

دور الدعم المؤسسي للعلاقات العامة في تحسين صورة العمل الدبلوماسي

دراسة تطبيقية على وزارة الخارجية العراقية

أ.المنتظر أحمد عيدان*

اشراف : د. نهلة زيدان الحوراني**

اشراف: د. مايسة حمدي زكي***

ملخص الدراسة:

تهدف الدراسة الحالية إلى التعرف على مدى تطبيق إدارة العلاقات العامة لاستراتيجيات الدعم المؤسسي بوزارة الخارجية العراقية، ومدى انعكاساتها على تحسين صورة العمل الدبلوماسي، ورصد العوامل الداخلية (الاتصال، التكنولوجيا، الحوافز، نمط القيادة، العمل الجامعي) المؤثرة على دعم العلاقات العامة من أجل تحسين صورة العمل الدبلوماسي في وزارة الخارجية العراقية، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واستخدمت منهج المسح الإعلامي الميداني، واعتمدت على أداة الاستبيان لجمع بيانات الدراسة الميدانية وتم تطبيق أداة الاستبيان على المبحوثين من العاملين بوزارة الخارجية العراقية، والمبحوثين من الجاليات العراقية في الخارج، بالإضافة إلى أداة المقابلة المتعمقة مع أربعة من مدراء الدوائر في الخارجية في مستويات مختلفة، وقام الباحث باختيار عينة متاحة قوامها (٤٠) مفردة من العاملين بوزارة الخارجية، اما الجمهور الخارجي فكانت العينة المتاحة من الجالية العراقيين وكان عدد العينة (٤٠٠) مفردة، وخلصت الدراسة إلى توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين (نوع، طبيعة، مستوى) الدعم المؤسسي المقدم للعاملين بالوزارة واتجاهاتهم نحو صورة العمل الدبلوماسي، وجود علاقة دالة إحصائية بين طبيعة المناخ التنظيمي السائد داخل الوزارة ومستوى الأداء التنظيمي لدى العاملين بالوزارة، وجود علاقة دالة إحصائية بين مستوى الدعم المؤسسي المقدم للمبحوثين واتجاهاتهم نحو الصورة الذهنية (المكون المعرفي) للعمل الدبلوماسي.

* المدرس المساعد بقسم الاعلام كلية الآداب جامعة بابل

** الاستاذ المساعد بقسم الاعلام بكلية الآداب - جامعة المنصورة

*** المدرس بقسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة المنصورة

Abstract :

The current study aims to identify the extent to which the Public Relations Department applies institutional support strategies in the Iraqi Ministry of Foreign Affairs, and the extent of their implications for improving the image of diplomatic work, and monitoring the internal factors (communication, technology, incentives, leadership style, university work) affecting the support of public relations in order to improve The image of diplomatic work in the Iraqi Ministry of Foreign Affairs. The study belongs to descriptive studies. It used the field media survey approach. It relied on a questionnaire tool to collect field study data. The questionnaire tool was applied to respondents working in the Iraqi Ministry of Foreign Affairs, and respondents from Iraqi communities abroad, in addition to a tool an in-depth interview with four directors of foreign departments at different levels. The researcher selected an available sample consisting of (40) individuals from the Ministry of Foreign Affairs, while the external audience was the available sample from the Iraqi community and the number of the sample was (400) individuals. The study concluded that there is a statistically significant correlation between (type, nature, level) support There is a statistically significant relationship between the nature of the prevailing organizational climate within the ministry and the level of organizational performance of the ministry's employees, and there is a statistically significant relationship between the level of institutional support provided to the respondents and their attitudes towards the mental image (the cognitive component) of diplomatic work.

تعد العلاقات العامة أحد فروع الإدارة التي لاقت قبولاً مطرداً في القرن العشرين، خصوصاً خلال الأربعين عاماً الأخيرة؛ وهذا راجع إلى تزايد الاهتمام بالرأي العام، وكسب ثقة وتأييد الجماهير. وترتبط العلاقة العامة التي تؤثر على العمل الدبلوماسي بالمتغيرات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية لمجتمعاتها؛ ولذا يتحدد دور العلاقات العامة في إحداث التفاهم ونشر الثقة المتبادلة وخدمة المصالح العامة. أما على الصعيد الدولي، فهي تسهم بجانب وسائل الاتصال الأخرى غير الجماهيرية كالاتصال الشخصي في مد وتقوية جسور العمل الدبلوماسي بين البلدان ودعم وتحسين العلاقات الخارجية.

ومن هنا ظهرت الحاجة إلى الاهتمام بالعلاقات العامة كوظيفة حساسة وجوهرية في مختلف المنظمات والمؤسسات التي تولي أهمية كبرى لجماهيرها لأن هذه الأخيرة تعتبر المرآة العاكسة لصورتها وأنشطتها ولذلك وفي سعي جاد من المؤسسات الخدمائية زادت الحاجة إلى وجود جهاز إداري مختص تناط له مسؤولية تحقيق التفاهم مع الجمهور الداخلي والجمهور الخارجي وهذا الجهاز يتمثل في جهاز العلاقات العامة. إذ أن العلاقات العامة كفيلة بفتح قنوات اتصالية دائمة بين تلك الإدارات، والمؤسسات وبين جماهيرها الداخلية خاصة وحتى الخارجية منها. وهذا بالتعريف بأهدافها، وبرامجها، وسياساتها وتطلعاتها من جانب، والتعرف على الاحتياجات المتغيرة والمشكلات المتزايدة من جانب آخر، بهذا كله أصبحت العلاقات العامة الجهاز القائم على تحسين صورة المؤسسة في أذهان جماهيرها والذي يسعى على المحافظة على هذه الصورة الطيبة بثتى الآليات والبرامج الفعالة. حيث أن العلاقات العامة المؤسسية واحدة من الأدوات الرئيسية التي يمكن استخدامها لتحسين صورة العمل الدبلوماسي، وذلك من خلال إدارة العلاقات المتنوعة بين الدبلوماسيين والمؤسسات والجماهير.

تعزز العلاقات العامة المؤسسية الصورة الإيجابية للدبلوماسية ويمكن أن تساعد في إنشاء شبكة شراكة قوية مع المجتمع المحلي، وزيادة الوعي بالمؤسسة وأهدافها. وعندما يتم تعزيز العلاقات بشكل جيد، فإنه يمكن للمؤسسات الدبلوماسية الأخرى التعرف على دبلوماسيين مؤثرين وأعمال مستثمرتين في التعامل معهم.

مشكلة الدراسة

تواجه وزارة الخارجية العراقية العديد من التحديات التي تؤثر سلباً على صورتها الذهنية في المجتمع الدولي. إذ لا يوجد دعم مؤسسي جيد للعلاقات العامة في الوزارة، بالإضافة إلى عدم وجود بيئة مناسبة تسهم في تحقيق حملات علاقات عامة فاعلة. ويؤدي هذا النقص إلى ضعف تقدير المجتمع الدولي للجهود الدبلوماسية للوزارة ويقلل من تأثيرها الإيجابي على المصالح العراقية.

بالإضافة إلى ذلك، فإن التحولات والتغيرات السريعة في الساحة الدولية تتطلب من وزارة الخارجية العراقية الاستجابة بشكل فعال والتكيف مع التطورات الجديدة، وتعزيز الصورة الذهنية للعمل الدبلوماسي العراقي، من خلال الدعم المؤسسي القوي، يمكن

لوزارة تعزيز العلاقات العامة وبناء الثقة مع الشركاء الدوليين وتعزيز مكانتها في المجتمع الدولي، بالتالي، تتطلب المشكلة الحالية إجراء دراسة معمقة لدور الدعم المؤسسي للعلاقات العامة في تحسين صورة العمل الدبلوماسي لوزارة الخارجية العراقية. حيث تسهم نتائج الدراسة في توفير توصيات واقتراحات عملية لتعزيز الدعم المؤسسي وتحسين الصورة الذهنية للوزارة في المجتمع الدولي، وبالتالي تحقيق مصالح العراق وزيادة تأثيره الإيجابي في العالم.

أهمية الدراسة

تتمثل أهمية الدراسة في عدة جوانب على النحو التالي:

١. تستمد هذه الدراسة من الدور الفعال للاستراتيجيات الدعم المؤسسي، وكذلك لمعرفة أهم العوامل الداخلية المؤثرة على أداء الدعم المؤسسي في وزارة الخارجية العراقية من المخاطر والعقبات التي تؤدي إلى عرقلة الدعم المؤسسي بالوزارة من أجل رفع الكفاءة الإنتاجية.
٢. تسهم الدراسة إلى ضرورة معرفة اتجاهات المبحوثين نحو صورة العمل الدبلوماسي.
٣. من خلال الدراسة يتم تسليط الضوء على الدعم المؤسسي للعلاقات العامة من أهمية في تحسين صورة العمل الدبلوماسي.
٤. من خلال الدراسة الحالية يمكن معرفة درجة توافر الدعم المؤسسي في الوزارة، وفهم المناخ التنظيمي ودراسة التأثير المتبادل بينهما، ومعرفة مدى تبني وزارة الخارجية لهذا المفهوم ومدى جدية المسؤولين بهذا النحو.
٥. إمكانية إسهام هذه الدراسة في توفر البيانات والمعلومات الميدانية والتي يمكن الاستفادة منها على مستوى التخطيط ووضع استراتيجيات للعلاقات العامة حول الدعم المؤسسي للعمل الدبلوماسي، وكذلك الوقوف على جوانب القصور في استراتيجيات هذا الدعم والذي قد ينجم من خلاله خلل جسيم على العمل الدبلوماسي بوزارة الخارجية العراقية.
٦. حاجة المكتبة العربية والعراقية إلى المزيد من الدراسات حول الدعم المؤسسي وأبعاده والاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة فيه.

أهداف الدراسة:

- تهدف الدراسة بشكل رئيسي للتعرف على مدى تطبيق إدارة العلاقات العامة لاستراتيجيات الدعم المؤسسي بوزارة الخارجية العراقية، ومدى انعكاساتها على تحسين صورة العمل الدبلوماسي، ويتفرع عن هذا الهدف مجموعة أهداف يعرضها الباحث على النحو التالي:
١. تحديد نوع الدعم المؤسسي المقدم من قبل إدارة العلاقات العامة لتحسين صورة العمل الدبلوماسي في وزارة الخارجية العراقية.
 ٢. التعرف على دور العلاقات العامة في وزارة الخارجية العراقية في تحسين صورة العمل الدبلوماسي بها.
 ٣. رصد العوامل الداخلية (الاتصال، التكنولوجيا، الحوافز، نمط القيادة، العمل الجامعي) المؤثرة على دعم العلاقات العامة من أجل تحسين صورة العمل الدبلوماسي في وزارة الخارجية العراقية.

٤. التعرف على مدى اعتماد العلاقات العامة في وزارة الخارجية العراقية على استراتيجيات الاتصال في تقديم الدعم المؤسسي للعاملين بالوزارة
٥. التعرف على الوسائل الاتصالية المستخدمة بين العلاقات العامة والعاملين في وزارة الخارجية العراقية.
٦. التعرف على طبيعة مهام ممارسي إدارة العلاقات العامة في وزارة الخارجية العراقية.
٧. رصد انعكاسات المناخ النفسي التنظيمي داخل المؤسسة على تحسين صورة العمل الدبلوماسي فيها.
٨. التعرف على آليات مواجهة التحديات التي تواجه الدعم المؤسسي داخل الوزارة.
٩. الكشف عن العلاقة الارتباطية بين الدعم المؤسسي وتحسين صورة العمل الدبلوماسي.
١٠. التعرف على اتجاهات المبحوثين من العاملين بوزارة الخارجية العراقية نحو صورة العمل الدبلوماسي
١١. رصد مقترحات العاملين بوزارة الخارجية العراقية من أجل تحسين صورة العمل الدبلوماسي.

■ الدراسات السابقة:

بعد مراجعة التراث الأدبي وثيق الصلة بموضوع الدراسة، أمكن تقسيم الدراسات السابقة إلى محورين كما يلي:

أولاً: الدراسات التي تناولت الدعم المؤسسي.

ثانياً: الدراسات التي تناولت الصورة الذهنية للعمل الدبلوماسي.

■ المحور الأول: الدراسات التي تناولت الدعم المؤسسي:

١. دراسة (2022) Simarasi, N., et al. (1) سعت إلى التعرف على كيفية تحفيز عمل رائدات الأعمال على عمليات التقييم الذاتي التي تعمل على تطوير الكفاءة الذاتية لزيادة الأعمال وزيادة التأثير على أداء مشاريعهن. استخدمت الدراسة نظرية التنظيم الذاتي في تفسير كيف يساهم عمل رائدات الأعمال في تصوراتهن عن الإتقان النشط وعمليات التقييم الذاتي التي تعزز كفاءتهن الذاتية في تنظيم المشاريع. تنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واستخدمت استمارة استبيان إلكتروني على حسابات وسائل التواصل الاجتماعي المهنية، وكانت العينة في هذه الدراسة من الإناث اللواتي بدأن ويديرن أعمالاً تجارية في إيران. نتج عن هذا استبيان إلكتروني ١٣٧ استجابة من رائدات أعمال. تشير هذه النتائج إلى أن الدعم المؤسسي يساعد رائدات الأعمال على النجاح بعد مرحلة تأسيس المشروع من خلال تعزيز العمل الريادي. إن الممارسة الفعالة والمتكررة لرائدات الأعمال للعمل الريادي يبني ويعزز كفاءتهن الذاتية في

تنظيم المشاريع من خلال عمليات التفكير الذاتي والتقييم الذاتي. علاوة على ذلك، تؤدي كفاءتهم الذاتية المعززة إلى أداء أعلى للمشروع من خلال قدرتهم المتزايدة على تعبئة الموارد بشكل أفضل والسعي إلى تحقيق أهداف أكبر للمشروع.

٢. استهدفت دراسة **وفاء محمد لطفي (٢٠٢١م)**^(١) إلى التعرف على الكفاءة الإنتاجية لذوي الإعاقة، وتحديد أوجه الدعم المؤسسي المقدم لهم، والتعرف على الكفاءة الإنتاجية لذوي الإعاقة ومدى علاقتها بالدعم المؤسسي؛ حيث تكونت عينة البحث من أرباب العمل في وزارة التعليم ووزارة الصحة وشركة الاتصالات STC وإمارة منطقة جازان في المملكة العربية السعودية، واستخدمت الاستبانة أداة لجمع البيانات. وقد أشارت نتائج الدراسة إلى: أن مستوى الدعم المقدم لذوي الإعاقة مرتفع من حيث الدعم النفسي والمادي والاجتماعي، يزداد الدافع لدى المعاق على العمل عند تقديم الدعم النفسي، فيشعر المعاق بالاحترام والأهمية عندما يدرك اهتمام الآخرين به إن تقدير المعاق ماديا في العمل يشعره بالاستقرار المادي.

٣. استهدفت دراسة بصبث، فردوس. **Basbeth, Firdaus, et al. (2021)**^(٢) تحديد مستوى أعضاء هيئة التدريس من حيث الدوافع ورضاهم عن التدريس عبر الإنترنت، كما سعت للتعرف على مدى تأثير الدعم المؤسسي على تحفيز أعضاء هيئة التدريس، وطبقت الدراسة على عينة عشوائية في ٥٠ مؤسسة للتعليم العالي في إندونيسيا وماليزيا قوامها (٢٠٦) مفردة من أعضاء هيئة التدريس من جامعات التعليم العالي (مثل الجامعات العامة والخاصة ذات الأربع سنوات). وأثبتت نتائج الدراسة أن لم تكن هناك فروق ذات دلالة إحصائية فيما يتعلق بالدعم المؤسسي والدافع حسب بلد الإقامة في الدولة. كما أظهرت النتائج أن مشاركة الطلاب لها التأثير الأكبر على رضا أعضاء هيئة التدريس، فيما يتعلق بالرضا والتحفيز، كان العضو الأكثر رضاًا وتحفيزًا هو عضو هيئة التدريس في إندونيسيا. تم التأكيد على تأثير الدعم المؤسسي باعتبارها سابقة لتحفيز أعضاء هيئة التدريس والتي تضاعف تأثيرها على الرضا الوظيفي.

٤. بحثت هذه الدراسة فالولا أ، وآخرون **Falola, H. O., et al. (2020)**^(٤) في تأثير استراتيجيات الدعم المؤسسي على فعالية المسؤوليات الوظيفية الأساسية للكلية في بعض

الجامعات العامة المختارة في نيجيريا. وتنتمي الدراسة إلى البحوث الوصفية، اعتمدت الدراسة على منهج المسح، واستخدمت عينة طبقية من خلال اختيار (٧) جامعات في جنوب غرب نيجيريا. وتم اختيار عينة من (٦٠٠) مفردة من أعضاء هيئة التدريس في الجامعات المختارة. **تظهر النتائج** أن الدعم البحثي والدعم التربوي والدعم الفني هي عوامل تنبئ باستجابة أعضاء هيئة التدريس لجودة إنتاجية البحث ومشاركة المعرفة الجيدة والكفاءة الإدارية. وأكدت الدراسة على الحاجة إلى مراجعة مختلف أشكال الدعم المؤسسي من أجل تحديد مدى ملاءمة المبادرة وأهميتها.

٥. سعت دراسة **ليمياء علي جاد السيد (٢٠١٧م)**^(٥) إلى معرفة دور العلاقات العامة في تعزيز الصورة الذهنية للدولة خارجياً، والتعريف بتجربة وزارة الخارجية في مجال العلاقات العامة، معرفة الوسائل الاتصالية الحديثة التي تستخدمها العلاقات العامة بوزارة الخارجية وفروعها. استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي، ومنهج دراسة الحالة. استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي، ومنهج دراسة الحالة. وتمثلت أداة الدراسة في أداة الاستبيان والمقابلة والملاحظة. بالتطبيق على وزارة الخارجية ومجلس الصداقة الشعبية والإعلام الخارجي في الفترة من ٢٠١٠ م - ٢٠١٥م. **وخرجت الدراسة بعدد من النتائج كما يلي:** أظهرت الدراسة أن العلاقات العامة في تتبع التطورات الحديثة في بناء صورة السودان خارجياً من خلال التمثيل الدبلوماسي والاتصالات الإعلامي الخارجي. أثبتت الدراسة من خلال إجابة الباحثين، أن العمل الإعلامي يمكنه المساهمة في تطوير وبناء الصورة الذهنية.

٦. استهدفت دراسة **فاطمة بنت عبد الباقي بخيت (٢٠١٥م)**^(٦) الكشف عن الدور الذي يمكن أن تقوم به العلاقات العامة في تحسين الصورة للمملكة بالخارج بما تستخدمه من وسائل اتصالية أو عن طريق العمل الخيري بواسطة السفارة في القاهرة. واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت عدة أدوات لجمع المعلومات والبيانات كالملاحظة والمقابلة واستمارة الاستبيان على عدد ١٣٠ موظف من وظيفي السفارة، **وخرجت الدراسة بعدة نتائج أهمها ما يلي:** أن صورة المملكة في جمهورية مصر العربية إيجابية جداً وهو ما يعبر عن أواصر العلاقات الأخوية بين البلدين سواء على المستوى الرسمي أو الشعبي. كما كشفت الدراسة أن الصورة الغالبة عن المملكة العربية السعودية لدى المصريين ترتبط بأداء مناسك الحج والعمرة والإسلام بشكل عام، ومساهمة المملكة في منح المساعدات الخارجية والإنسانية.

■ **المحور الثاني: الدراسات التي تناولت الصورة الذهنية للعمل الدبلوماسي:**

١. تناولت دراسة سجي خضير عباس، (٢٠٢١م)^(٧) أهم الأساليب الدبلوماسية التي تتبعها وزارة الخارجية البريطانية من أجل بناء صورة الدولة لدى الدول والجمهور المستهدفة، ومعرفة أهم المضامين التي تركز عليها وزارة الخارجية البريطانية في رسائلها الاتصالية على مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك وتويتر) من أجل ترسيخ صورة ذهنية إيجابية عن الدولة. تُعد هذه الدراسة من البحوث الوصفية اعتمدت الباحثة على المنهج المسحي، واستخدمت الدراسة أداة تحليل المضمون لتحليل البيانات على مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك وتويتر) اثناء المدة الزمنية المحددة لمعرفة الأساليب التي تتبعها وزارة الخارجية البريطانية في بناء صورة الدولة. **توصلت الباحثة إلى مجموعة من النتائج على النحو الآتي:** اعتمدت وزارة الخارجية البريطانية في سبيل تحقيق سياستها الخارجية وبناء صورة بريطانيا الوسائل التكنولوجية الحديثة للتواصل مع الجماهير المستهدفة عن بعد كالزيارات والاجتماعات والمؤتمرات الافتراضية وكذلك الاتصالات المرئية مع موظفي الوزارة أو الجماهير المحلية او الشعوب في الدول الأخرى.

٢. استهدفت دراسة جونج، لينا. **Gong, Lina (2021)** ^(٨) المساهمة في المنحة من خلال فحص الدبلوماسية الإنسانية للصين في جنوب شرق آسيا خلال جائحة COVID19 من خلال دراسة منظورها حول الإنسانية وخصائص عملها الإنساني. وتقييم وتحليل مدى الفعالية تعمل الدبلوماسية الإنسانية الصينية على تعزيز صورتها الإيجابية. وتحديد يحدد العوامل التي تؤثر على نتيجة بناء صورة الصين من خلال العمل الإنساني. **توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج من أهمها:** أن نتيجة بناء صورة الصين من خلال الأنشطة الإنسانية تتأثر بشدة الأزمة، والاستجابة الوطنية للبلاد. وثبت أن دور الجهات الفاعلة غير الحكومية فعال في التعامل مع الشؤون الإنسانية في حالات الطوارئ في أماكن مختلفة. لقد حققت الدبلوماسية نتائج متباينة في جنوب شرق آسيا. بينما تم الاعتراف بالصين باعتبارها مقدم رئيسي للمساعدة أثناء الجائحة، فإن مساعدتها لم تحسن صورتها بشكل كبير في المنطقة. تواصل بكين

دعم مركزية الأمم المتحدة في التعامل مع هذه التحديات. بينما الآليات الإقليمية ضرورية لبكين، والدبلوماسية الثنائية تبرز بشكل بارز في الصين، وكذلك الاستجابة لحالات الطوارئ الإنسانية في الخارج.

٣. هدفت دراسة الكاظم كريم مراد الموزان (٢٠٢٠م)^(٩)، إلى معرفة مدى متابعة الجمهور المصري للأحداث بالعراق وأسباب متابعته، ورصد آراء المبحوثين حول مختلف الأحداث التي يمر بها العراق، والكشف عن مدى متابعة الجمهور المصري للموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية العراقية، ومعرفة رأي عينة الدراسة حول الدور الدبلوماسي للعلاقات العامة الدولية بوزارة الخارجية العراقية وتأثير ذلك الدور على الصورة الذهنية لدولة العراق لديهم، وتمثل مجتمع الدراسة العاملين في أنشطة العلاقات العامة في وزارة الخارجية بالعراق، والجمهور المصري، وتمثلت عينة الدراسة الميدانية "مسئولي الدائرة العربية لقسم مصر والسودان" وعينة عشوائية من الجمهور المصري قوامها ٤٠٠ مفردة أكدت نتائج الدراسة أن: هناك قصور في تأييد الإدارة العليا بوزارة الخارجية العراقية لإدارة العلاقات العامة وأنشطتها الدولية، فيوجد بعض المعوقات المتمثلة في قيام الإدارة الإعلامية بتنفيذ أنشطتها الاتصالية وعدم وجود إدارة متخصصة للعلاقات العامة، وكذلك قلة عدد العاملين بالعلاقات العامة ولا توجد الخبرات الكافية لممارسة أنشطة العلاقات العامة الدولية، مما يؤثر على فاعليتها وتأثيرها في تحسين الصورة الذهنية لدولة العراق لدى الجمهور المصري. اتفقت نتائج المقابلة المتعمقة مع نتائج الدراسة الميدانية في قلة المخصصات المالية المخصصة لأنشطة العلاقات العامة الدولية، مما كان له بالغ الأثر في تعريف الجمهور المصري بأبرز الأنشطة الدولية التي تقوم بها وزارة الخارجية العراقية.

٤. سعت دراسة وليد خلف الله محمد دياب (٢٠١٧م)^(١٠) إلى التعرف على الدبلوماسية الرقمية في المواقع الإلكترونية الرسمية لوزارتي الخارجية المصرية والأمريكية ودورها في تقديم صورة الدولة. واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي. وتمثلت أداة الدراسة في أداة تحليل المضمون لرصد وتحليل محتوى المواقع الإلكترونية لوزارتي الخارجية المصرية والأمريكية وتحليل محتوى الصفحات الرسمية للمواقع في الفترة

الزمنية من (٢٠١٦/٨/١)م إلى (٢٠١٦/١١/١)م). وجاءت نتائج الدراسة مؤكدة على أن المصادر المعلوماتية للدبلوماسية الرقمية في موقعي وزارتي الخارجية الأمريكية والمصرية اعتمدت على تصريحات وزير الخارجية حيث جاءت في المرتبة الأولى من مصادر الدبلوماسية الرقمية في كلاً الموقعين، واعتمد موقع الخارجية المصرية أيضاً على تصريحات رئاسة الجمهورية بشكل قوى بنسبة (٢٩%).

٥. سعت دراسة **ليمياء علي جاد السيد (٢٠١٧م)**^(١١) إلى معرفة دور العلاقات العامة في تعزيز الصورة الذهنية للدولة خارجياً، والتعريف بتجربة وزارة الخارجية في مجال العلاقات العامة، معرفة الوسائل الاتصالية الحديثة التي تستخدمها العلاقات العامة بوزارة الخارجية وفروعها. استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي، ومنهج دراسة الحالة. استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي، ومنهج دراسة الحالة. وتمثلت أداة الدراسة في أداة الاستبيان والمقابلة والملاحظة. بالتطبيق على وزارة الخارجية ومجلس الصداقة الشعبية والإعلام الخارجي في الفترة من ٢٠١٠ م - ٢٠١٥ م. وخرجت الدراسة بعدد من النتائج كما يلي: أظهرت الدراسة أن العلاقات العامة في تتبع التطورات الحديثة في بناء صورة السودان خارجياً من خلال التمثيل الدبلوماسي والاتصالات الإعلامي الخارجي. أثبتت الدراسة من خلال إجابة المبحوثين، أن العمل الإعلامي يمكنه المساهمة في تطوير وبناء الصورة الذهنية.

٦. استهدفت دراسة **فاطمة بنت عبد الباقي بخيت (٢٠١٥م)**^(١٢) الكشف عن الدور الذي يمكن أن تقوم به العلاقات العامة في تحسين الصورة للمملكة بالخارج بما تستخدمه من وسائل اتصالية أو عن طريق العمل الخيري بواسطة السفارة في القاهرة. واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت عدة أدوات لجمع المعلومات والبيانات كالملاحظة والمقابلة واستمارة الاستبيان على عدد ١٣٠ موظف من وظيفي السفارة، وخرجت الدراسة بعدة نتائج أهمها ما يلي: أن صورة المملكة في جمهورية مصر العربية إيجابية جداً وهو ما يعبر عن أواصر العلاقات الأخوية بين البلدين سواء على المستوى الرسمي أو الشعبي. كما كشفت الدراسة أن الصورة الغالبة عن المملكة

العربية السعودية لدى المصريين ترتبط بأداء مناسك الحج والعمرة والإسلام بشكل

عام، ومساهمة المملكة في منح المساعدات الخارجية والإنسانية.

مناقشة الدراسات السابقة:

من خلال استعراض بعض البحوث والدراسات السابقة للعلاقات العامة وأدوارها المختلفة تجاه الدعم المؤسسي في تحسين صورة العمل الدبلوماسي سعت الدراسات للوصول إلى نتائج وتوصيات تتعلق بدور الدعم المؤسسي للعلاقات العامة في تحسين صورة العمل الدبلوماسي **تبيين الآتي:**

منهجياً: استخدمت اغلب الدراسات منهج المسح بشقه الميداني فقط، وذلك بالتطبيق على الجمهور فقط أو القائم بالاتصال فقط أو بالتطبيق على الإثنين معاً، واستخدمت بعض الدراسات بشقه التحليلي فقط مثل دراسة ياسين سخاف ٢٠٢٠، ودراسة وليد خلف الله ٢٠١٧، ودراسة **Gong lina** ٢٠٢١، وجمعت بعض الدراسات بين الشقين الميداني والتحليلي كما في دراسة سجي خضير عباس ٢٠٢١، ودراسة فاطمة بنت عبد الباقي ٢٠١٥، ودراسة لمياء علي جاد ٢٠١٧، كما استخدمت بعض الدراسات المنهج التجريبي مثل دراسة **Heagney, M., & Benson** ٢٠١٧، كذلك استخدم المنهج السرد في دراسة **Natarajan** ٢٠١٤، وتم استخدام دراسة الحالة على وزارة الخارجية السعودية في دراسة عماد محمد المدير ٢٠١٣، في حين جمعت بعض الدراسات بين منهج المسح ومنهج دراسة الحالة في دراسة لمياء علي جاد ٢٠١٧.

❖ تنوعت أدوات جمع البيانات التي استخدمتها الدراسات السابقة بين الاستبيان والمقابلات واستمارة تحليل المضمون والمقابلة وجها لوجه.

❖ غلب على الدراسات السابقة استخدام العينة العشوائية (عشوائية بسيطة، عشوائية طبقية)، والعينة العمدية، واستخدمت قليل من الدراسات أنواع أخرى من العينة كالعينة الفرضية والعينة التقديرية.

❖ يلاحظ قلت الدراسات العربية التي تناولت الدعم المؤسسي مقارنة بالدراسات الأجنبية.

❖ ركزت الدراسات السابقة على دراسة الدعم المؤسسي من الناحية التربوية وكذلك في مجالات الشركات والإدارة المؤسسية.

❖ انحصرت الدراسات العربية التي تناولت الدعم المؤسسي هي دراسة وفاء محمد لطفي ٢٠٢١ حيث هدفت الى التعرف على الكفاءة الإنتاجية لذوي الإعاقة وتحديد أوجه الدعم المؤسسي المقدم لهم التعرف على الكفاءة الإنتاجية لذوي الإعاقة ومدى علاقتها بالدعم المؤسسي المقدم، حيث تبين ان الدعم المقدم لذوي الإعاقة مرتفع من حيث الدعم النفسي والمادي والاجتماعي، حيث يزداد الدافع لدى المعاق على العمل عند تقديم الدعم النفسي له.

❖ اما الدراسات السابقة الأجنبية التي سعت اغلبها الى معرفة مدى تأثير الدعم المؤسسي على تحفيز أعضاء هيئة التدريس على ممارسة عملهم، حيث ظهر ان مشاركة الطلبة في الحضور هو التأثير الأكبر على رضا أعضاء هيئة التدريس كما في دراسة بصبث

فردوس ٢٠٢١، أما دراسة فالولا ٢٠٢٠ فقد درست استراتيجيات الدعم المؤسسي ومداه على المسؤولية الوظيفية للكلية في بعض الجامعات في نيجيريا. **استهدفت اغلب دراسات المحور الأول في التعرف على دور الدعم المؤسسي المقدم وإمكانية تحسينه، واستهدفت بعضها تحديد أوجه الدعم المؤسسي المقدم لذي الإعاقه وكذلك من اجل تحسين الإنتاجية لديهم، في حين استهدف القليل من الدراسات عن تأثير استراتيجيات الدعم المؤسسي على فعالية المسؤوليات الوظيفية الأساسية، وأخرى سعت للكشف عن العلاقة بين كل من الممارسات القيادية والدعم التنظيمي المدرك بالأداء التنظيمي، وبمراجعة نتائج الدراسات السابقة اتضح ما يلي:**

- ان معظم الدراسات السابقة كشفت عن وجود تشابك وتداخل بين دور الدعم المؤسسي الأدوار الحاسمة للدعم الإداري من أجل الاعتماد الناجح للعمل مثل **(2018) Choi, Sungjoo، ودراسة عباس عمران الزبيدي (٢٠٢٠)، (2022) Simarasl, N., et al،**
- لم تكن هناك فروق ذات دلالة إحصائية فيما يتعلق بالدعم المؤسسي والدافع حسب بلد الإقامة في الدولة مثل دراسة **Basbeth, Firdaus, et al.**
- ان الدعم المؤسسي لا يؤثر بشكل كبير على كمية الشبكات التعاونية، ولكنه يعزز بشكل كبير وجود هذه الشبكات، بمعنى ان دعم الشبكات التعاونية مؤسسيا في بلد ما يعزز من فوائد الشبكات من ابتكار للعمليات والمنتجات.
- ان الدافع الى العمل يزداد كل ما ازداد الدعم المؤسسي المقدم ان كان (دعم نفسي او اداري او مالي).
- واستهدفت اغلب دراسات المحور الثاني التعرف على دور العلاقات العامة في تحسين صورة الصورة الذهنية للمؤسسات، واستهدف بعضها التعرف على الوسائل الاتصالية للعلاقات العامة الدولية في وزارات الخارجية وفروعها، في حين استهدف البعض الاخر في التعرف على اتجاهات العاملين بوزارة الخارجية نحو توظيف الاعلام الجديد في الدبلوماسية الشعبية، وأخرى استهدفت في التعرف على دور الدبلوماسية الرقمية في المواقع الالكترونية ودورها في تقديم صورة الدولة لدى الخارج، وبمراجعة نتائج الدراسات السابقة اتضح ما يلي:**
- أكدت الدراسات أن الصورة الذهنية الخارجية متوافقة إلى حد ما مع الجهد المبذول في تحسين هذه الصورة مثل دراسة **إقبال بابكر محمد البشير (٢٠١٤)، ودراسة فاطمة بنت عبد الباقي بخيت (٢٠١٥) ودراسة Hartig. Falk (2016)،** حيث تشير كلا الدراسات إلى أهم العوامل التي تساعد العلاقات العامة في تشكيل صورة ذهنية للجمهور الخارجي مثل دراسة **حمد جمعة خميس السويدي (٢٠٢٠).**

- أكدت الدراسات أن قلة عدد العاملين بالعلاقات العامة وعدم وجود الخبرات الكافية لممارسة أنشطة العلاقات العامة وهذا ما يؤثر على فاعليتها وتأثيرها في تحسين الصورة الذهنية للدولة مثل دراسة الكاظم كريم مراد الموزان (٢٠٢٠).
 - اهتمام الإدارات العليا بالمؤسسات بوجود إدارة متخصصة للعلاقات العامة لإمام الإدارات بوظائف العلاقات العامة ومهامها، كما في دراسة سامي نهار مطر (٢٠٢٠)، ودراسة إبراهيم قسم الله (٢٠٢٠).
 - تختلف هذه الدراسة مع ما هدفت إليه الدراسات الأخرى في التعرف على أهم الأساليب الدبلوماسية التي تتبعها وزارة الخارجية من أجل بناء صورة الدولة لدى الدول والجمهور المستهدفة مثل دراسة سجي خضير عباس، (٢٠٢١)، ودراسة سامي نهار مطر الظفيري (٢٠٢٠)، ودراسة ليديا صفوت إبراهيم (٢٠١٩) ودراسات حول الدور الدبلوماسي للعلاقات العامة الدولية بوزارة الخارجية العراقية وتأثير ذلك الدور على الصورة الذهنية لدولة العراق لديهم مثل دراسة الكاظم كريم مراد الموزان (٢٠٢٠)، ودراسة خالد نعمة خضير البودغش (٢٠١٨) ولم تتطرق أي دراسة من الدراسات الأجنبية لهذه الجزئية.
- ويلاحظ مما سبق عدم وجود دراسات كافية تتناول دور الدعم المؤسسي للعلاقات العامة في تحسين صورة العمل الدبلوماسي خاصة في السياق العراقي، بالإضافة الى عدم وجود مؤشرات واضحة وموحدة لقياس مستوى الدعم المؤسسي للعلاقات العامة ومستوى صورة العمل الدبلوماسي، وايضاً عدم وجود نموذج نظري متكامل يربط بين متغيرات الدراسة (الدعم المؤسسي وصورة العمل الدبلوماسي) ويفسر طبيعة واتجاه العلاقة بينها.

الاستفادة من الدراسات السابقة:

تعددت أوجه استفادة الباحث من الدراسات السابقة لتتمثل في:

- ١- استفاد الباحث من الدراسات السابقة في الجوانب النظرية والتطبيقية وكيفية تناول هذه الدراسات أساليب بحثه، وكذلك من إيجابيات وسلبيات هذه الدراسات ومعرفة مدى الاتفاق والاختلاف معها، كما استفاد الباحث من الدراسات السابقة في بلورة مشكلة الدراسة.
- ٢- أمكن الاستفادة من الدراسات السابقة في تحديد النظرية التي اعتمدت عليها الدراسة، وتحديد نوع العينة المناسبة للدراسة، ومحاولة تحري الأسئلة والاتجاهات التي لم تغطيها الدراسات السابقة.
- ٣- ساعد الاطلاع على الدراسات السابقة الباحث على الوقوف على أهم المعايير التي تستند إليها الدراسة في محاولة الوصول إلى الحكم على الوسيلة الإعلامية من حيث الموضوعية - الدقة - التوازن - الفورية.

- ٤- كما ساهم الاطلاع على الدراسات السابقة تعميق وصياغة الفروض العلمية.
- ٥- الاستفادة من الدراسات السابقة في كيفية وضع فروض وتساؤلات الدراسة.
- ٦- ساعدت الدراسات السابقة في التعرف على كيفية تحديد حجم العينة واختيار منهج البحث المناسب والتعرف على الأدوات البحثية وكيفية الاستفادة منها وتوظيفها لخدمة هذه الدراسة.

الإطار النظري للدراسة:

استراتيجيات الاتصال لـ "رولر" Ruler:

يستند نموذج رولر على فرضية أساسية مؤداها: صعوبة استخدام استراتيجية واحدة للاتصال في العلاقات العامة، حيث لا توجد استراتيجية مثلي، بل الأفضل استخدام الاستراتيجية المناسبة لكل موقف اتصالي للعلاقات العامة.^{١٣} وقام رولر بوضع نموذجه الخاص به والذي أطلق عليه "النموذج الموقفي لاستراتيجيات الاتصال"، بحيث يمكن استخدام استراتيجية معينة في موقف محدد، أو استخدام مزيج من هذه الاستراتيجيات في موقف آخر، وتحدد الاستراتيجيات في هذه النموذج وفقاً لمحورين أساسيين:

المحور الأول يتعلق بطبيعة عملية الاتصال ومدى اشتراك الجمهور في هذه العملية، بحيث يمثل أحد طرفي هذا المحور الاتصال في اتجاه واحد، في حين يمثل الطرف الثاني الاتصال في اتجاهين.

المحور الثاني يشير إلى طبيعة مضمون الرسالة الاتصالية، إذا كانت تعبر عن رؤى المنظمة فقط أم تعبر عن رؤى المنظمة والجمهور معاً.

وبناء على ذلك فقد حدد رولر أربع استراتيجيات وهي: الإعلام، الإقناع، بناء الإجماع، والحوار، ونوجز شرحها في الآتي:

- ١- **استراتيجية الإعلام Information:** يكون الاتصال في هذه الاستراتيجية له اتجاه واحد فقط، ويعبر مضمون الاتصال عن رؤى المؤسسة، ويحمل معاني ودلالات ذات معنى واحد، وفي هذه الاستراتيجية يتم تقديم المعلومات للجمهور الأساسية لمساعدتها في تكوين الرأي واتخاذ القرارات.
- ٢- **استراتيجية الإقناع Persuasion:** تجمع هذه الاستراتيجية بين الاتصال في اتجاه واحد، والمضمون الاتصالي الذي يعبر عن رؤى كل من المؤسسة والجمهور، ويحمل دلالات تعكس وجهة نظر الطرفين، وتسعى هذه الاستراتيجية إلى خلق قاعدة للعلاقات الاستراتيجية مع الجماهير لإحداث التغيير في المعرفة، والاتجاهات، والسلوكيات الخاصة بالجمهور.
- ٣- **استراتيجية بناء الإجماع Building Consensus:** تقوم هذه الاستراتيجية بالجمع بين الاتصال في اتجاهين، من المؤسسة إلى الجماهير المستهدفة وبالعكس، وتتناول بناء الجسور بين المؤسسة والمحيط الذي تعمل فيه، أو بين العاملين، ويمكن الاستعانة

دور الدعم المؤسسي للعلاقات العامة في تحسين صورة العمل الدبلوماسي
بهذه الاستراتيجية لتحقيق عملية الاتفاق المشترك بين الأطراف عندما يكون هناك
تعارض وتضارب في المصالح.

٤- **استراتيجية الحوار Dialogue**: تجمع هذه الاستراتيجية بين الاتصال في اتجاهين،
والمضمون الاتصالي الذي يعكس وجهة نظر الطرفين: المؤسسة، وجمهورها.
وتتضمن هذه الاستراتيجية استشارة الجمهور في سياسات المؤسسة، وأخذ رأيه في
القضايا المختلفة. ويتم إشراك الجمهور في عملية صنع القرار، إذ تعمل المؤسسة على
تسهيل تفاعل الجمهور في صنع سياستها.^(١٤)

توظيف استراتيجيات الاتصال لرولر Ruler في الدراسة الحالية

تستخدم الدراسة الحالية استراتيجيات الاتصال لرولر Ruler كأساس نظري تفسر
من خلاله أساليب ممارسة الدعم المؤسسي للعلاقات العامة بوزارة الخارجية العراقية،
اعتمد الباحث في الدراسة الحالية على استراتيجيات الاتصال لرولر Ruler في:

- صياغة فروض الدراسة وذلك لتحقيق أهداف الدراسة.
- تحديد استراتيجيات الدعم المؤسسي المستخدمة من قبل وزارة الخارجية العراقية.
- تحديد اتجاهات المبحوثين نحو العملية الاتصالية بين الوزارة والعاملين.

ترتكز الدراسة الحالية على استراتيجيات الاتصال لرولر Ruler، حيث تسعى
للتعرف على استراتيجيات الدعم المؤسسي للعلاقات العامة بوزارة الخارجية العراقية،
ومدى تأثيراتها على المبحوثين لتحسين صورة العمل الدبلوماسي للوزارة، وفقاً لاتجاه
المبحوثين للاستراتيجيات الاتصالية الموظفة في تقديم العمل الدبلوماسي، وتم الاستعانة
باستراتيجيات الاتصال لرولر Ruler في صياغة الأسئلة الخاصة بالاستمارات الميدانية
للمسؤولين والعاملين بوزارة الخارجية العراقية، وتم إجراء العينة على عدد ٤٠ من
العاملين بوزارة الخارجية العراقية.

نظرية الصورة الذهنية:

يعد الصحفي الأمريكي والتر ليبمان Lippmann أول من استخدم مصطلح
الصورة الذهنية في التاريخ المعاصر، بوصفه تلك الصورة المرتبة للعالم ضعيفة أو قوية
التماسك، حيث تتكيف على وفقها عاداتنا وأذواقنا وأحلامنا وقدراتنا وأحلامنا، وقد لا تكون

صورة ممكنة مكتملة للعالم، لكنها مع ذلك صورة لعالم ممكن تنتمي إليه، وفي ذلك العالم يأخذ الناس والأشياء أماكنهم المعروفة المحددة، ويقومون بأشياء معينة نتوقعها منهم، عندها نشعر أننا في عالمنا، وأنه يناسبنا، وأنا أعضاء فيه ونعرفه.^(١٥)

وقد بدأ استخدام مصطلح الصورة الذهنية عندما أصبح لمهنة العلاقات العامة تأثير كبير على الحياة الأمريكية مع بداية النصف الثاني من هذا القرن، وقد كان لظهور كتاب " تطوير صورة المنشأة " للكاتب الأمريكي (Leepristol) في عام ١٩٦٠م أثر كبير في نشر مفهوم صورة المنشأة بين رجال الأعمال، وما لبث هذا المصطلح أن تزايد استخدامه في المجالات التجارية والسياسية والإعلامية، كما تبلور هذا المصطلح بشكل واضح عام ١٩٦٥م حيث ظهر كتاب "السلوك الدولي " الذي قام بتأليفه (Herbert Kleman).^(١٦)

خصائص الصورة الذهنية:

- الصورة الذهنية عملية ديناميكية وليست عملية إستاتيكية، ولذلك فهي لا تتصف بالثبات والجمود، وإنما تتسم بالمرونة والتفاعل المستمر، وتتغير طول الحياة^(١٧).
- الصورة الذهنية تتمتع بتخطي حدود الزمان والمكان، فالإنسان يتمتع بصورة ذهنية تتخطى حدود المكان بشكل كبير، ليكون صوراً ذهنية عن بلده، ثم قارته، ثم العالم الذي يعيش فيه.
- الصورة الذهنية تعمل على تكريس التحيز والبعد عن الموضوعية^(١٨).
- تمثل الصورة الذهنية جزءاً من الواقع الكلي، ويتم التضحية بالكثير من التفاصيل، وبالتالي تكون الصورة المتكونة منقوصة وغير كاملة، وتغفل العديد من المعلومات^(١٩).

سمات الصورة الذهنية:

تنتم الصورة الذهنية بعدد من السمات يمكن إجمالها فيما يلي^(٢٠):

- ليست مجرد محاكاة، ولكنها إطار للذاكرة وعملية بناء التصورات.
- قد تنتم بالوضوح والغموض، أو الحقيقة، أو عدم الحقيقة.
- تعد محصلة لكل خبرات الفرد السابقة.

• نتاج تفاعل عناصر المعرفة والإدراك، كما أن السياق الاجتماعي والتاريخي يؤثر في تشكيل الصورة الذهنية المختلفة.
وأوضح بعض الباحثين اختلاف الصورة الذهنية عن الصورة النمطية في نقطتين مهمتين^(٢١):

- إن الصورة الذهنية يمكن تغييرها حيث إنها تتسم بالثبات النسبي، أما الصورة النمطية فهي تقاوم التغيير، فمن الصعب تغييرها.
- غالباً ما تكون الصورة النمطية متحيزة، فهي في الغالب سلبية عكس الصورة الذهنية التي تكون أحياناً إيجابية، وفي ظروف أخرى سلبية.

أوجه استفادة المنظمات من الصورة الذهنية الإيجابية للمنظمة لدى الجمهور:

أصبحت الصورة الذهنية الإيجابية للمنظمة من أهم العوامل التي تساعد على تحقيق النجاح، فعلى المستوى الداخلي بالنسبة للمنظمات والمؤسسات والشركات هناك الكثير من الآثار الإيجابية المادية والمعنوية، ومن أهمها:^(٢٢)

١. زيادة القدرات الإنتاجية للعاملين داخل المنظمة أو المؤسسة، حيث ثبت أن هذه القدرات تتزايد كلما تزايد رضا العاملين عن المنظمة، وكانت صورتها إيجابية لديهم، وتزايد اعتزازهم وفخرهم بها، فعلى سبيل المثال: يتزايد اهتمام الأساتذة الجامعية (خاصة الذين يعملون في جامعات لها صورة إيجابية) بتعليم الطلاب وزيادة قدراتهم العقلية.

٢. تسهم الصورة الذهنية الإيجابية في انخفاض المشاكل العمالية، وارتفاع الروح المعنوية للجمهور الداخلي، الأمر الذي يلقي بظلاله على زيادة الكفاءة الإنتاجية.

٣. تلعب الصورة الإيجابية للمنشأة دوراً مهماً في جذب رؤوس الأموال، وزيادة عدد المساهمين، وكذلك تساهم هذه الصورة في جذب الموردين والمتعهدين والموزعين، بالإضافة إلى سهولة التعامل مع الهيئات التنفيذية والتشريعية في الدولة.

٤. تسهم الصورة الإيجابية للمنشأة في زيادة قدرة إدارتها على اتخاذ القرارات الصحيحة، ورسم الخطط الطموحة، والتوسع، وتشجيعها على تحقيق المزيد من الأهداف الكبيرة. أما على المستوى الخارجي، فإن الصورة الذهنية الإيجابية يمكن أن تحقق النتائج التالية:

١. زيادة ثقة الجمهور فيما تقدمه المنظمة أو الشركة من خدمات ومنتجات.
٢. زيادة تعرض الجماهير لخطابات المنظمة أو المؤسسة أو الشركة، وزيادة إمكانية تقبل الجمهور لهذه الخطابات.
٣. زيادة فرصة الاتصال الحواري بين المنظمة أو المؤسسة وجمهورها، وهو ما يؤدي إلى زيادة فرص تقييم الجمهور للمنظمة أو الشركة، وبالتالي زيادة فرص تطوير هذه المنظمة.
٤. تلعب الصورة الإيجابية دورًا مهمًا خلال الأزمات التي تتعرض لها المنظمة أو الشركة. فهي تقلل من إمكانية اتخاذ الجمهور لمواقف عدائية ضدها.
٥. زيادة إمكانية المشاركة الجماهيرية في الأنشطة والفعاليات التي تقوم بها المنظمة أو المؤسسة، وزيادة إمكانية تطوير العلاقات الجيدة بين المنظمة وجمهورها.

توظيف نظرية الصورة الذهنية في الدراسة الحالية:

وظفت الدراسة الراهنة نظرية الصورة الذهنية للتعرف على اتجاهات العاملين بوزارة الخارجية العراقية نحو صورة العمل الدبلوماسي، وذلك وفقًا لمقياس ليكرت، وفي إطار ذلك ربطت الدراسة بين مستوى الدعم المؤسسي المقدم للمبشرين وطبيعة صورة العمل الدبلوماسي من خلال الفرض رقم ١، كما ربطت الدراسة بين اتجاهات المبشرين نحو صورة العمل الدبلوماسي وفقًا للمتغيرات الديمغرافية من خلال الفرض رقم ٤، وكذلك ربطت الدراسة بين طبيعة صورة العمل الدبلوماسي لها للمبشرين واتجاهاتهم نحو الاستراتيجيات الاتصالية الموظفة في تقديم الدعم المؤسسي من خلال الفرض رقم ٥.

نوع الدراسة:

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التي تهتم الدراسة بوصف الدعم المؤسسي والاداري للعلاقات العامة بوزارة الخارجية العراقية، والتي تركز على وصف خصائص الظواهر محل الدراسة، ودراسة الحقائق الراهنة والمتعلقة بطبيعة ظاهرة معينة أو مجموعة من الأوضاع، وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها دون الدخول في أسبابها، وتندرج الدراسة الحالية تحت بند الدراسات الميدانية التي تسعى إلى

دور الدعم المؤسسي للعلاقات العامة في تحسين صورة العمل الدبلوماسي

دور العلاقات العامة في تقديم الدعم المؤسسي للعمل الدبلوماسي بوزارة الخارجية العراقية، والتي تتمثل في (تحقيق دورها الاتصالي في الدعم المؤسسي العاملين بوزارة الخارجية العراقية – أهدافها – العلاقات الداخلية المتمثلة في الدعم المؤسسي للعمل الدبلوماسي بالوزارة – الفروق الفردية الديموغرافية بالوزارة – نتائج الدعم المؤسسي الإداري بالوزارة - صورة العمل الدبلوماسي بالوزارة).

متغيرات الدراسة:

جدول رقم (١)

المتغير التابع	المتغير الوسيط	المتغير المستقل
الصورة الذهنية للعمل الدبلوماسي وتم قياسها من خلال ستة ابعاد هي: ١. صورة الدعم المقدم ٢. صورة وزارة الخارجية بين وزارات العالم ٣. صورة وزارة الخارجية كإدارة ٤. صورة العاملين بوزارة الخارجية ٥. صورة الوزارة كمكان لتلقي الخدمة ٦. الصورة الإعلامية لوزارة الخارجية	المتغيرات الديموغرافية، وتشمل: • العمر • المؤهل العلمي • النوع • سنوات الخبرة في الوظيفة • التخصص الدراسي • الراتب الشهري	الدعم المؤسسي للعلاقات العامة وتم قياسه من خلال ثلاثة ابعاد هي: ١- نوع الدعم ٢- طبيعة الدعم ٣- مستوى الدعم

مصطلحات الدراسة:

جدول رقم (٢)

المصطلح	التعريف الاصطلاحي	التعريف الإجرائي
الدعم المؤسسي	مجموعة الأنشطة والوسائل والإجراءات التي تتطلب معالجة حالات التعثر من خلال تقليص الفارق الملحوظ بين المستوى الفعلي للمؤسسة والأهداف المنشودة لإدارة العلاقات العامة في إطار أقسام خاصة أو وضعيات مستقلة عن السير العادي للمؤسسات ^(٢٣)	نوع ومستوى وطبيعة الدعم المطبق داخل وزارة الخارجية العراقية، المقدم من قبل العلاقات العامة بوزارة الخارجية العراقية لمعالجة التعثرات الإدارية والمؤسسية والدبلوماسية المتمثلة في الفوارق بين الأهداف المنشودة والاهداف المتحققة.

دور الدعم المؤسسي للعلاقات العامة في تحسين صورة العمل الدبلوماسي

<p>هي الناتج النهائي للانطباعات الذاتية لدى المبحوثين (العاملين بالأقسام الإدارية المرتبطة بالتخطيط والاتصال بوزارة الخارجية العراقية، والجاليات العراقية في الدول الأجنبية) عن العمل الدبلوماسي في ضوء الدعم المؤسسي المقدم من قبل العلاقات العامة.</p>	<p>الناتج النهائي للانطباعات الذاتية التي تتكون عند الأفراد أو الجماعات ازاء شخص معين، أو نظام ما، أو شعب أو جنس بعينه أو منشأة أو مؤسسة أو منظمة محلية أو دولية، أو مهنة معينة، أو أي شيء آخر يمكن أن يكون له تأثير على حياة الإنسان، وتتكون هذه الانطباعات من خلال التجارب المباشرة وغير المباشرة، وترتبط هذه التجارب بعواطف الأفراد واتجاهاتهم وعقائدهم^(٢٤)</p>	<p>الصورة الذهنية</p>
<p>الدبلوماسية هي مجال علمي ومهني يهتم ببناء وتطوير وصيانة العلاقات المتبادلة بين الدول والشعوب والمنظمات الدولية، من خلال استخدام أساليب وأدوات وأنشطة تفاوضية وإقناعية تهدف إلى إيصال رسائل وتحقيق مصالح وحل نزاعات وإدارة أزمات. وتعتبر الدبلوماسية عاملاً حاسماً في نجاح أو فشل الدول في مجالات مختلفة، سواء كانت سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية أو ثقافية أو أمنية.</p>	<p>فن تمثيل الحكومة ومصالح البلد تجاه الحكومات والبلدان الأجنبية. إن العامل المحدد في تعريف الدبلوماسية هو اعتبارها كفن، أو هي فن تمثيل الحكومة ورعاية مصالح البلاد لدى الحكومة الأجنبية والسهر على أن تكون مصالحها مضمونة التي تعنى بإدارة الشؤون الدولية، تعتبر الدبلوماسية إذن طريقة في إدارة العلاقات الدولية عن طريق المفاوضات، فهي تفهم في ظل التصورات المختلفة المحددة للمفهوم كفن، وكعلم، وكلاهما.^(٢٥)</p>	<p>العمل الدبلوماسي</p>

تساؤلات الدراسة:

تسعى هذه الدراسة للإجابة عن تساؤل رئيسي هو: ما مدى تطبيق إدارة العلاقات العامة لاستراتيجيات الدعم المؤسسي بوزارة الخارجية العراقية، ومدى

انعكاساتها على تحسين صورة العمل الدبلوماسي؟، ويتفرع عن ذلك التساؤل مجموعة

تساؤلات يعرضها الباحث على النحو التالي:

١. ما الدعم المؤسسي المقدم (تنفيذ خطط، حوافز، تكنولوجيا) من قبل إدارة العلاقات العامة لتحسين صورة العمل الدبلوماسي في وزارة الخارجية العراقية؟
٢. ما هي أدوار العلاقات العامة في وزارة الخارجية العراقية في تحسين صورة العمل الدبلوماسي بها؟
٣. ما الاستراتيجيات الاتصالية التي توظفها إدارة العلاقات العامة في تقديم الدعم المؤسسي للعاملين بوزارة الخارجية العراقية؟
٤. ما الوسائل الاتصالية التي تستخدمها إدارة العلاقات العامة مع العاملين في وزارة الخارجية العراقية؟
٥. ما طبيعة مهام ممارسي إدارة العلاقات العامة في وزارة الخارجية العراقية؟
٦. ما العوامل الداخلية (الاتصال، التكنولوجيا، الحوافز، ساعات العمل) المؤثرة على دعم العلاقات العامة من أجل تحسين صورة العمل الدبلوماسي في وزارة الخارجية العراقية؟
٧. ما مدى انعكاس المناخ النفسي داخل المؤسسة على تحسين صورة العمل الدبلوماسي فيها؟
٨. ما هي آليات مواجهة التحديات التي تواجه الدعم المؤسسي داخل الوزارة؟
٩. ما هي العلاقة الارتباطية بين الدعم المؤسسي وتحسين صورة العمل الدبلوماسي في وزارة الخارجية العراقية؟
١٠. ما أهمية إدراك المسؤولين للدعم المؤسسي داخل الوزارة؟
١١. ما اتجاهات المبحوثين من العاملين بوزارة الخارجية والجمهور الخارجي نحو صورة العمل الدبلوماسي؟
١٢. ما مقترحات العاملين بوزارة الخارجية العراقية من أجل تحسين صورة العمل الدبلوماسي؟

فروض الدراسة:

- **الفرض الأول:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين (نوع، طبيعة، مستوى) الدعم المؤسسي المقدم للعاملين بالوزارة واتجاهاتهم نحو صورة العمل الدبلوماسي.
- **الفرض الثاني:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين طبيعة المناخ التنظيمي السائد داخل الوزارة ومستوى الأداء التنظيمي لدى العاملين بالوزارة.
- **الفرض الثالث:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى الدعم المؤسسي المقدم للمبحوثين واتجاهاتهم نحو الصورة الذهنية للعمل الدبلوماسي.

- **الفرض الرابع:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات المبحوثين نحو صورة العمل الدبلوماسي وفقاً لخصائصهم الديمغرافية.
- **الفرض الخامس:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاه المبحوثين نحو الاستراتيجيات الاتصالية الموظفة في تقديم الدعم المؤسسي وفقاً لخصائصهم الديمغرافية.
- **الفرض السادس:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض الجالية العراقية لأنشطة العمل الدبلوماسي لوزارة الخارجية العراقية، والصورة الذهنية المتكونة لديهم عن الوزارة.
- **الفرض السابع:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى الاهتمام بالمضامين التي تهتم الجالية العراقية بمتابعتها على المواقع الالكترونية لوزارة الخارجية العراقية، والصورة الذهنية المتكونة لديهم عن الوزارة.
- **الفرض الثامن:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الصورة الذهنية المتكونة لدى الجالية العراقية نحو صورة العمل الدبلوماسي بوزارة الخارجية العراقية وفقاً للمتغيرات الديمغرافية. **الفرض التاسع:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الدعم المؤسسي المقدم من وزارة الخارجية للجالية العراقية، والصورة الذهنية المقدمة لديهم عن الوزارة.

اختبار الثبات Stability

للتحقق من هذا النوع من الثبات اعتمد الباحث معامل ألفا كرونباخ، حيث يوضح الجدول التالي معاملات الثبات للاستبيان الخاص بالدراسة على النحو التالي:

جدول (٣)

يوضح معامل الثبات للاستبانة

م	المحور	عدد العبارات	معامل الثبات
١	نوع ومستوى الدعم المؤسسي	٩	٠.٩٦٨
٢	استراتيجية الإعلام	٤	٠.٩٤٨
٣	استراتيجية الإقناع	٤	٠.٩٦٠
٤	استراتيجية بناء الإجماع	٧	٠.٩٧٢
٥	استراتيجية الحوار	٥	٠.٩٦١
٦	اسهام عمل العلاقات العامة في توعية العاملين بمدى أهمية العمل الدبلوماسي في الوزارة	٦	٠.٩٨٤
٧	البعد المعرفي لصورة العمل الدبلوماسي	٥	٠.٩٥٥
٨	البعد الوجداني لصورة العمل الدبلوماسي	٥	٠.٩٥٣
٩	البعد السلوكي لصورة العمل الدبلوماسي	٥	٠.٩٦٣
١٠	تأثير مهام العلاقات العامة في تحسين صورة العمل الدبلوماسي	٦	٠.٩٦٦
١١	مستوى الأداء التنظيمي لدى العاملين بالوزارة	٤	٠.٩٤٩
	اجمالي الثبات لجميع المحاور	٦٢	٠.٩٩٦

دور الدعم المؤسسي للعلاقات العامة في تحسين صورة العمل الدبلوماسي

تشير قيمة معامل الثبات إلى استقرار المقياس وعدم تناقضه مع نفسه حيث إنه إذا ما أعيدت الاستبانة على نفس العينة فإن المقياس يعطي نفس النتائج باحتمال مساوي لقيمة المقياس، وتشير قيم معامل ألفا كرونباخ في الجدول السابق لارتفاع قيم معاملات الثبات للاستبيان المستخدم في الدراسة، حيث بلغ معامل الثبات لإجمالي المحاور (٠.٩٩٦) لعدد العبارات (٦٢). بينما تراوحت قيم معامل ثبات المحاور من (٠.٩٤٨) كحد أدنى إلى (٠.٩٨٤) كحد أعلى، وهذا يدل على أن الاستبانة تتمتع بدرجة عالية من الثبات مما يجعل هناك إمكانية في الاعتماد عليها في الدراسة.

اختبار الثبات Stability

للتحقق من هذا النوع من الثبات اعتمد الباحث معامل ألفا كرونباخ، حيث يوضح الجدول التالي معاملات الثبات للاستبيان الخاص بالدراسة على النحو التالي:

جدول (٤)

يوضح معامل الثبات للاستبانة

م	المحور	عدد العبارات	معامل الثبات
١	درجة الاعتماد على الوسائل الاتية في متابعة أنشطة العمل الدبلوماسي لوزارة الخارجية العراقية	١١	٠.٩٢٦
٢	درجة الاهتمام بالمضامين المتعلقة بعمل وزارة الخارجية العراقية	٧	٠.٨٨٩
٣	صورة الدعم المقدم	٥	٠.٨٧٥
٤	صورة وزارة الخارجية بين وزارات العالم	٧	٠.٨٤١
٥	صورة وزارة الخارجية كإدارة	٥	٠.٨٢٥
٦	صورة العاملين بوزارة الخارجية	٥	٠.٧٧١
٧	صورة الوزارة كمكان لتلقي الخدمة	٣	٠.٧٨٩
٨	الصورة الإعلامية لوزارة الخارجية	٣	٠.٨٢٣
	إجمالي الثبات لجميع المحاور	٤٦	٠.٩٦٤

تشير قيمة معامل الثبات إلى استقرار المقياس وعدم تناقضه مع نفسه حيث إنه إذا ما أعيدت الاستبانة على نفس العينة فإن المقياس يعطي نفس النتائج باحتمال مساوي لقيمة المقياس، وتشير قيم معامل ألفا كرونباخ في الجدول السابق لارتفاع قيم معاملات الثبات للاستبيان المستخدم في الدراسة، حيث بلغ معامل الثبات لإجمالي المحاور (٠.٩٦٤) لعدد العبارات (٤٦). بينما تراوحت قيم معامل ثبات المحاور من (٠.٧٧١) كحد أدنى إلى (٠.٩٢٦) كحد أعلى، وهذا يدل على أن الاستبانة تتمتع بدرجة عالية من الثبات مما يجعل هناك إمكانية في الاعتماد عليها في الدراسة.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة، قام الباحث بترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية وذلك باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية" (Statistical Package for "Social Science) (SPSS). وبناء عليه تم عمل مقاييس وصفية تشمل الجداول والتوزيعات التكرارية، والمقاييس التجميعية، وتطبيق المعاملات الإحصائية التي تلائم كل متغير من متغيرات الدراسة وفق الآتي:

- التكرارات البسيطة. Frequency والنسب المئوية Percent.
- المتوسط الحسابي Mean والانحراف المعياري Std. Deviation.
- الأوزان النسبية: وذلك عن طريق حساب المتوسط الحسابي لمقياس ليكرت الثلاثي ثم ضرب النتائج $\times 100$ ، ثم قسمة النتائج على الحد الأقصى لدرجات المقياس
- معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوي المسافة أو النسبة. وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من 0.300 ، ومتوسطة إذا كانت ما بين $0.300 : 0.600$ ، وقوية إذا كانت أكثر من 0.600 .
- اختبار (Independent Samples T Test) لمقارنة متوسطي عينتين مستقلتين والمعروف اختصاراً باختبار "ت" أو (T- Test).
- اختبار تحليل التباين في اتجاه واحد (One Way ANOVA) والمعروف اختصاراً ANOVA، أو اختبار "ف" وذلك لقياس الفروق بين المتوسطات بين أكثر من مجموعتين.
- الاختبارات البعدية (Post Hoc Tests) بطريقة أقل فرق معنوي (Least Significance Difference) والمعروف اختصاراً باسم (LSD) لمعرفة مصدر الفروق والتباين وإجراء المقارنات الثنائية بين المجموعات التي يثبت اختبار (ANOVA) وجود فروق دالة إحصائية بينها.

مستوى الدلالة المعتمد في هذه الدراسة:

سيعتمد الباحث على مستوى دلالة يبلغ 0.05 ، لاعتبار الفروق ذات دلالة إحصائية من عدمه، وبناء على ذلك سيتم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة 95% فأكثر، أي عند مستوى معنوية 0.05 فأقل.

أولاً: أهم نتائج الدراسة الميدانية الخاصة بالجمهور الخارجي:

١- أظهرت النتائج أن ما يقارب من نصف عينة الدراسة من أفراد الجالية العراقية أجابوا بأنهم يتابعون وزارة الخارجية العراقية ولكن بصفة غير منتظمة (أحياناً) بنسبة بلغت 47% ، وفي الترتيب الثاني وبنسبة بلغت 34% جاءت نسبة المبحوثين الذين نادراً ما يتابعون الأنشطة والموضوعات التي تقوم بها وزارة الخارجية العراقية، في حين جاءت النسبة الأقل لمن يتابعونها بصفة دائمة بنسبة بلغت 19% ، ولعل هذه النتيجة توضح من وجهة نظر الباحث عدم وجود أهمية بالدرجة العالية من جانب المبحوثين في متابعة أنشطة وبرامج وزارة الخارجية العراقية، وذلك نظراً لارتفاع النسبة المتوسطة والمنخفضة للترتيب حيث بلغ إجمالي النسبتين معاً 81% ، الأمر الذي يمكن القول بأن هناك ميول واهتمامات أخرى هي أولى بالمتابعة، وفي ضوء تلك النسب ومن وجهة نظر الباحث فإنه يرى بأنه وإن كان هناك متابعة من جانب أفراد عينة الدراسة من الجالية العراقية فإن هذه المتابعة تكون بسبب أمور وخدمات تتعلق بالفرد ويرغب في إنجازها والحصول عليها من خلال متابعته لوزارة الخارجية العراقية، الأمر الذي يترتب عليه متابعته لأنشطة وبرامج

وخدمات وزارة الخارجية العراقية في تلك الأثناء وهذه الفترات، وعليه؛ فإن الباحث يرى بأن هذه النتيجة تعد نتيجة منطقية وموضوعية.

٢- تباينت ردود أفعال عينة الدراسة فيما يتعلق بدوافع متابعتهم لأنشطة العمل الدبلوماسي لوزارة الخارجية العراقية، ونظراً لطبيعة تعدد الدوافع وتفاوتها من شخص لآخر، فإن الباحث أتاح الفرصة للمبحوثين في اختيار أكثر من دافع في تلك التساؤل، وذلك من أجل الحصول على إجابات وافية وواضحة يمكن الأخذ بها والعمل على تفسيرها من أجل الوصول إلى استنتاجات وتوصيات تسهم في الارتقاء بالبحث مع إمكانية تقديمها للجهات صاحبة البحث من أجل النظر فيها والعمل على بلورتها بما يتماشى مع تلك الدوافع والرغبات من جانب الجمهور، وكان من أهم تلك الدوافع التي تم اختيارها من جانب المبحوثين هي كالتالي " أتعرض لها عن طريق الصدفة " " معرفة الأحداث والأنشطة المختلفة للوزارة " " لأنني أهتم بمتابعة شئون الجاليات العراقية " " لأن ذلك يتوافق مع مجال عملي، وتخصصي المهني " " تكوين آراء حول العمل الدبلوماسي الذي تقدمه الوزارة "، وتظهر هذه النتائج من وجهة نظر الباحث إلى تعدد دوافع المبحوثين في عملية المتابعة فيما يتعلق بأنشطة العمل الدبلوماسي لوزارة الخارجية العراقية، وتفسر هذه الدوافع ما تم توضيحه سلفاً حول مدى متابعة المبحوثين لوزارة الخارجية العراقية، حيث أن هذه الدوافع التي تم ذكرها من قبل المبحوثين لا تستدعي بأن تكون هناك متابعة دائمة ومستمرة لطبيعة عمل وأنشطة وزارة الخارجية، وبالرغم من ذلك فإنه تجدر الإشارة من جانب الباحث بالإشادة بما تقدمه وزارة الخارجية العراقية من تنوع في المحتويات والأنشطة والفاعليات التي تلبى دوافع ورغبات الجمهور المتنوعة.

٣- أوضحت النتائج تنوع اختيارات المبحوثين فيما يتعلق بالوسائل الاتصالية التي يعتمدون عليها في متابعة أنشطة العمل الدبلوماسي لوزارة الخارجية العراقية حيث جاء في مقدمة تلك الوسائل وباتجاه مرتفع كلا من "الموقع الرسمي لوزارة الخارجية العراقية"، "صفحة وزارة الخارجية العراقية على فيسبوك"، تلاهما بعد ذلك الوسائل الاتصالية الأخرى والمتمثلة في "القنوات الإخبارية"، "الأحداث الخاصة (المؤتمرات والندوات)"، "مجموعات النقاش للجاليات العراقية"، "الصحف الدولية"، "الحساب الرسمي لوزارة الخارجية العراقية على تويتر"، "نشرات البريد الإلكتروني"، " منشورات الوزارة كالكتب والمجلات والعروض التقديمية"، " الصحف القومية" وقد جاءت جميع هذه الوسائل تحمل الاتجاه المتوسط، ويرى الباحث أن هذه النتائج تعد نتائج طبيعية وخاصة فيما يتعلق باختيارات الوسائل التي حصلت على اتجاه مرتفع، حيث تعد هذه الوسائل بمثابة إضافة قوية لمدى تفهم مسئول العلاقات العامة في وزارة الخارجية العراقية لاستخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة لدعم أنشطتها الدبلوماسية في التواصل مع الجمهور والمتمثلة في الموقع الرسمي للوزارة، والصفحة الرسمية للوزارة على الفيسبوك، هذا بالإضافة إلى حرص وزارة الخارجية في الاعتماد على كافة الوسائل والأساليب التي تتوافق مع رغبات الجماهير المتنوعة، هذا بالإضافة إلى سهولة استخدام هذه الوسائل إلى جانب توافر العديد من المميزات التي تتميز بها هذه الوسائل دون غيرها.

٤- بينت النتائج أيضاً أن هناك تباين في المضامين التي يهتم الجمهور بمتابعتها فيما يتعلق بعمل وزارة الخارجية العراقية، وبالرغم من هذا التباين إلا أن جميع الاختيارات جاءت في الاتجاه المتوسط، وهو يعد بمثابة مؤشر إيجابي في ضوء هذه المضامين التي تعرضها وزارة الخارجية العراقية، وكان من أبرز هذه المضامين وأهمها: "معلومات حول الوزارة (تاريخها- طبيعتها عملها- أهدافها- وظائفها)"، "جهود الوزارة لتحسين المكانة الدولية للعراق وتعزيز علاقاتها الدولية"، "مواقف الوزارة من القضايا المحلية والدولية"، "الخدمات التي تقدمها الوزارة للجاليات العراقية حول العالم"، "خطط الوزارة المستقبلية لتحقيق أهداف عملها تجاه الجالية العراقية"، "إنجازات الوزارة"، "المنح التي توفرها الوزارة"، **ويفسر الباحث هذه النتيجة إلى الدور المهم والحيوي الذي تقوم به العلاقات العامة في تنوع وطرح المضامين الموجهة للجمهور والتي تساهم في تحسين صورة العمل الدبلوماسي المتعلق بوزارة الخارجية العراقية.**

٥- وعن صور الدعم المقدم من جانب وزارة الخارجية العراقية تجاه أفراد الجاليات العراقية فقد أسفرت النتائج عن تباين آراء أفراد المبحوثين عينة الدراسة حيث جاءت عبارة "تهتم الوزارة بالتعرف على آراء المواطنين العراقيين في الخارج ومقترحاتهم" في الاتجاه الأعلى وهو الموافقة، في حين جاءت باقي العبارات في الاتجاه المحايد، والتي كان من أهمها "تحرص الوزارة على تمكين أبناء المهاجرين من متابعة تعليمهم وفقاً للنظم العراقية"، "تحرص الوزارة على تيسير زيارة المهاجرين للوطن وزيارة ذويهم لهم بدول المهجر"، "تسعى الوزارة لدعم ما هو قائم من الاتحادات أدبياً ومادياً بهدف إقامة تجمعات عراقية قوية"، "تدعم الوزارة المؤتمرات والندوات التي تعالج القضايا القومية"، **وفي ضوء ما سبق فإنه تجدر الإشارة من قبل الباحث بالدور البارز والهام الذي تقوم به العلاقات العامة في دعم فاعلية العمل الدبلوماسي في وزارة الخارجية العراقية وذلك من أجل الحصول على رضا الجماهير الخارجية بالصورة التي تلبى طموحاتهم ورغباتهم.**

٦- وفيما يتعلق بالصورة العامة لوزارة الخارجية العراقية كإدارة من وجهة نظر المبحوثين فقد كشفت النتائج عن وجود تباين أيضاً في إجابات المبحوثين حيث جاءت عبارة "قرارات الوزارة تنصب في صالح الجالية العراقية" لتمثل الاتجاه الأعلى وهو الموافقة، بينما جاءت بقية العبارات لتحمل الاتجاه المحايد، والتي كان من أهمها "تعاني الوزارة من تداخل الاختصاصات وعدم تحديد الأوليات"، "الوزارة تسعى لوجود حوار مستمر بينها وبين الجمهور"، "حريصة على جودة علاقاتها بعملائها على المستوى الداخلي والخارجي"، "تمتلك الوزارة سيادة إمكانات مادية وعسكرية ومنهج تخطيطي للعمل يطورها صانعي القرار" **وبوجه عام فإن هذه النتائج تعد من وجهة نظر الباحث بمثابة مؤشر جيد عن صورة وزارة الخارجية من وجهة نظر الجماهير، ويفسر الباحث تلك النتائج إلى ضرورة أن يكون هناك تلازماً بين الإدارات العامة والعلاقات العامة داخل وزارة الخارجية العراقية، وذلك باعتبار أن العلاقات العامة تعد بمثابة إحدى وظائف الإدارة الهامة في وزارة الخارجية العراقية، والتي بدورها تساعد في بناء وصياغة التفاهم والتعاون بين الوزارة وجمهورها، مع إيجاد فرص أكبر للانسجام والقبول المتبادل للخدمات والأنشطة التي تقدمها الوزارة.**

٧- وفيما يختص بالصورة الإعلامية لوزارة الخارجية العراقية من وجهة نظر المبحوثين فقد كشفت النتائج عن وجود تباين أيضاً في إجابات المبحوثين حيث جاءت عبارة "وزارة الخارجية متواجدة في ذهني بسبب ظهورها الدائم في وسائل الاعلام" لتمثل الاتجاه الأعلى وهو الموافقة، بينما جاءت بقية العبارات لتحمل الاتجاه المحايد، وكان من أبرزها عبارة "الاخبار الإيجابية عن وزارة الخارجية تجعلني اشعر بالفخر كوني مواطن عراقي" و "التغطية الإعلامية من قبل وسائل الاعلام عن وزارة الخارجية تعد سلبية" **ويفسر الباحث هذه النتيجة** بضرورة تزويد ممارسي العلاقات العامة في وزارة الخارجية العراقية بالمعلومات الدقيقة عن الأوضاع الداخلية وعن الاتجاهات السياسية للحكومة العراقية ممثلة بوزارة الخارجية، حيث تعد المعلومات فيما يتعلق بالعمل الدبلوماسي هي بمثابة أساس العمل الإعلامي.

ثانياً: أهم نتائج الدراسة الميدانية الخاصة بالجمهور الداخلي:

١- أوضحت الدراسة وجود تنوع في وسائل الاتصال التي يفضل مسئولو العلاقات العامة التعامل بها في وزارة الخارجية العراقية، وكان في مقدمة هذه الوسائل وبفارق كبير عن بقية الوسائل "مجموعات العمل للتواصل عبر الواتساب"، ويرى **الباحث** بأن هذه النتيجة تعد نتيجة طبيعية، نظراً لتوافر العديد من المميزات التي تتميز بها هذه الوسيلة التكنولوجية الحديثة والتي من أهمها توفير عاملي الوقت والجهد بالصورة التي تنعكس على سهولة متابعة العمل والقيام به ومتابعته في كل وقت ومن أي مكان، خاصة وأن طبيعة العمل الدبلوماسي في وزارة الخارجية العراقية غالباً ما يكون عرضة لحدوث المستجدات التي قد تطرأ فجأة ودون أي مقدمات، وبالتالي فإنه لا بد من تواجد وسيلة تواصل متاحة على مدار اليوم يمكن استخدامها بسهولة عبر الأجهزة الإلكترونية الشخصية مثل الهواتف المحمولة، ثم توالى بعد ذلك الوسائل الاتصالية الأخرى وجاء ترتيبها على النحو التالي: "الاجتماعات"، "الملصقات الاعلانية"، "العروض التوضيحية عبر الشاشات"، "الشبكة الداخلية"، "النشرات الداخلية"، "البريد الإلكتروني"، "مذكرات العمل"، "المكالمات الهاتفية"، **ويفسر الباحث** هذا التنوع في وسائل الاتصال إلى تفهم العلاقات العامة لطبيعة عمل كل إدارة من إدارات وزارة الخارجية، وبالتالي اختيار الوسيلة المناسبة التي تتناسب مع طبيعتها وطبيعة العاملين بها على حد سواء.

٢- كشفت النتائج عن تباين آراء المبحوثين عينة الدراسة فيما يتعلق باستراتيجية الإعلام التي تنتهجها العلاقات العامة في التعامل مع جمهورها الداخلي بالوزارة، وبالرغم من هذا التباين إلا أن جميع الاختيارات والإجابات جاءت في الاتجاه المحايد، وهو ما **يعتبره الباحث** بمثابة مؤشر إيجابي على قبول تلك الاستراتيجية من جانب العاملين بوزارة الخارجية العراقية، والتي جاءت عبارتها كالتالي: "يتم تقديم بيانات إخبارية يومية للعاملين عن نشاط الوزارة"، "يتم شرح وتوضيح أهداف العلاقات العامة للعاملين بها"، "تقدم العلاقات العامة بيانات موثقة وإحصائيات عن نشاطها الدبلوماسي للعاملين بها"، "تقوم العلاقات العامة باستطلاع آراء العاملين حول عملها تجاه العمل الدبلوماسي بالوزارة"، **ويرجع الباحث ذلك إلى مدى مرونة العلاقات العامة وتفهمها لأداء مهامها الإعلامية**

الموجهة إلى جمهورها الداخلي فيما يتعلق بالعمل الدبلوماسي في وزارة الخارجية العراقية.

٣- أشارت النتائج إلى تباين آراء الباحثين عينة الدراسة فيما يتعلق باستراتيجية الحوار التي تنتهجها العلاقات العامة في التعامل مع جمهورها الداخلي بالوزارة، وقد جاءت جميع الاختيارات في الاتجاه المحايد باستثناء اختيار واحد كان في الاتجاه المعارض، حيث تضمنت العبارات المحايدة "تشجيع العاملين على تحمل المسؤوليات الدبلوماسية بشكل أكبر"، "تحفز العلاقات العامة للعاملين على المشاركة في تقديم رؤاهم واقتراحاتهم وشكواهم"، "تعلم العلاقات العامة على تعديل سياساتها لتحقيق التوافق بين أهداف الوزارة واهدافها"، "تحفيز العاملين على متابعة ما يجد في مجال العمل الدبلوماسي"، في حين جاءت عبارة "تقوم العلاقات العامة بدمج آراء واتجاهات العاملين في سياسات وخطط الوزارة" لتعبر عن الاتجاه المعارض ضمن اختيارات الباحثين، وبالرغم من ذلك فإن هذا يدل من وجهة نظر الباحث على مدى قدرة إدارة العلاقات العامة على الاتصال بكافة العاملين داخل وزارة الخارجية العراقية، وذلك حتى تتمكن من الحصول على ما يلزم من معلومات من الإدارة والأقسام المختلفة بالوزارة.

٤- أثبتت نتائج الدراسة الدور الفعال لمساهمة العلاقات العامة في توعية العاملين بمدى أهمية العمل الدبلوماسي في وزارة الخارجية العراقية، حيث جاءت جميع العبارات تحمل الاتجاه المحايد، مما يعتبره الباحث مؤشر جيد على فعالية عمل العلاقات العامة في دعم العمل الدبلوماسي بالوزارة، وكان من أبرز تلك العبارات، "تنمية روح المشاركة الفعالة في الاجتماعات"، "امتازت العلاقات العامة بالمصادقية في التعامل مع العاملين في الوزارة"، "تحسين مستوى التواصل الوظيفي للعمل الدبلوماسي بين العاملين والإدارة"، "حث العاملين على تقديم الأفكار والمقترحات لتحسين العمل الدبلوماسي"، "يفسر الباحث هذه النتيجة على أنها مؤشر جيد لحالة الرضا والارتياح عن بيئة العمل لدى جموع العاملين داخل وزارة الخارجية العراقية، هذا إلى جانب أن التعامل مع الجمهور الداخلي وإقامة علاقات مفيدة معه يعد من صميم عمل العلاقات العامة وأهدافها التي وجدت من أجلها، وهذا يشير بالطبع إلى مدى تفهم ممارسي العلاقات العامة في وزارة الخارجية العراقية لطبيعة العمل الدبلوماسي.

٥- أسفرت نتائج الدراسة عن تباين آراء الباحثين عينة الدراسة فيما يتعلق بالبعد الوجداني لصورة العمل الدبلوماسي لدى العاملين في وزارة الخارجية العراقية، حيث جاءت غالبية العبارات لتدل على وجود اتجاه محايد بين الباحثين، وكان من أبرز تلك العبارات: "يحصل العاملون في الوزارة على ما يستحقون من تقدير تام حول العمل الدبلوماسي"، "تقدم العلاقات العامة الدعم المعنوي للعاملين لتحسين العمل الدبلوماسي فيها"، "وزارة الخارجية قادرة على اتخاذ قرارات تتوافق مع تطلعات العاملين حول العمل الدبلوماسي فيها"، "تعتمد الوزارة على أسس واضحة للعمل الدبلوماسي"، في حين جاءت النسبة الأقل لعبارة تحمل اتجاه المعارض وهي "تقدم العلاقات العامة الدعم المادي للعاملين لتحسين العمل الدبلوماسي فيها"، وبوجه عام فإن هذه النتائج تدل على إيجابية إلى حد ما فيما يتعلق بالبعد الوجداني لصورة العمل الدبلوماسي لدى العاملين في وزارة

الخارجية العراقية، **ويفسر الباحث هذه النتائج** على أن المبحوثين من ممارسي العلاقات العامة والعاملين داخل وزارة الخارجية العراقية يشعرون بأن العمل داخل الوزارة يلبي العديد من رغباتهم واحتياجاتهم الشخصية، وذلك في ضوء تواجد إجابات المبحوثين ضمن المستوى المتوسط.

١- أسفرت نتائج الدراسة عن وجود تباين في آراء المبحوثين عينة الدراسة فيما يتعلق تأثير مهام العلاقات العامة في تحسين صورة العمل الدبلوماسي، حيث جاءت عباراتنا " تسهم الحوافز التي تقدمها الوزارة في تحسين العمل الدبلوماسي بالوزارة" و " يلتزم العاملون بساعات العمل الدبلوماسي وتوقيتاته" في مقدمة العبارات حيث جاءت كلتا العبارتين في الاتجاه الأعلى والذي يعني الموافقة، وهذا ما يفسره الباحث على أن هناك حالة من الرضا الوظيفي من جانب العاملين في العمل الدبلوماسي في وزارة الخارجية العراقية، هذا الرضا يؤثر بصورة إيجابية على تأديتهم لمهام عملهم، ثم توالت بعد ذلك العبارات التي تتعلق بتأثير مهام العلاقات العامة في تحسين صورة العمل الدبلوماسي، وجاءت جميعها في الاتجاه المحايد، وهو ما يفسره الباحث بنجاح العلاقات العامة في تحسين صورة العمل الدبلوماسي في وزارة الخارجية العراقية، وذلك ربما يكون مرجعه من وجهة نظر الباحث إلى وجود البيئة الإدارية المناسبة في وزارة الخارجية العراقية والتي بدورها تعمل على تتبع الأساليب العلمية في تنفيذ مهامها.

ثالثاً: نتائج التحليل الميداني (الكيفي):

- ١- توافق المبحوثين فيما يتعلق بصور وأنماط تواصل العلاقات العامة مع إدارات وزارة الخارجية العراقية، فقد ذكر مسؤولي كل من إدارة التخطيط السياسي، والإدارة القانونية، وإدارة الاتصالات وتقنية المعلومات، والإدارة المالية إلى أن تواصل مسؤولي العلاقات العامة بالوزارة مع إدارتهم لا يقتصر على وسيلة واحدة، بل هناك العديد من وسائل وطرق التواصل من أهمها، اللقاءات الشخصية، والاجتماعات الرسمية، والشبكات الداخلية للوزارة، الكتب الرسمية، النشرات الداخلية التي تصدر عن المكتب الإعلامي للوزارة، أو من خلال ما ينشر على الموقع الرسمي للوزارة.
- ٢- تباينت ردود المبحوثين فيما يتعلق بالوسائل الاتصالية التي تفضلها الإدارات ويتفاعل معها العاملون، فقد أشار كلا من مسؤولي إدارة التخطيط السياسي، والإدارة القانونية، والإدارة المالية إلى أنهم يفضلون الاتصال المباشر، الكتب، والاجتماعات الرسمية، والندوات الدورية، والمطبوعات التي تنشر على جدار الوزارة، مبررين ذلك على أن طبيعة عمل الإدارات التي يعملون بها تتميز بالطابع الرسمي التقليدي في عملية التواصل، في حين أشار مسؤل إدارة الاتصالات وتقنية المعلومات إلى أن إدارته تفضل أسلوب التواصل الرقمي من خلال جروبات الواتساب والفايبر كونها أسهل في التواصل في ما بين منتسبينا وأكثر سرعة وفاعلية بين العاملين، هذا إلى جانب تفضيلهم لوسيلة الاتصال والتي تتمثل في البريد الإلكتروني والتي تعد من وجهة نظرهم أحد أهم وسائل الاتصال الخاصة بالشبكة الداخلية لوزارة الخارجية العراقية.

- ٣- أجمعت غالبية عينة الدراسة على أن أفضل استراتيجية يحتاجها العاملون في الإدارة عينة البحث لوزارة الخارجية العراقية تكمن في استراتيجية الإعلام، رؤيتهم في ذلك أن هذه الاستراتيجية تعبر عن المضمون الاتصالي عن رؤية المنظمة، فنجد أن استراتيجية الإعلام تسهم في عمل الإدارة القانونية من خلال ابداء الرأي في الموضوعات المختلفة لاتخاذ القرار المناسب، فضلاً عن تقديم الرأي والمشورة لإدارات الوزارة، هذا بالإضافة إلى دعم العاملين في المجال القانوني كون أن العلاقات العامة تلعب دور في الاحتفاظ بالملفات عما ينشر من أرشيف عن الوزارة، في حين أشار مسئول الإدارة المالية إلى أنه من أفضل الاستراتيجيات الداعمة لإدارتهم، كون العلاقات العامة تساعد استشارة الإدارة المالية في سياسة الوزارة، وذلك يرجع إلى الأساس النظري لاستراتيجية الحوار والذي يكمن في التفاوض والاتصال الشخصي.
- ٤- أوضحت نتائج الدراسة من خلال المقابلة مع مدير المكتب الإعلامي في الوزارة بأن هناك تعاون كبير من قبل الإدارة العليا من أجل تحقيق الدعم المؤسسي داخل الوزارة وذلك من خلال الدعم المادي المقدم والدعم المعنوي الذي يتضمن الاستشارة في كثير من الأمور الخاصة بالوزارة خاصة في الجانب الإعلامي، فضلاً عن التنسيق مع العلاقات العامة بغرض تحقيق أهداف الوزارة وسياساتها باعتبار أن العلاقات العامة تمثل حلقة الوصل ما بين الوزارة وتشكيلاتها الإدارية وما بين الوزارة وجمهورها الخارجي أو ما بين الوزارة ووسائل الإعلام.
- ٥- أوضحت النتائج ان هناك العديد من الاليات التي توظفها العلاقات العامة من أجل تحسين صورة العمل الدبلوماسي داخل وخارج الوزارة، وذلك من خلال التعريف بجهود الوزارة عبر وسائل الإعلام، وأيضاً المساهمة في الإشراف على مراسم استقبال الضيوف الدوليين، والتفاعل الإيجابي مع الأحداث الهامة والاهتمام بالجمهور الداخلي والخارجي عبر إجراء الدراسات والبحوث الخاصة بالجمهور، وأيضاً تنظيم الفعاليات والمؤتمرات والندوات، هذا إلى جانب الاهتمام بتوفير معلومات كاملة كقاعدة بيانات متطورة لأنشطة الوزارة وقنصلياتها وتسهيل مهام الصحفيين واستعمال الإعلام الرقمي لتوجيه الرأي العام بشكل إيجابي نحو الوزارة.
- ٦- أهم معوقات العلاقات العامة في تحقيق الدعم المؤسسي داخل الوزارة، والمتمثلة في قلة الاختصاص العلمي في مجال العلاقات العامة للعاملين بالوزارة، وهو ما ينعكس سلباً على أدائهم الوظيفي، فضلاً عن قلة التدريبات الاحترافية خارج البلاد، هذا مع العلم بأن هناك بعض القائمين في الإدارة العليا يتصرفون بطريقة بيروقراطية تعطل دور العلاقات العامة، بالإضافة إلى معاناة بعض العاملين من عدم قدرتهم على الاستخدام الأمثل لإدارة الاعلام الجديد، وعدم التزام بعض العاملين بالعلاقات العامة بأخلاقيات العمل، وضعف العلاقات العامة في عملية صنع واتخاذ القرار.

توصيات الدراسة

بناءً على ما توصلت إليه الدراسة من نتائج يُمكن للباحث الخروج بمجموعة من التوصيات من أجل زيادة فاعلية الدعم المؤسسي للعلاقات في تحسين صورة العمل الدبلوماسي وذلك على النحو التالي:

- ١ - ضرورة أن يكون هناك اهتمام من جانب الوزارات المختلفة بالاهتمام بالتطبيقات الرقمية وتفعيلها بشكل أكبر في عملية التواصل مع الجمهور.
- ٢ - اختيار العاملين بالعلاقات العامة بناءً على أسس وقواعد علمية متطورة تتناسب وطبيعة العمل الدبلوماسي في الهيئات الدبلوماسية.
- ٣ - استخدام وسائل حديثة ومتطورة للاتصال وتنوعها، مع ضرورة إيجاد قنوات اتصالية عديدة ترتقي إلى مستوى العمل الاتصالي للعمل الدبلوماسي في وزارة الخارجية العراقية.
- ٤ - العمل على توضيح كافة اختصاصات العاملين في العلاقات العامة بدقة حتى لا تتداخل المهام.
- ٥ - ضرورة العمل على توافر دورات تدريبية لممارسي العلاقات العامة من النهوض بإمكانياتهم ومهاراتهم فيما يختص بالدبلوماسية الرقمية.
- ٦ - زيادة الأنشطة الاتصالية التي تستخدمها إدارة العلاقات العامة في العمل الدبلوماسي من خلال زيادة برامجها في وزارة الخارجية العراقية والسفارات العراقية وفق رؤيا ودراسة مخطط لها.
- ٧ - تخصيص موازنة خاصة لأقسام العلاقات العامة التي تعمل في المجال الدبلوماسي، وذلك حتى يتسنى لها القيام بواجباتها بصورة أكثر فاعلية في تحسين صورة الهيئات الدبلوماسية.
- ٨ - تأهيل الكوادر العاملة في المجال الإعلامي فيما يختص بالعمل الدبلوماسي وبصفة خاصة في مجال اللغات، وذلك حتى يكونوا على قدر عالٍ من الكفاءة في التعامل مع مختلف السفارات في مختلف الدول الأجنبية.
- ٩ - التأكيد على ضرورة الاهتمام بأخذ آراء العاملين في إدارة العلاقات العامة في عملية اتخاذ القرار.
- ١٠ - الاعتماد على الدراسات والبحوث الاستطلاعية والتقويمية الدورية التي تجربها الإدارات المختلفة في وزارة الخارجية العراقية حول ممارسة العلاقات العامة ودورها في دعم العمل الدبلوماسي.

دراسات مستقبلية:

- توقفت الدراسة الراهنة عند حدود وزارة الخارجية العراقية، لذا يوصي الباحث بضرورة إجراء دراسات مستقبلية حول دور الدعم المؤسسي للعلاقات العامة في المؤسسات والشركات الربحية، وذلك من أجل التعرف على أشكال وأنواع الدعم المؤسسي المقدم من قبل العلاقات العامة للمؤسسات المختلفة.
- توقفت الدراسة الراهنة في التعرف على دور الدعم المؤسسي المقدم من قبل العلاقات العامة للمؤسسة، لذا يوصي الباحث بإجراء دراسات مستقبلية حول الدعم المؤسسي

الذي تتلقاه العلاقات العامة من الإدارة العليا في المؤسسات من أجل تنفيذ برامجها المختلفة.

- توقفت الدراسة الراهنة الدراسة عند حدود إدارة العلاقات العامة في وزارة الخارجية العراقية كنموذج للعمل الدبلوماسي، لذا يوصي الباحث بإجراء دراسات مستقبلية تحليلية للتعرف على طبيعة الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في السفارات التابعة للدولة العراقية ودورها في تحسين الصورة الذهنية للسياسة الخارجية للدولة العراقية.
- توقفت الدراسة في استخدام استراتيجيات الاتصال الأربعة (الحوار، الاقناع، بناء الاجماع، الاعلام) لذا يوصي الباحث بدراسة استراتيجيات الاستعلام التي تطبقها المؤسسات الحكومية والخاصة عبر الشبكات الاجتماعية والكشف عن مدى تبنيها نهج علمي لذلك ام ان الامر يتم بشكل عشوائي، وذلك في إطار التعرف على دور هذه الاستراتيجية في التأثير على فاعلية الاتصال بين المؤسسة والجمهور المختلفة.

- (¹) Simarasl, N., Tabesh, P., Munyon, T. P., & Marzban, Z. (2022). Unveiled Confidence: Exploring How Institutional Support Enhances the Entrepreneurial Self-Efficacy and Performance of Female Entrepreneurs in Constrained Contexts. **European Management Journal**. Pp. 1-13.
- (^٢) وفاء محمد لطفي، الكفاءة الإنتاجية لذوي الإعاقة وعلاقتها بالدعم المؤسسي المقدم لهم، **مجلة كلية التربية، العدد ١٠١**، جامعة كفر الشيخ، كلية التربية، ٢٠٢١، ص ص ١٩٧ – ٢٣١.
- (³) Basbeth, Firdaus, Roselina Ahmad Saufi, And Khaeruddin Bin Sudharmin. "E-Teaching Satisfaction in a Black Swan Moment: The Effect of Student Engagement and Institutional Support." **Quality Assurance in Education** 29.4 (2021): Pp. 445-462
- (⁴) Falola, H. O., et al. "Measuring institutional support strategies and faculty job effectiveness." **Heliyon** 6.3 (2020) : Pp. 1-6
- (^٥) ليمياء علي جاد السيد، دور العلاقات العامة في تعزيز الصورة الذهنية للدولة في الخارج: دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على وزارة الخارجية ومجلس الصداقة الشعبية والإعلام الخارجي في الفترة من ٢٠١٠ - ٢٠١٥، رسالة ماجستير منشورة، جامعة أم درمان الإسلامية، كلية الإعلام، معهد بحوث ودراسات العالم الإسلامي، ٢٠١٧، ص ص ٥٥-١٠٤.
- (^٦) فاطمة بنت عبد الباقي بخيت، دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للدول: دراسة تطبيقية على سفارة المملكة العربية السعودية بالقاهرة، رسالة دكتوراه منشورة، جامعة أم درمان الإسلامية، معهد بحوث ودراسات العالم الإسلامي، السودان، ٢٠١٥.
- (^٧) سجي خضير عباس، أساليب العلاقات العامة الدولية في بناء صورة الدولة عبر الفضاء الإلكتروني، **مجلة الباحث الإعلامي، المجلد ١٣**، العدد ٥١، ٢٠٢١، ص ص ١٠٣-١١٨.
- (⁸) Gong, Lina. "Humanitarian diplomacy as an instrument for China's image-building." **Asian Journal of Comparative Politics** 6.3 (2021): pp. 238-252.
- (^٩) الكاظم كريم مراد الموزان، أنشطة العلاقات العامة الدولية في وزارة الخارجية العراقية ودورها في تحسين صورة العراق في مصر: دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة المنصورة، كلية الآداب، قسم الإعلام، ٢٠٢٠.
- (^{١٠}) وليد خلف الله محمد دياب، الدبلوماسية الرقمية في المواقع الإلكترونية الرسمية لوزارتي الخارجية المصرية والأمريكية ودورها في تقديم صورة الدولة، **المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان، العدد ١١**، ٢٠١٧، ص ص ٥٥-١٠٤.
- (^{١١}) ليمياء علي جاد السيد، دور العلاقات العامة في تعزيز الصورة الذهنية للدولة في الخارج: دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على وزارة الخارجية ومجلس الصداقة الشعبية والإعلام الخارجي في الفترة من ٢٠١٠ - ٢٠١٥، رسالة ماجستير منشورة، جامعة أم درمان الإسلامية، كلية الإعلام، معهد بحوث ودراسات العالم الإسلامي، ٢٠١٧، ص ص ٥٥-١٠٤.
- (^{١٢}) فاطمة بنت عبد الباقي بخيت، دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للدول: دراسة تطبيقية على سفارة المملكة العربية السعودية بالقاهرة، رسالة دكتوراه منشورة، جامعة أم درمان الإسلامية، معهد بحوث ودراسات العالم الإسلامي، السودان، ٢٠١٥.
- (^{١٣}) راسم الجمال وخيرت عياد-مرجع سابق-ص ٢١٩.

- (^{٤٤}) شيماء عبد العاطي سعيد، الاستراتيجيات الاتصالية للعلاقات العامة ودورها في تعزيز الثقافة التنظيمية للمؤسسات عبر مواقع التواصل الاجتماعي: دراسة تطبيقية على شركتي مصر للطيران والإماراتية، مجلة بحوث العلاقات العامة، العدد ١٧، ٢٠١٧، ص ٢١٢.
- (^{٤٥}) إرادة زيدان راهي الجبوري، الصورة النمطية: صورة العرب في مجلة Time ١٩٧٣م، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة بغداد، كلية الآداب، قسم الإعلام ١٩٩٦)، ص ١١.
- (^{٤٦}) علي عجوة، العلاقات العامة والصورة الذهنية، (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٣)، ص ٣.
- (^{٤٧}) علي عجوة، كريمان فريد، إدارة العلاقات العامة: بين الإدارة والإستراتيجية وإدارة الأزمات، (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٥) ص ١٢٩.

- (^{٤٨}) Christopher Federico, "The Political Psychology of Democratic Citizenship". (New York: Oxford University Press, 2009), P 250.
- (^{٤٩}) Joel Charon, "Ten Questions: A Sociological Perspective". (New York: Wadsworth, 7th Ed, 2010) P. 354

- (^{٥٠}) ليلى حسين السيد، صورة أفريقيا في وسائل الإعلام المصري ولدى الشباب الجامعي، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الثاني لأكاديمية أخبار اليوم، تحت عنوان: (الصحافة وآفاق التكنولوجيا، ٨-٩ ابريل ٢٠٠٣)، ص ٥-٦.
- (^{٥١}) عزة مصطفى الكحكي، دور وسائل الإعلام في تشكيل صورة أمريكا في أذهان الشباب الجامعي المصري، المؤتمر السنوي الثامن، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، الجزء الأول، القاهرة، ٢٠٠٢)، ص ٣٣٥.
- (^{٥٢}) سليمان صالح، وسائل الإعلام وصناعة الصورة الذهنية، (الكويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ٢٠٠٥)، ص ٢٨.
- (^{٥٣}) Thongsri, Natenapang, and Alex Kung-Hsiung Chang. "Interactions among factors influencing product innovation and innovation behavior: Market orientation, managerial ties, and government support." **Sustainability** 11.10 (2019): p.2793.
- (^{٥٤}) علي عجوة، العلاقات العامة والصورة الذهنية، (القاهرة: عالم الكتاب للنشر والتوزيع، ٢٠٠٣م)، ص ١٠.
- (^{٥٥}) أمامة سناء عبد الله، الدبلوماسية العامة في الخطاب الرئاسي للولايات المتحدة الأمريكية تجاه العالم الإسلامي وانعكاساتها على الخطاب الصحفي المصري، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة حلوان، كلية الآداب، ٢٠١٦، ص ٧٦.