.

إذ تراوحت الوسط الحسابي ما بين 2.33- 3.00 بدرجة مرتفعة.

يظهر من الجدول السابق أن الأوساط الحسابية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن عبارات

بُعد أدوار أقسام العلاقات العامة في تنمية عمل السياسة الخارجية في السفارات العراقية

تراوحت ما بين (2.03-2.78)، حيث جاءت بالمرتبة الأولى العبارة رقم (8) ونصها: تقديم

تصورات حول رؤيا جماعات الضغط الخارجي ، بمتوسط حسابي (2.78)، وبالمرتبة الثانية

جاءت العبارة رقم (7) ونصها: القيام بإجراء بحوث وإستطلاعات للرأي العام الخارجي ،  
بمتوسط حسابي (2.53)، وإحتلت العبارة (1) المرتبة الثالثة ونصها: تنظيم المؤتمرات العامة  
، بمتوسط حسابي (2.47) ، وجاءت العبارة رقم (5) ونصها: تنفيذ القرارات السياسية ،  
بالمرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي(2.03)، وبلغ المتوسط الحسابي للبعد ككل (2.31)، بدرجة  
تقييم متوسطة.

كما تم إستخراج التكرارات والنسبة المئوية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن السؤال  
"ممارسة وظيفة العلاقات العامة وفق"، وفيما يلي عرض النتائج:

#### الجدول (11)

التكرارات والنسب المئوية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن التكرارات والنسبة المئوية لإجابات أفراد  
عينة الدراسة عن السؤال "ممارسة وظيفة العلاقات العامة وفق

النسبة المئوية	التكرار	
14.4	17	عمل أصيل
42.4	50	عمل إضافي
43.2	51	إضافة لمهام الوظيفية الأخرى

يمكن تبرير هذه النتيجة من خلال زيادة الإهتمام بالعلاقات العامة في السفارات، وزيادة  
إقبال السفارات على تطوير وظائف العلاقات العامة، وزيادة إقبال السفارات على تعيين أفضل  
العناصر للعمل بالعلاقات العامة، وبهذا فإن العلاقات العامة قد تأكدت فعاليتها للسفارات،  
وإنفقت هذه النتيجة مع دراسة دياب (2010) التي أظهرت إن العلاقات العامة هي همزة  
الوصل بين السفارة والجمهور الخارجي.



النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال السابع: ماهي المعوقات والمشاكل التي تواجه إدارات

العلاقات العامة في السفارات العراقية؟

للإجابة عن هذا السؤال تم إستخراج الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد

عينة الدراسة عن عبارات الجزء الثامن من الإستبانة والذي يهدف للتعرف على الصعوبات التي

تواجه العاملين في دائرة العلاقات العامة وقد جاءت النتائج على النحو الآتي:

### الجدول (12)

الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن عبارات الجزء السادس من الإستبانة والذي يهدف للتعرف على الصعوبات التي تواجه العاملين في دائرة العلاقات العامة مرتبة تنازلياً وفقاً لوسط الحسابي

الرتبة	الرقم	العبارة	الوسط الحسابي *	الانحراف المعياري	درجة التقييم **
1	1	عدم توفير موازنة خاصة بالدائرة	2.98	0.13	مرتفعة
2	5	الإزدواجية في إتخاذ القرارات	2.74	0.71	مرتفعة
3	11	لا تستطيع نشر المعلومات إلا بموافقة الإدارة العليا	2.66	0.76	مرتفعة
4	6	عدم إعطاء صلاحيات كافية للعاملين في العلاقات العامة.	2.62	0.82	مرتفعة
5	9	تكليف العاملين بالعلاقات العامة بواجبات إدارية أخرى	2.61	0.81	مرتفعة
6	7	لا يوجد إهتمام بتطوير كفاءة الممارسين وقدراتهم في عمل العلاقات العامة	2.47	0.89	مرتفعة
7	4	لا يوجد دائرة منفصلة للعلاقات العامة	2.45	0.91	مرتفعة
8	2	نقص الخبرات المتخصصة في مجال العلاقات العامة	2.43	0.93	مرتفعة
9	10	عدم وجود عدالة وظيفية للعاملين في مجال العلاقات العامة	2.42	0.94	مرتفعة
10	8	العلاقات العامة تقوم بالإتصال بإتجاه واحد من المؤسسة للجمهور (الجاليات العراقية)	2.37	0.95	مرتفعة
11	3	قلة الدورات التدريبية في العلاقات العامة	2.26	0.97	متوسطة
		الصعوبات ككل	2.55	0.60	مرتفعة

\*الوسط الحسابي من (3).

\*\* معيار الحكم الوسط الحسابي

إذ تراوحت الوسط الحسابي ما بين 1.00 - أقل من 1.66 بدرجة منخفضة.

إذ تراوحت الوسط الحسابي ما بين 1.66 - أقل من 2.33 بدرجة متوسطة.

إذ تراوحت الوسط الحسابي ما بين 2.33 - 3.00 بدرجة مرتفعة.

يظهر من الجدول السابق أن الأوساط الحسابية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن عبارات بُعد الصعوبات التي تواجه العاملين في دائرة العلاقات العامة تراوحت ما بين (2.26-2.98)، حيث جاءت بالمرتبة الأولى العبارة رقم (1) ونصها: عدم توفير موازنة خاصة بالدائرة ، بمتوسط حسابي (2.98)، وبالمرتبة الثانية جاءت العبارة رقم (5) ونصها: الإزدواجية في إتخاذ القرارات ، بمتوسط حسابي (2.74)، وإحتلت العبارة (11) المرتبة الثالثة ونصها: لا تستطيع نشر المعلومات إلا بموافقة الادارة العليا، بمتوسط حسابي (2.66) ، وجاءت العبارة رقم (3) ونصها: قلة الدورات التدريبية في العلاقات العامة ، بالمرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (2.26)، وبلغ المتوسط الحسابي للبعد ككل (2.55)، بدرجة تقييم مرتفعة. ويمكن تفسير هذه النتيجة بقلة الموارد المالية المتوفرة في بنود الموازنة، وعدم إستقلالية دائرة العلاقات العامة في قراراتها الإدارية، ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى نقص كفاءة التخطيط الإستراتيجي؛ إذ إن التخطيط الاستراتيجي للعلاقات العامة يحتاج إلى كادر مؤهل إدارياً وعلمياً فضلاً عن الحاجات تنمية الثقافة التنظيمية وتطويرها لملائمة التطورات الهائلة في إستخدام ونشر المعلومات، وإتفقت هذه النتيجة مع دراسة عابدين (2012) التي أظهرت أن غالبية أفراد العينة يتفقون على وجود عوائق لعمل العلاقات العامة بالوزارة وأهم هذه العوائق ضعف الإمكانيات المادية ونقص الكوادر المؤهلة وتداخل الإختصاصات.

## أبرز النتائج

بعد إجراء التحليل الاحصائي لإجابات أفراد عينة الدراسة عن الاستبانة تبين ما يلي:

1. أن مستوى الإهتمام بالجوانب التنظيمية في دوائر العلاقات العامة في السفارات العراقية جاء متوسطاً.
2. أن مستوى الإهتمام بالجوانب الإدارية في دوائر العلاقات العامة في السفارات العراقية جاء متوسطاً.
3. الأنشطة الإتصالية التي تستخدمها إدارات العلاقات العامة لتنفيذ أنشطتها وبرامجها في السفارات تتمثل بمتابعة ما ينشر من أخبار ومقالات عن السفارة في وسائل الإعلام الإلكترونية جاءت بفئة مرتفعة حيث بلغت متوسط حسابي (3.77).
4. أن تنظيم الإجتماعات والندوات داخل السفارة من أبرز الأنشطة الإتصالية التي تنفذها إدارات العلاقات العامة في السفارات العراقية.
5. تمارس إدارة العلاقات العامة التنسيق مع المؤسسات المختلفة .
6. أن الأهداف واضحة ومحددة لممارسة أنشطة العلاقات العامة
7. أن الهاتف الارضي والأدلة الإرشادية من أبرز الوسائل والأساليب الإتصالية التي تستخدمها دائرة العلاقات العامة في السفارات.
8. أن مستوى إستخدام موظفين السفارات العراقية لوسائل وأساليب الإتصال مع الجمهور من وجهة نظرهم جاء مرتفعاً.
9. مستوى الأدوار التي تلعبها أقسام العلاقات العامة في تنمية عمل السياسة الخارجية في السفارات العراقية متوسطة.
10. تواجه العلاقات العامة في السفارات العراقية صعوبات تتمثل بعدم توفير موازنة خاصة بالدائرة والإزدواجية في اتخاذ القرارات ، وعدم نشر المعلومات وإلا بموافقة الإدارة العليا، وعدم إعطاء صلاحيات كافية للعاملين في العلاقات العامة.

## التوصيات

بناءً على ما سبق توصل الدراسات بما يلي:

- 1- تسمية أقسام متخصصة تعنى بعمل العلاقات العامة في السفارات العراقية في الخارج.
- 2- العمل على إرتباط أقسام العلاقات العامة وممارسيها بالقائم الرئيسي في أعمال السفارة والسعي كإستشاري مع السفارة.
- 3- ضرورة فتح مركز علاقات عامة مع صلاحيات مطلقة لممارسة العمل المناط بهم لا سيما إنه يتداخل مع كل أعمال السفارة.
- 4- تخصيص موازنة خاصة لأقسام العلاقات العامة ليتسنى لها القيام بواجباتها.
- 5- إشراك ممارسي العلاقات العامة بدورات تدريبية فصلية للنهوض بإمكانياتهم ومهاراتهم خصوصاً في المجالات المتعلقة بالإعلام والعلاقات العامة.
- 6- إيجاد آليات تساهم في زيادة كفاءة عملية نشر المعلومات بطريقة سهلة وسلسة.
- 7- يجب الأهتمام بالجوانب التنظيمية والادارية في دوائر العلاقات العامة داخل السفارات العراقية من خلال الاستعانة بتجارب سفارات الدول الأخرى أو اللجوء الى المختصين والباحثين في هذا المجال.
- 8- زيادة الانشطة الاتصالية التي تستخدمها إدارات العلاقات العامة من خلال زيادة برامجها في السفارات العراقية وفق رؤيا ودراسة مخطط لها.
- 9- أستخدام وسائل حديثة ومتطورة للاتصال وتنوعها وأيجاد قنوات اتصالية عديدة ترتقي الى مستوى العمل الاتصالي في السفارات العراقية.
- 10- يجب ان تكون هناك أدوار تتسجم وأهمية دور العلاقات العامة في السفارات العراقية لتنمية عمل السياسة الخارجية .

## قائمة المصادر والمراجع

### القرآن الكريم

### أولاً: المصادر باللغة العربية:

ابو اصبع، صالح خليل (2010). الاتصال والاعلام في المجتمعات المعاصرة. عمان: دار  
بركة للنشر والتوزيع.

ابو سمرة، محمد عبد (2011). الاعلام السياسي. عمان: دار الراية للنشر والتوزيع.

ابو عامر، علاء (2001). الوظيفة الدبلوماسية. عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع.

الأقداحي، هاشم محمد (2010). علم التفاوض الدولي والاتصال الدبلوماسي. الاسكندرية:  
مؤسسة شما الجامعة للنشر والتوزيع

امام، ابراهيم (1986). فن العلاقات العامة والاعلام. القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية.

أمل، غباري (2013) طرائق الإحصاء الاجتماعي (الاسكندرية دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر)  
أنور، ياسمين أيمن (2012). خدمة المعلومات الأخبارية على شبكة الإنترنت، مجلة

cybrarius، 28(1)، ص 1687 - 221.

بدر، احمد (2008) علوم الاعلام: البحث العلمي المناهج (القاهرة: دار قباء الحديثة)

البكري، فؤاد (2001). العلاقات العامة بين التخطيط والاتصال. مصر: دار نهضة الشرق  
للنشر والتوزيع.

الجبوري، عبدالكريم راضي (2007). العلاقات العامة فن وابداع. بيروت: دار ومكتبة هلال  
للنشر والتوزيع.

الجحني، علي (2010). مدخل العلاقات العامة المدخل الإستراتيجي، جامعة نايف للعلوم الأمنية،  
الرياض.

جرادات، عبدالناصر، الشامي، لبنان هاتف (2011). مقدمة في العلاقات العامة. عمان: دار  
اليازوري للنشر والتوزيع.

الجمال، راسم عياد، خيرت(2005)إدارة العلاقات العامة: المدخل الاستراتيجي(الدار المصرية اللبنانية)

الجمال، راسم محمد (2009). العلاقات العامة الدولية والإتصال بين الثقافات، بيروت، الدار المصرية اللبنانية.

جودة، محفوظ أحمد (2006). العلاقات العامة مفاهيم وممارسات الطبعة الرابعة، (عمان، دار زهران للنشر والتوزيع.

جودة، محفوظ احمد (2006). العلاقات العامة مفاهيم وممارسات. عمان: دار زهران للنشر والتوزيع.

جودة، محفوظ احمد (2013). العلاقات العامة مفاهيم معاصرة. عمان: دار زهران للنشر والتوزيع

حافظ ، محمد عبدة (2009). العلاقات العامة. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.

الحزي، هباس رجا (2012).العلاقات العامة والإدارة العليا. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع  
الخفاجي، سامي محمد (2010). الدبلوماسية سلاح فعال في تحديد الانسانية والحضارة. عمان: دار أمانة للنشر والتوزيع.

درة، عبد الباري ابراهيم، والمجالي، نبيل خليف(2013).العلاقات العامة في القرن الحادي والعشرين: النظرية والممارسة منحنى نظامي واستراتيجي(عمان: دار وائل للنشر).

الدليمي، عبدالرزاق محمد (2005).العلاقات العامة في التطبيق. عمان: دار جرير للنشر والتوزيع.

الدليمي، عبدالرزاق محمد (2011). مدخل الى العلاقات العامة. عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع

الدواود، محمود علي (2007). الوظيفة الدبلوماسية وتطورها المعاصر. بغداد: مكتبة مجلس النواب العراقي.

الرشدان، عبدالفتاح علي، الموسى، محمد خليل (2005). أصول العلاقات الدبلوماسية. عمان: المركز العلمي للدراسات السياسية.

رضا، هاشم حمدي (2011). ادارة العلاقات العامة والبروتوكولات . عمان: دار الريانة للنشر والتوزيع.

زويلف، مهدي، والقطامين، أحمد (1999). العلاقات العامة "النظرية والأساليب، الطبعة الثانية، بيروت: دار حنين.

زوليف، مهدي حسين. (2010). العلاقات العامة نظريات وأساليب، ط1، عمان: مكتلة المجتمع العربي للنشر.

سرور، عبدالناصر (2003). السياسة الخارجية العراقية. فلسطين: مكتبة القادسية للنشر والتوزيع.

سعيد، سعاد جبر (2008). سيكولوجية الاتصال الجماهيري. عمان: دار جدارا للكتاب العالمي للنشر والتوزيع.

سلطان، محمد ماجد. (2011). العلاقات العامة ووسائل الاتصال. عمان: دار الميسرة للنشر والتوزيع.

سليم، محمد السيد (1998). تحليل السياسة الخارجية. القاهرة: مكتبة النهضة المصرية.

الشامي، علي حسين (2009). الدبلوماسية نشأتها وتطورها. عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع

الشرمان، زياد محمد عبدالسلام ، عبدالغفور (2001). مبادئ العلاقات العامة. عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع ، عمان.

شومالي، جو (1994). العلاقات العامة. تونس: المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم.

صباريني، غازي حسين (2002). الدبلوماسية المعاصرة. عمان: الدار العلمية الدولية للنشر والتوزيع.

الصوفي، خالد (2004) العلاقات العامة أساليب وممارسات (القاهرة: دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع).

طابع، محمد (2017). الثورات وتغير السياسة الخارجية دراسة نظرية، مجلة العلوم الاجتماعية، 45(3)، ص 145 - 229.

عبد الفتاح، علي (2014). الاعلام الدبلوماسي والسياسي. عمان: دار اليازوري للنشر والتوزيع.

عبد الحميد، يحيى (2000). العلاقات العامة بين النظريات الحديثة والمنهج الاسلامي. الرياض: مكتبة الساعي للنشر والتوزيع.

عبدالرزاق، الدليمي (2011) قضايا إعلامية معاصرة (عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع)

عبيد، نايف علي (2004). السياسة الخارجية لدولة الامارات العربية المتحدة. بيروت: مجد المؤسسة للدراسات والنشر والتوزيع.

عجوة، علي (2000). الاسس العلمية للعلاقات العامة. القاهرة: عالم الكتب للنشر والتوزيع.  
عجوة، وفريد (2005). إدارة العلاقات العامة بين إدارة الإستراتيجية وإدارة الأزمات، ط1، القاهرة: عالم الكتب الحديث.

العدوي، فهمي محمد (2011). مفاهيم جديدة في العلاقات العامة . عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.

عليان، ربحي مصطفى، الطوباسي، عدنان محمود (2005). الاتصال والعلاقات العامة. عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.

عمر، السيد (2002) البحث الاعلامي مفهومه واجراءاته ومناهجه (بيروت: مكتبة الفلاح)  
العوضي، عادل عبدالله و العوضي، فايزة عبدالله (2007). العلاقات العامة النظرية والتطبيق. الكويت: دار ابن النفيس للدعاية والنشر.

غوشة، زكي راتب (2003). العلاقات العامة في الادارات المعاصرة. عمان: مطبعة التوفيق.



فياض، هيثم توفيق (2013). الدبلوماسية المساومة القسرية. عمان: دار دجلة للنشر والتوزيع.

الفیصل، عبد الأمير (2014). مدخل في صحافة الإنترنت، العين: دار الكتاب الجامعي. قادري، حسين (2011). الدبلوماسية والتفاوض. عمان: دار الاعلام للنشر والتوزيع. قبلان، مروان، العموري، أميمة (2009). العلاقات العامة في المجال والتطبيق. دمشق: منشورات جامعة دمشق مركز التعليم المفتوح.

كشك، محمد بهجت (2010). العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية. الاسكندرية: المكتب الجامعي الحديث للنشر والتوزيع،

كنعان، عبدالفتاح (2014) العلاقات العامة في الصحافة والإعلام(عمان: دار الايام للنشر والتوزيع)

ليري، صالح (2005). مدخل الى العلاقات العامة. كويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع. محمد، السيد سليم (1998) تحليل السياسة الخارجية(القاهرة: مكتبة النهضة العربية) محمد، ثامر كامل (2000). الدبلوماسية المعاصرة واستراتيجية إدارة المفاوضات، عمان: دار الميسرة للنشر والتوزيع.

محمد، حنفي حيدر (2009). دور الصحافة المصرية في معالجة قضايا الفقر في صعيد مصر، دراسة في المضمون والقائم بالاتصال. مجلة بحوث كلية التربية النوعية القاهرة،

15(1)، 1 - 28.

محمد، ريهام الرؤوف (2017). السياسة الخارجية. عمان: دار غيداء للنشر والتوزيع. محمود، خلف (2010). الدبلوماسية النظرية والممارسة. عمان: دار زهران للنشر والتوزيع. مراد، كامل خورشيد (2011). الاتصال الجماهيري والاعلام. عمان: دار الميسرة للنشر والتوزيع.

المشاقبة، بسام عبدالرحمن (2011) نظريات الاتصال (عمان: دار اسامة للنشر والتوزيع )

- المشاقبة، بسام عبدالرحمن (2011). نظريات الاتصال. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- المشهداني، محمد جواد زين الدين (2015). الحملات الاعلانية لشركات الاتصال المتنقلة. عمان: دار أمجد للنشر والتوزيع.
- المشهداني، محمد جواد زين الدين (2017). العلاقات العامة في المؤسسات السياحية. عمان: دار أمجد للنشر والتوزيع.
- نصر، حسني (2003). الإنترنت والإعلام: الصحافة الإلكترونية، ط1، الكويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع.
- الهاشمي، مجد (2011). الاعلام الدبلوماسي والسياسي. عمان: دار اسامة للنشر والتوزيع.
- هيبية، محمود منصور (2005). قراءات مختارة في علوم الاتصال بالجماهير. الاسكندرية: مركز الاسكندرية للكتاب.
- يوسف ، يوسف حسن (2011) الدبلوماسية الدولية. المركز القومي للإصدارات القانونية ، القاهرة.
- يوسف، حنان (2006). الاعلام والسياسة. القاهرة: أطلس للنشر والتوزيع والانتاج الاعلامي.
- يوسف، محمد (2008). فن العلاقات العامة. القاهرة: دار العربية للنشر والتوزيع.
- الرسائل والدراسات:
- آدم، فاطمة (2013) "أثر العلاقات العامة في القطاع الدبلوماسي، دراسة تطبيقية على السفارة المصرية بالخرطوم"، رسالة ماجستير غير منشورة، السودان: ام دراما.
- الخفاجي، وليد كاطع (2013). استخدامات موظفي السفارات العراقية لتقنيات الاتصال الحديث، رسالة ماجستير غير منشورة، الاردن: جامعة الشرق الاوسط.

خليفة، شيرين (2015). اتجاهات النخبة الإعلامية نحو التزام المواقع الأخبارية الفلسطينية بأخلاقيات المهنة، رسالة ماجستير غير منشورة، غزة: الجامعة الاسلامية.

الخوالدة. سليمان فرحان (2013) الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في وزارة الخارجية الأردنية، رسالة ماجستير غير منشورة، الأردن: جامعة اليرموك.

دياب، وليد خلف الله محمد (2010)، دور العلاقات العامة في القطاع الدبلوماسي، دراسة تطبيقية على مكاتب السفارات العربية والأجنبية (أطروحة غير منشورة، مصر: جامعة جنوب الوادي).

الطاهر، الفضل الحاج (2014). دور العلاقات العامة في تحسين صورة السودان لدى العالم الخارجي، أطروحة دكتوراه غير منشورة ، السودان: جامعة السودان.

عابدين، تيسير حسن، (2012). دور العلاقات العامة في تعزيز العمل الدبلوماسي في السودان بالتطبيق على وزارة الخارجية، رسالة ماجستير غير منشورة، السودان: جامعة السودان.

عاشور، هبا يوسف جميل (2014) بعنوان: الأنشطة الاتصالية لأجهزة العلاقات العامة في المنظمات الدولية، رسالة ماجستير غير منشورة ، عمان: جامعة البترا.

العتوم، أمين محمد (2010) أهمية الأنشطة الاتصالية في عمل العلاقات العامة، دراسة ميدانية في الوزارات الأردنية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاعلام، الاردن: جامعة الشرق الأوسط.

عدي، عبد الخالق عبدالكريم (2015) الأنشطة الاتصالية لممارسي العلاقات العامة في المنظمات غير الحكومية، رسالة ماجستير غير منشورة، الاردن: جامعة اليرموك.

مطر، ابراهيم فيصل (2012). السياسة الخارجية لدولة الامارات العربية تجاه قضايا الشرق الاوسط منذ نهاية القرن العشرين ، رسالة ماجستير غير منشورة ، لبنان: جامعة بيروت.

هاني، زيد رياض (2011)، تقييم الوظيفة الإعلامية للسفارات العراقية، دراسة مسحية وصفية، رسالة ماجستير غير منشورة ، الاردن: جامعة اليرموك.

Black,S.,et.al,1995, The Practice of Public Relations,4. Ed , London: Clays,LTD

Grunig,Jet.al.1995M"Models of Public Relations in an International Setting" Journal of Public Relations Research,7(3)pp.163-186.

McKinney, B.,2006,"Public Relations in Vietnam: Asix- years perspectives", Public Relations Quarterly,51(2).

Wakefield, R, "Interdisciplinary Theoreticl Foundations for Interational Public Relations " in Culbertson, H& Chen ,N 1996, "International public Relations: A Comparative Analysis ,Mahwah, Lawren.

الدراسات الاجنبية:

.Diaz, V. et al. (2009) PR practitioners in international assignments: An assessment of success and the influence of organizational and national cultures. Corporate Communications: An International Journal, 14 (1), 78-100.

Co, orientation of the public,3-C.Cemons(2009) Relations Role within the public sector

Curtis Lindley,Edoward Carrie, Fraser Kristen, Gudelsky Sheryl, Hoimquis jenny Thornton Kristin and .Sweetser kaye.(2010). Adoption of social media for public relations by nonprofit organizations. Public Relations Review. Volume 36,Issue1,pages 90-92

Ego & Others (2013). Education public relations functions in private tertiary Universities in Ghana. Interdisciplinary Journal of contemporary research in business. 4, (11). 162.

Michaelson, D. and Macleod S. (2007). **The Application of Best Practices in Public Relations Measurement and Evaluation Systems**. Public relations Society of America.

Thomas Edward, Grier (2001) University Public Relations and Employee Morale: Perceptions and Practices. Unpublished Doctoral Dissertation of Education, Faculty of Graduate School, University of Minnesota.

رابعاً: المواقع الإلكترونية

محمد البخاري (2010)، العولمة والتبادل الإعلامي الدولي: في الرباط

[http://muhammad-2009.blogspot.com/2010/03/blog\\_post\\_5610.html](http://muhammad-2009.blogspot.com/2010/03/blog_post_5610.html)

## ملحق رقم (1)

### الاستبانة بصورتها النهائية

أخي الكريم / أختي الكريمة

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

يجري الباحث دراسة بعنوان " الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في السفارات العراقية وعلاقتها في تنمية السياسة الخارجية"، ولتحقيق هدف الدراسة أعد الباحث استبانة مكونة من ثمان محاور وذلك كجزء من متطلبات الحصول على درجة الماجستير من قسم الإذاعة والتلفزيون في كلية الإعلام في جامعة اليرموك، راجيا التكرم بالإجابة على الفقرات الواردة في الاستبانة بدقة وموضوعية لما في ذلك من أهمية في وصول الباحث إلى نتائج دقيقة، وتحقيق غاياتها العلمية المنشودة، علما بأن إجاباتكم ستعامل بسرية تامة، ولن تستخدم إلا للأغراض العلمية فقط.

شاكرا لكم حسن تعاونكم، ومقدرة جهودكم.

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام والتقدير

أولاً: السمات الديموغرافية:

ضع / ضعي من فضلك إشارة (√) أمام الإجابات الصحيحة في الأسئلة التالية:

النوع الاجتماعي:  ذكر  أنثى

السن:

25 سنة فأقل  26 - أقل من 35 سنة

35 - أقل من 45 سنة  45 سنة فأكثر

الوظيفة الحالية:  مدير  رئيس قسم  شعبة  وحدة  موظف

سنوات الخبرة :  اقل من 3 سنوات  اقل من 5 سنوات  اقل من 7 سنوات

7 سنوات فأكثر

المستوى التعليمي:

ثانوية عامة  دبلوم متوسط  بكالوريوس  ماجستير  دكتوراه

هل ترتبط دائرة العلاقات اداريا في سفارتكم:  بالملحق  بالقتصل

بالسفير  بمدير الإدارة  أخرى أذكرها .....

التخصص الأكاديمي:

صحافة  إذاعة/ وتلفزيون  علاقات عامة

أخرى أذكرها/ أذكرها من فضلك.....

عدد العاملين في دائرة العلاقات العامة :  اكثر من 3 عاملين  اكثر من 5 عاملين

أكثر من 8 عاملين

اللغات الأجنبية التي تتقنها إضافة للغة العربية:

الإنجليزية  الفرنسية  الألمانية  الروسية

أخرى أذكرها/ أذكرها من فضلك.....

الدورات التدريبية التي شاركت فيها:

ثانياً: ما الجوانب التنظيمية والإدارية المستخدمة في إدارات العلاقات العامة في السفارات العراقية:

الرقم	البند	أوافق بدرجة كبيرة جداً	أوافق بدرجة كبيرة	أوافق بدرجة متوسطة	أوافق بدرجة متدنية	أوافق بدرجة متدنية جداً
<b>الجوانب التنظيمية</b>						
1.	يقوم رئيسي بإعلامي عن ما هو مطلوب مني القيام به.					
2.	يوضح لي رئيسي اي تغييرات تطرأ في موقع العمل.					
3.	يتم تعريف الموظفين بسياسات العمل.					
4.	تسهم ادارة العلاقات العامة بتفسير سياسات العمل للموظفين .					
5.	يوفر الرؤساء المباشرون معلومات واضحة وموضوعية عن اداء مرؤوسيهم بشكل دوري.					
6.	يقوم الرؤساء المباشرون بتحديد أهداف الأداء بشكل واضح ومحدد.					
7.	يقوم الرؤساء المباشرون بإجراء اتصالات شخصية مع مرؤوسيهم لشرح نتائج تقييم ادائهم.					
8.	يساهم الرؤساء بوضع خطة مستقبلية لتطوير وتحسين أداء مرؤوسيهم.					
9.	تستند عملية الحكم على أداء العاملين على معايير تقييم واضحة ودقيقة ومفهومة من قبل المرؤوسين.					
10.	يزود الرؤساء مرؤوسيهم بمعلومات ونصائح عن فرص ومتطلبات التطوير في مهنتهم.					
11.	يزود الرؤساء مرؤوسيهم بإرشادات عن كيفية التطوير المهني ومتطلبات الوظائف المستقبلية في مسارهم المهني.					
12.	توفر السفارة دورات تدريبية للموظفين بما يتفق مع مسارهم الوظيفي.					
13.	يدعم الرئيس المباشر الموظف المبدع ويساعده على التجديد و الإبتكار في مجال عمله.					
<b>الجوانب الإدارية</b>						
14.	يستمتع رئيسي بإهتمام للمشكلات التي أعرضها عليه.					
15.	يناقش الرؤساء مع مرؤوسيهم قضايا تتعلق بالعمل.					
16.	يستجيب الرؤساء لطلبات مرؤوسيهم التي تتعلق بالعمل.					
17.	يُبدى الرؤساء اهتماما واضحاً لمقترحات مرؤوسيهم لإنجاح العمل.					
18.	يعزز الرؤساء العلاقات الإنسانية غير المرتبطة بالعمل.					
19.	يدعم الرؤساء الإهتمامات الشخصية والهوايات لدى مرؤوسيهم.					

ثالثاً: ما الأنشطة الاتصالية التي تستخدمها إدارات العلاقات العامة لتنفيذ أنشطتها وبرامجها في السفارات:

الرقم	العبرة	دائماً	غالباً	أحياناً	نادراً
1.	الاتصال والتنسيق مع المؤسسات الاعلامية في الجهات الأخرى.				
2.	متابعة ما ينشر من اخبار ومقالات عن السفارة في وسائل الاعلام الالكترونية.				
3.	تنظيم الاجتماعات والندوات داخل السفارة.				
4.	تنظيم الاجتماعات والندوات خارج السفارة.				
5.	القيام بنشاطات اجتماعية وثقافية وترفيهية.				
6.	إحياء الاحتفالات الدينية.				
7.	إحياء الاحتفالات الوطنية.				
8.	اصدار المطبوعات والنشرات.				
9.	اصدار افلام توضيحية.				
10.	إعداد وتنفيذ اعلانات السفارة في وسائل الاعلام.				
11.	متابعة لوحات الاعلانات في السفارة.				
12.	استقبال الزائرين والمراجعين.				
13.	الإشراف على الاستعلامات.				
14.	تنظيم مواعيد المقابلات مع الادارات العليا.				
15.	الإشراف على صندوق الشكاوي والمقترحات.				
16.	دراسة مشكلات العاملين في السفارة والسعي لحلها.				
17.	دراسة ومتابعة شكاوي الجمهور الخارجي والرد عليها.				
18.	اقامة وتنظيم المعارض.				

رابعاً: ما وظائف العلاقات العامة في السفارات العراقية:

الرقم	العبرة	نعم	لا
19.	الاهداف واضحة ومحددة لممارسة أنشطة العلاقات العامة.		
20.	تكفي الميزانية المخصصة لتغطية أنشطة العلاقات العامة.		
21.	تعتمد ادارة العلاقات العامة على البحث العلمي في ممارسة انشطتها.		
22.	يتم اجراء بحوث حول أنشطة العلاقات العامة داخل وخارج السفارة.		
23.	تعتمد ادارة العلاقات العامة على التخطيط لبرامجها .		
24.	تمارس ادارة العلاقات العامة التنسيق مع المؤسسات المختلفة.		
25.	يتم تقويم أنشطة وجهود العلاقات العامة.		



خامساً: ما الوسائل والأساليب الاتصالية التي تستخدمها دائرة العلاقات العامة في السفارات العراقية .

الرقم	درجة عالية	درجة متوسطة	درجة ضعيفة
1			الهاتف الارضي
2			الموبايل
3			الصحف
4			المجلات
5			البرقيات
6			التقارير الدورية
7			الخطابات
8			المؤتمرات
9			الندوات
11			الزيارات
12			المعارض
13			الحفلات
14			المتاحف
15			الكتيبات
16			الأدلة الارشادية
17			النشرات الدورية

© Arabic Digital Library - Harmouk University

ما مدى استخدامك للوسائل والأساليب الاتصالية الآتية .:

الجمهور الخارجي للسفارة			الجمهور الداخلي للسفارة			درجة استخدام الوسيلة
نادراً	أحياناً	دائماً	نادراً	أحياناً	دائماً	
						المقابلات الشخصية
						الكتب الرسمية
						المحاضرات والاجتماعات
						مجلة المؤسسة
						النشرات والملصقات
						لوحة الاعلانات
						الحفلات والمعارض والافلام
						الاتصالات الهاتفية
						الانترنت

وسائل اخرى، يرجى ذكرها:

-  
-  
-

سادساً: ما أدوار العلاقات العامة في تنمية عمل السياسة الخارجية في السفارة:

نادراً	أحياناً	دائماً	دور العلاقات العامة في تنمية عمل السياسة الخارجية
			1. تنظيم المؤتمرات العامة
			2. تبادل المعلومات وتقديمها
			3. تحليل المعلومات وتفسيرها
			4. توضيح القرارات السياسية
			5. تنفيذ القرارات السياسية
			6. المشاركة في صناعة القرار السياسي على المستوى الخارجي
			7. القيام بإجراء بحوث واستطلاعات للرأي العام الخارجي
			8. تقديم تصورات حول رؤيا جامعات الضغط الخارجي
			9. إقامة نظام اتصالي ذو اتجاهين لتبادل المعلومات
			10. تصنيف وتوثيق القرارات والقوانين الحكومية والخطب الرسمية.

سابعاً: ممارسة وظيفة العلاقات العامة وفق

- عمل اصيل  عمل اضافي  اضافة لمهام الوظيفية الاخرى

ثامناً: ما الصعوبات التي تواجه العاملين في دائرة العلاقات العامة

الرقم	العبارة	درجة عالية	درجة متوسطة	درجة ضعيفة
1	عدم توفير موازنة خاصة بالدائرة			
2	نقص الخبرات المتخصصة في مجال العلاقات العامة			
3	قلة الدورات التدريبية في العلاقات العامة			
4	لا يوجد دائرة منفصلة للعلاقات العامة			
5	الازدواجية في اتخاذ القرارات			
6	عدم إعطاء صلاحيات كافية للعاملين في العلاقات العامة.			
7	لا يوجد اهتمام بتطوير كفاءة الممارسين وقدراتهم في عمل العلاقات العامة			
8	العلاقات العامة تقوم بالاتصال باتجاه واحد من المؤسسة للجمهور (الجاليات العراقية)			
9	تكليف العاملين بالعلاقات العامة بواجبات ادارية اخرى			
10	عدم وجود عدالة وظيفية للعاملين في مجال العلاقات العامة			
11	لا تستطيع نشر المعلومات الا بموافقة الادارة العليا			

ملحق رقم(2)  
قائمة بأسماء المحكمين

ت	اسم المحكم	الرتبة العلمية	التخصص	الجامعة
1	الدكتور غالب شطناوي	استاذ مساعد	علاقات عامة	جامعة اليرموك
2	الدكتور علاء الدين الدليمي	استاذ مساعد	صحافة	جامعة اليرموك
3	الدكتور بشار المطهر	استاذ مشارك	اذاعة وتلفزيون	جامعة اليرموك
4	الدكتور زهير الطاهات	استاذ مساعد	صحافة	جامعة اليرموك
5	الدكتور حردان هادي الصايل	استاذ مساعد	علاقات عامة	جامعة اليرموك

© Arabic Digital Library-Yarmouk University