

دور العلاقات العامة في فاعلية العمل الدبلوماسي

اعداد

فهد بن سويلم الصلوي

القبول : ٢٠١٩/٤/١

الاستلام : ٢٠١٩/٢/٢٥

المستخلص :

تتلخص مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيس التالي: ما دور العلاقات العامة في فاعلية العمل الدبلوماسي؟. تم تطبيق الدراسة على منسوبي وزارة الخارجية السعودية بالرياض، وقد بلغ عدد الاستبانات المستردة الصالحة للتحليل (٢٧٨) استبانة أثناء فترة إجراء الدراسة من العام الدراسي ١٤٣٩هـ. استخدمت الدراسة "المنهج الوصفي التحليلي" وهو منهج يقوم بدراسة الظاهرة كما هي، ويصفها بشكل مفصل ودقيق، والتعبير عنها كميًا وكيفيًا. استخدم الباحث الاستبانة كأداة لجمع البيانات. أهم النتائج: أفراد الدراسة موافقون على الدور الذي تقوم به العلاقات العامة في تعزيز فاعلية العمل الدبلوماسي بنسبة (٨٣,٨%)، في حين أنهم موافقون على الأساليب التي يمكن أن تستخدمها العلاقات العامة لتعزيز فاعلية العمل الدبلوماسي بنسبة (٨٤%) وكذلك موافقون على وجود معوقات تحد من فاعلية عمل العلاقات العامة في العمل الدبلوماسي بنسبة (٨٠,٨%)، كما واتضح أيضاً أنهم موافقون بشدة بنسبة (٨٤,٢%) على الوسائل المستخدمة للتغلب على المعوقات التي تحد من فاعلية عمل العلاقات العامة في العمل الدبلوماسي. ويتضح من الدراسة عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (٠,٠٥) فأقل في أفراد مجتمع الدراسة حول محاور الدراسة باختلاف المستوى التعليمي، وسنوات الخبرة. ووجدت فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات أفراد الدراسة، حول محور مهام العلاقات العامة في تعزيز فاعلية العمل الدبلوماسي باختلاف تخصص العمل والمعوقات التي تحد من فاعلية العلاقات العامة في تعزيز العمل الدبلوماسي عند مستوى (٠,٠٥) فأقل، وكانت الفروق لصالح أفراد مجتمع الدراسة الذين تخصصهم العلاقات العامة.

Abstract:

Study Problem: The problem of study is summarized in the following main question: What is the role of public relations in the effectiveness of diplomatic work?. The study was applied to the employees of the Ministry of Foreign Affairs in Riyadh. The number of valid questionnaires for analysis was numbered (278)

during the study period during the academic year 1439 AH. The study used the analytical descriptive approach, which examines the reality or phenomenon as it is and is concerned as a precise description and expressed in qualitative or quantitative terms. The questionnaire was used as a data collection tool. Main results: Members of the study agree with the role of public relations in enhancing the effectiveness of diplomatic work by (83.8%), while they agree with the methods that public relations can use to enhance the effectiveness of diplomatic work by (84%) while they agree that there are obstacles (80.8%). It was found that they strongly agree on the means to overcome obstacles that limit the effectiveness of the work of public relations in the diplomatic work by (84.2%). It was found that there were no statistically significant differences at the level of (0.05) and less in the attitudes of members of the study community around the axes of educational level. The differences between the educational level and the years of experience were found to be statistically significant at the level of (0.05) and lower in the attitudes of members of the study community on the axis of public relations tasks in enhancing the effectiveness of diplomatic work. The obstacles that limit the effectiveness of public relations in turn enhance the diplomatic work according to different work specialization for the members of the study community who are assigned to public relations.

مقدمة:

تمثل العلاقات العامة ركناً مهنياً من أركان الهيكل الإداري في المؤسسات بشكل عام، والمؤسسات الحكومية بشكل خاص؛ إذ يقع على عاتقها دعم الإدارة العامة وإسنادها بكل السبل في سعيها لتحقيق الأهداف التي أنشئت المؤسسة من أجلها؛ وذلك عبر معالجة قصور الأداء ومعالجة المعوقات التي تواجهها على الصعيدين الداخلي والخارجي، وتحسين الصورة الذهنية للمنظمة في أعين العاملين فيها من قبل الجمهور. كذلك عبر القيام بكامل الواجبات والوظائف المتوقعة من العلاقات العامة من الاتصال والبحث والتقييم لمختلف إدارات المؤسسة بما فيها العلاقات العامة نفسها.

كما تُعد 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 مدّ وتقوية جسور العمل الدبلوماسي بين البلدان ودعم وتحسين العلاقات الخارجية (توفيق، ١٩٩٥م، ص٣).

ويتميز هذا العصر بالتكنولوجيا الحديثة التي عززت من هذا الدور الاتصالي والمعلوماتي، وجعلت منه واقعاً لا يمكن تجاوزه في كل المرافق والمنشآت، وقد ساعدت أيضاً في النهوض والارتقاء بالمؤسسات المختلفة، سواء أكان اقتصادياً أو اجتماعياً أو سياسياً. وقد ظهر جلياً الدور البارز للتواصل الإنساني والانفتاح العالمي في جميع مجالات الحياة. ومن ثمّ وجب على إدارات العلاقات العامة ومؤسسات الدولة والمجتمع بكافة مؤسساته وأجهزته، السعي للتفاعل بإيجابية مع ما يحيط بها من مؤسسات شبيهة لها، سواء أكانت محلية أم إقليمية أم دولية (العويني، ١٩٩٨م، ص١٦٢).

وتشير بعض الدراسات السابقة كدراسة زين (٢٠١٥م) إلى ضرورة تفعيل دور الوسائل الإعلامية التي تهتم بالمملكة العربية السعودية وتوضيح دورها في الخارج، كما تشير دراسة (عثمان، ٢٠١٥م) إلى العمل على تدعيم جهود العلاقات العامة في السفارات للتواصل مع الدول الأخرى، وتنسيق عملها بشكل رسمي عبر وسائل إعلامية مع دول التمثيل في الخارج، كذلك دراسة الصيفي (٢٠١٦م) التي أشارت إلى أن غالبية الممارسات للعلاقات العامة في المنظمات الحكومية السعودية تقتصر على استخدام وتوظيف الإعلام الاجتماعي في أعمال العلاقات العامة؛ لما له من نتائج إيجابية عديدة ومتنوعة، حيث تساعد على توفير الأخبار والأحداث الزاهنة الخاصة بالمنظمة (زيادة الوعي)، وسرعة إرسال الأخبار ونقل المعلومات إلى الجمهور، والدخول في حوار مباشر معهم.

ومما تم عرضه يتبين أن لتحقيق هذا التفاعل الإيجابي والدور الدبلوماسي المنوط بتلك المؤسسات الدبلوماسية، كان لا بد من وجود إدارة للعلاقات العامة فاعلة ومؤثرة وقادرة على وضع الخطط والبرامج الناجحة التي تعينها على تحقيق أهدافها، في خدمة الوظيفة الدبلوماسية الممثلة في العمل الدبلوماسي لأي دولة من الدول. مشكلة الدراسة:

دراسة خلف الله (٢٠١٣م) كشفت عن الاهتمام لدى السفارات العربية والأجنبية بتوفير جهاز علاقات عامة متخصص في ممارسة أنشطة العلاقات العامة. وتوصلت الدراسة التي أجرتها أنوشكا أ. ج (Anouska, E, G, 2003) أن ٧٥% من قيادات الإدارات في العلاقات العامة لم تواكب التغيرات المتسارعة والمستمر في الأساليب الاتصالية والإدارية.

وجد الباحث قلة في الدراسات السعودية التي تناولت العلاقات العامة في العمل الدبلوماسي بعد اطلاعه على الدراسات السابقة ذات الصلة. وبناءً على الدراسات السابقة، والأدبيات النظرية، التي تناولت العلاقات العامة ودورها في العمل الدبلوماسي، برزت أمام الباحث مشكلة هذه الدراسة والتي يمكن إيجازها في السؤال الرئيس التالي: ما دور العلاقات العامة في فاعلية العمل الدبلوماسي؟ وهذا ما تسعى الدراسة للوصول إليه من خلال الإجابة عن الأسئلة الفرعية التالية:

تساؤلات الدراسة:

1. ما مهام العلاقات العامة في تعزيز فاعلية العمل الدبلوماسي؟
2. ما الأساليب التي يمكن أن تستخدمها العلاقات العامة لتعزيز فاعلية العمل الدبلوماسي؟
3. ما المعوقات التي تحد من فاعلية العلاقات العامة في تعزيز العمل الدبلوماسي؟
4. ما وسائل التغلب على المعوقات التي تحد من فاعلية العلاقات العامة في العمل الدبلوماسي؟
5. هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات أفراد عينة الدراسة حول محاور الدراسة تُعزى للمتغيرات الشخصية والوظيفية؟

أهداف الدراسة:

1. التعرف على مهام العلاقات العامة في تعزيز فاعلية العمل الدبلوماسي.
2. التعرف على الأساليب التي يمكن أن تستخدمها العلاقات العامة لتعزيز فاعلية العمل الدبلوماسي.
3. التعرف على المعوقات التي تحد من فاعلية العلاقات العامة في تعزيز العمل الدبلوماسي.
4. التعرف على وسائل التغلب على المعوقات التي تحد من فاعلية العلاقات العامة في العمل الدبلوماسي.
5. معرفة ما إذا كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات أفراد عينة الدراسة حول محاور الدراسة تُعزى للمتغيرات الشخصية والوظيفية.

أهمية الدراسة:

يمكن النظر إلى أهمية هذه الدراسة من الناحية العلمية (النظرية)، والعملية (التطبيقية) على النحو التالي:

- الأهمية العلمية (النظرية):

تستمد هذه الدراسة أهميتها العلمية من أهمية موضوعها ألا وهو: دور العلاقات العامة في فاعلية العمل الدبلوماسي، حيث يُعد هذا الموضوع من الموضوعات المهمة، سواء على الصعيد المحلي أو الإقليمي العربي، حيث تجمع هذه الدراسة بين مجالين

بحنيين رئيسيين من أهم المجالات في الدراسات الاتصالية والإدارية: المجال الأول هو العلاقات العامة وهو المجال الذي يحتاج ممارسو العلاقات العامة للتخصص فيه بشكل كبير ليتمكنوا من مراعاة تطورات العصر الحالي في عملهم، أما المجال الثاني فهو مجال القطاع الدبلوماسي الذي يعد من أكثر المجالات تشعباً وانتشاراً، والذي لم يعد مقتصرًا على الجانب السياسي في التعامل بين الدول بل امتد إلى النواحي الاقتصادية والثقافية والإعلامية وغيرها. كما ستحاول الدراسة إبراز الدور المهم للعلاقات العامة في العمل الدبلوماسي؛ فمن خلالها تستطيع الدول أن تدرك تقدمها وتطورها ورفاهية شعوبها والمحافظة على مكانتها الدولية وأمنها القومي.

• الأهمية العملية (التطبيقية):

تبرز أهمية الدراسة في عدد من الحقائق التي أوضحتها الدراسات السابقة وهو دور العلاقات العامة في زيادة فاعلية العمل الدبلوماسي، كما تتأكد أهمية الدراسة في أنها تعمل على استكشاف البعد الوظيفي للعلاقات العامة في خدمة الوطن، وفي أنها تضيف معلومات وأفكارًا جديدة للبحوث والدراسات التي سبقتها مع مواكبة التطورات الحديثة لنشاط العلاقات العامة. وتعتبر الدراسة محاولة لتفعيل دور العلاقات العامة في العمل الدبلوماسي والمؤسسات الإعلامية عبر رصد إيجابيات وسلبيات ممارستها وتقويم هذه الممارسة بناء على أسس علمية، كما أن من أهدافها رصد العقبات والصعوبات التي تواجهها؛ مما يسهم في بلورة مجموعة من المقترحات والتوصيات العلمية التي يمكن أن تسهم في التغلب على هذه الصعوبات، وتحسين أوضاع ممارسة المهنة مستقبلاً. حدود الدراسة:

يمكن حصر مجالات الدراسة من خلال تحديد إطارها الموضوعي والبشري والزمني والمكاني، وذلك على النحو التالي:

١. الحدود الموضوعية: اقتصرت حدود الدراسة الموضوعية على دور العلاقات العامة في فاعلية العمل الدبلوماسي.
٢. الحدود البشرية: انحصرت حدود الدراسة البشرية على منسوبي وزارة الخارجية السعودية بالرياض.
٣. الحدود الزمنية: تم تطبيق الدراسة الميدانية في عام ١٤٣٩هـ - ٢٠١٨م.
٤. الحدود المكانية: اقتصرت الحدود المكانية لهذه الدراسة على وزارة الخارجية بمدينة الرياض.

مفاهيم ومصطلحات الدراسة:

• الدور:

التعريف اللغوي: دور " وتعني فعل"، أمر، مهمة يقوم بها المرء، ويقال: كان له دور في هذه المسألة" (حمدي، ٢٠٠١م، ص ٤٩٤).

التعريف الاصطلاحي:

ويعرف الدور كذلك بأنه: "هو الأنشطة والأطر السلوكية التي تحقق ما هو متوقع في مواقف معينة، والأدوار المكانية يترتب عليها التنبؤ بسلوك الفرد في المواقف المختلفة". (الغامدي، ١٤٢٤هـ، ص ٢٥).

ويعرف الباحث الدور إجرائياً بأنه: مدى ما تسهم به العلاقات العامة من فاعلية في العمل الدبلوماسي، ويحدد واقع هذا الدور وفقاً لحدود الدراسة المستخدمة.

• مفهوم الفاعلية:

يمكن التعرض لمفهوم الفاعلية في اللغة والاصطلاح، على النحو التالي:

الفاعلية في اللغة:

"الفاعلية هي القدرة والنفوذ؛ وهي مصدر صناعي من فاعل، وهي مقدرة الشيء على التأثير" (المعجم الوجيز، ١٩٨٩م، ص ٤٧٧).

الفاعلية في الاصطلاح:

هي "قدرة البرامج التدريبية على تحقيق الأهداف المرجوة منها". كما يعرف (القحطاني، ٢٠١٢م، ص ٩) الفاعلية بأنها: "مدى تحقيق أهداف التدريب الإداري وفقاً لخطط التدريب المعدة". (العززي، ٢٠١٣م، ص ٧)

أما العامة في اللغة: فهي من الناس خلاف الخاصة (المعجم الوسيط، ٢٠٠٤م، ص ٦٢٩).

وتعرف العلاقات العامة في الاصطلاح: بأنها النشاط الذي تقوم به أي صناعة أو اتحاد أو أي منطقة أخرى لإقامة وتدعيم علاقات طيبة ومستمرة مع فئات خاصة من الجماهير كالعاملين والعاملين والمستثمرين، وكذلك مع الجمهور العام، وذلك بغرض التماسي مع الظروف المحيطة وتعريف المجتمع بها. (البكري، ٢٠٠٧م، ص ١٩). ويعرف الباحث العلاقات العامة إجرائياً بأنها: الأعمال المنظمة التي يتم لها التخطيط سلفاً من إدارة العلاقات العامة بوزارة الخارجية، والتي تهدف إلى استمرار العلاقة بين وزارة الخارجية وجمهورها الداخلي والخارجي على نحو إيجابي يهدف إلى كسب ثقتهم ودعمهم وتأييدهم.

• العمل الدبلوماسي:

هو العمل الذي يرتبط بتمثيل دولة أو جهة ما، ومن المهم أن توفر الدول للدبلوماسيين القدرة على تحقيق طبيعة عملهم دون وجود أي قيود، أو معوقات تمنعهم من ذلك، ولكن في حال قام الدبلوماسي بتجاوز الأعراف الدبلوماسية، وتقليل احترام الدولة المتواجد فيها، أو تسهيل خرق قوانينها، أو تجاوز القانون بشكل شخصي، أو القيام بأي أعمال تلحق الضرر بسمعة الدولة التي يوجد بها، فإنه يحق للمسؤولين في الدولة طرد الدبلوماسي فوراً، والطلب منه العودة إلى دولته بأسرع وقت ممكن (أبو

عبارة، ٢٠٠٩م، ص ٣١). ويعرف الباحث العمل الدبلوماسي إجرائياً بأنه: هو العمل المرتبط بتمثيل جهة أو دولة معينة.

الخلفية النظرية للدراسة:

المحور الأول: المداخل المفسرة لدور العلاقات العامة:

تكمن أهمية تحديد واختيار الباحث للمداخل والنظريات المتعلقة بموضوع ومشكلة دراسته من احتياجه إلى وضع أو تبني أطر تصورية يتمكن من خلالها من شرح الأبعاد الرئيسية المراد دراستها وافترض وجود أي علاقة بين مثل هذه الأبعاد. كما يستطيع الباحث من خلال تحديد المداخل النظرية لدراسته أن يقدم تفسيرات وتنبؤات عن الظواهر أو المتغيرات التي تمت دراستها أمبريقياً؛ لذا يستخدم الباحث المداخل النظرية للدلالة العلمية أو المعرفية التي يمكن من خلالها طرح البحث وتفسير النتائج في إطارها (عبد الحميد، ٢٠٠٤م، ص ٣٠).

وانطلاقاً من الدور الاتصالي الذي تركز عليه العلاقات العامة في المؤسسات المختلفة في إيجاد علاقات طيبة بين المؤسسة أو المنظمة و جماهيرها سواء الداخلية أو الخارجية، واستخدامها في سبيل ذلك وسائل الاتصال المختلفة التي ترى أنها قادرة على إيجاد تواصل جيد وفاعل، فإن مدخل الممارسة أو القائم بالاتصال، وكذلك المدخل الوظيفي بالإضافة إلى نظرية الحتمية التكنولوجية لمارشال مكلوهان، تُعد من المداخل والنظريات التي يمكن من خلالها تفسير دور العلاقات العامة.

ويمكن تناول أهم الجوانب المتعلقة بهذه المداخل والنظريات من خلال ما يلي:

١. مدخل الممارسة (القائم بالاتصال):

يرى هذا المدخل أن دراسة الأبعاد الاجتماعية في الاتصال على جانب كبير من الأهمية نظراً لكونها تلقي الضوء على العوامل التي تؤثر بشكل غير مباشر في الرسالة التي تبث للجمهور عبر وسائل الإعلام المختلفة وأن الممارسة المهنية تتأثر بعدد كبير من العوامل مثل: التنظيم الإداري في المؤسسات الإعلامية وقنوات الاتصال في هذا التنظيم، وكذلك تتأثر بالتأهيل العلمي والمهني، ومستوى الرضا الوظيفي للعامل في هذه المؤسسات (الصبيحي، د.ت، ص ٣٤).

ونظراً للأهمية الكبيرة للقائم بالاتصال فقد سعى العديد من الباحثين لوضع تعريف لمفهوم القائم بالاتصال؛ غير أن التجارب أثبتت صعوبة صياغة تعريف جامع مانع لمفهوم القائم بالاتصال، نظراً لحدائث الدراسات والأبحاث التي تتناولها، وكذلك نتيجة للتطورات المتسارعة في مجال تكنولوجيا الاتصال والمعلومات وتزايد وتنوع الأنشطة الاتصالية التي استحدثتها ثورة الاتصالات والمعلومات (إبراهيم، ٢٠٠٠م، ص ١٨١).

وبالرغم من صعوبة وضع تعريف لمفهوم القائم بالاتصال إلا أن هذا لم يثني الباحثين عن صياغة وتقديم مجموعة من التعريفات التي يرون أنها تحدد

مفهوم القائم بالاتصال، ومن بين التعريفات التي تتميز بالعمومية والشمول للقائم بالاتصال، تعريف باترسون (Patterson) بأنه: "كل من يساهم في صنع القرار داخل وسائل الإعلام بشكل مباشر أو غير مباشر" (الصبيحي، ٢٠٠٨م، ص ١١٧).

وتشير الأدبيات التي تناولت القائم بالاتصال إلى وجود مجموعة من القوى أو العلاقات التي يتأثر بها القائم بالاتصال؛ ومن ثم تؤثر في اختياره للوسائل الاتصالية التي يعتمد عليها في إيصال الرسالة على الجمهور المستهدف، وكذلك أدائه لباقي مهام مهنته، وتتمثل هذه القوى أو العلاقات في الآتي: (الأبشيهي، ٢٠١٢م، ص ٥١١).

- خصائص القائم بالاتصال والإحساس بالذات.
- الانتماءات والجماعات المرجعية.
- الضغوط المهنية وعلاقات العمل.
- العلاقات بمصادر الأنباء والمعلومات.
- تأثير السياسات الخارجية والداخلية.
- التوقعات الخاصة بجمهور المتلقين.

٢. المدخل الوظيفي:

نشأ المدخل الوظيفي وتطور على يد "هارولد لاسويل" Laswell و"تشارلز رايت" Charles Wright وقد بني هذا المدخل على فرضية رئيسية هي أن وسائل الاتصال تقوم بادوار محددة في المجتمع، وأنها ترتبط بالسياق الاجتماعي، وأن النظام الاتصالي نظام متبادل الاعتمادية مع بقية النظم السياسية والاقتصادية والثقافية (الرفاعي، ١٤٢٩هـ، ص ٢٨٤)، ومن ثم يتبلور مفهوم هذا المدخل في أن لوسائل الاتصال والإعلام أهداف ووظائف محددة تقوم بها المؤسسات والوسائل التي تحمل رسائل اتصالية وتُنقل إلى جمهور أو مستقبلين معينين ولديهم تطلعات كبيرة للدور الوظيفي الذي يجب أن تقوم به مؤسسات الاتصال والإعلام من أجل إشباع وتحقيق أهدافهم كجمهور أو كفئة مستفيدة من المادة الإعلامية والاتصالية التي تحقق لهم أيضا مجموعة من الوظائف مثل: التعليم، الترفيه، نقل المعلومات والأخبار، تطوير الاتجاهات والأفكار، وغيرها من الوظائف المتعددة للاتصال الجماهيري (الصبيحي، دت، ص ١٤٤).

وقد قاد المدخل الوظيفي بحوث الإعلام والاتصال إلى توجيهين رئيسيين هما:

(عبد الحميد، ٢٠١٠م، ص ٤٢)

أ. توجه بحثي معني أساساً بالتأثيرات الناتجة عن تعرض الجمهور لوسائل الإعلام الجماهيرية من خلال محاولة اكتشاف ما تفعله هذه الوسائل بالجمهور.

ب. توجه بحثي معني أساساً بوظائف وسائل الإعلام الجماهيرية من خلال البحث عن ما تفعله هذه الوسائل من أجل الجمهور، أو الكيفية التي يستخدم بها الجمهور وسائل الإعلام.

أولاً: مفهوم العلاقات العامة:

مفهوم العلاقات العامة هو واحد من المفاهيم التي لا تزال موضوع اجتهاد من قبل الباحثين والممارسين على حد سواء. وعلى الرغم من وجود حد أدنى من الاتفاق على بعض مكونات مفهوم العلاقات العامة ووظائفها وقواعدها وأساليبها، فإن هناك اختلافاً في طبيعتها ومسئولياتها ونطاق اختصاصها، كما تشير العديد من المراجع والأدبيات.

ويصعب القول بأن هناك تعريفاً جامعاً مانعاً للعلاقات العامة؛ وذلك لتعدد أدوارها واختلاف أنشطتها، وقد عرفها "الشديفات بأنها: تلك العملية الاتصالية التي تهدف إلى تعديل الاتجاهات وتحديد الخطط والسياسات الخاصة بالمؤسسة بما يتفق مع مصلحة الجمهور، وكذلك تنفيذ البرامج التي من شأنها توطيد ثقة هذا الجمهور بالمؤسسة وتحقيق حالة من التفاهم المشترك فيما بينهما (الشديفات، ٢٠١٣م، ص ١٧). والعلاقات العامة هي الجهود المخططة التي تقوم بها المنظمة أو الدولة لكسب ثقة الجمهور وتحقيق التفاهم المتبادل من خلال الاتصالات المستمرة (عجوة، ٢٠٠٨م، ص ٢٤).

كما يعرف "العدوي" العلاقات العامة بأنها: مجموعة من الأنشطة التي تقوم بها المنظمة أو المؤسسة أو الحكومة أو أي تنظيم اجتماعي آخر من أجل إيجاد علاقات جيدة مع مختلف فئات الجمهور الذي يتعامل معها كجمهور المستخدمين أو المستهلكين، كما تهدف هذه الأنشطة إلى تفسير المنظمة أو المؤسسة للمجتمع حتى تكسب رضا أفرادها (العدوي، ٢٠١١م، ص ١٨).

وتوجد العديد من المسميات التي تطلق على المشتغلين بمهنة العلاقات العامة (مراد، ٢٠١٠م، ص ١٣) منها ما يأتي:

أ. الناشر (Publisher): وهو المسؤول عن علاقات المؤسسة بوسائل الإعلام، ويعمل على جذب وتغطية الصحافة والإذاعة والتلفزيون لأخبار المؤسسة، ولا يشمل عمله الجوانب الاستشارية أو الإدارية الخاصة بمهنة العلاقات.

ب. المسؤول الصحفي (Press Office): ويندرج تحته مهام التعامل مع وسائل الإعلام بالإضافة إلى مهام العمل في مجال العلاقات العامة بصفة عامة.

ج. المتحدث الرسمي (Spoker Person): وتستخدم بعض الصحف هذا المسمى للإشارة إلى رجل العلاقات العامة الذي يتولى مهمة التحدث بالنيابة عن إدارة المؤسسة في أوقات الأزمات دون أن تتوافر لديه أحياناً المعلومات الكافية للقيام بهذا الدور.

وتعرف بأنها "فن من فنون الاتصال بالجمهور، لكسب المؤيدين لقضية أو هدف معين، أو تحريكهم في اتجاه محدد ومرسوم وفق الدراسة العلمية المخططة، وحسب طبيعة القوى السياسية، والاقتصادية المسيطرة على أجهزة الدولة" (التهامي؛ الدأقوي، ١٩٩٨م، ص١٦).

ثانياً: أهمية العلاقات العامة:

تبرز أهمية العلاقات العامة من الدور الذي تؤديه في تهيئة الرأي العام لاستقبال الأفكار والآراء الجديدة، وإيجاد جمهور مؤيد ومساند للمنظمة أو المؤسسة؛ مما يؤدي إلى تحقيق التواصل والفهم المشترك بين تلك المؤسسة أو المنظمة، وهذا الجمهور، كما تقوم العلاقات العامة بتحقيق التكيف بين المؤسسات والمنظمات والجماهير، وتقوم بتوضيح اتجاهات الجماهير نحو المنظمة، وتحديد رغباتهم واحتياجاتهم؛ مما يساعد على إحداث تعديلات في سياسة المنظمة بما يتواءم مع حاجات الجمهور، وتحقق العلاقات العامة لجمهورها الداخلي في المنظمة خدمات متنوعة بعضها مرتبط بالعدالة والرعاية الاجتماعية، حيث تعمل على غرس ودعم قيم المسؤولية الاجتماعية بين الجمهور الداخلي والخارجي، مما يساعد على مواجهة العقبات التي قد يواجهها المجتمع (عتوم، ٢٠١٠م، ص٢٣).

وتنوزع أهمية العلاقات العامة في مستويات عديدة، نستعرضها وفق أربعة مستويات كالآتي:

١- الأهمية بالنسبة لإدارة العلاقات العامة:

تبرز أهمية العلاقات العامة بالنسبة للمؤسسة في عدد من النواحي والأنشطة منها:

أ. تساعد العلاقات العامة على تبني الخطط المتكاملة الناجحة في مركز المؤسسة، وذلك باعتبار مركز المؤسسة الرأس المخطط المتسلح بالخبرة العالية (زويلف، ٢٠٠٩م، ص٣٨).

ب. أن رفع المستوى الإداري لجهاز العلاقات العامة يمكن مسؤولي هذا الجهاز من الاتصال المباشر بالقيادة العليا، وعرض الاقتراحات، وجلب التوجيهات بسرعة وفعالية أكبر من تنفيذ هذه العملية عن طريق وسطاء إداريين ومشرفين (السماري، ١٤٢١هـ، ص٨٥).

ج. تقوم العلاقات العامة بالتنسيق بين إدارات المؤسسة المختلفة؛ مما يحقق نتائج أفضل في عمل المؤسسة (مراد، ٢٠١٠م، ص٣٨٤).

د. أن وجود دائرة العلاقات العامة في مكان قريب من الإدارة العليا في الخريطة التنظيمية سيعينها على تأدية عملية التنسيق بين الوحدات الإدارية للمؤسسة في مجال العلاقات العامة (زويلف، ٢٠٠٩م، ص٤٠).

هـ. أن وجود العلاقات العامة في الإدارات العليا للمؤسسة يعطي من شأن هذه المهنة في المؤسسة وإدارتها؛ مما يعزز من ثقة ممارسي العلاقات العامة في أنفسهم الأمر الذي ينعكس إيجاباً على العمل.

٢- الأهمية بالنسبة للمؤسسة:

تتضح أهمية العلاقات العامة بالنسبة للمؤسسة في عدد من النواحي والأنشطة منها:
أ. العلاقات العامة معنية بإدارة عملية التواصل بين المؤسسة والجمهور. في هذا المجال المهني يتم تحقيق التكامل وبشكل مستمر للعلاقة بين المؤسسة والجمهور؛ وذلك من خلال إدارة الاتصالات التي تبني وتعزز سمعة المؤسسة وحمايتها.
(Robert Heath, 2001, P1).

ب. تسهل العلاقات العامة عملية تمويل المنظمة، سواء عن طريق زيادة رأس المال؛ حيث يثق المساهمون في المنظمة أم عن طريق القروض، حيث تتحسن ثقة مؤسسات التمويل الأخرى في المنظمة وفي قدراتها وماتانة مركزها في السوق.
ج. التنسيق بين جميع قطاعات المنظمة وتسهيل تناقل المعلومات والخدمات فيما بينها في سبيل تحسين نوعية السلعة أو الخدمة.

د. التنسيق مع وحدة (إدارة العلاقات الإنسانية) بالمنظمة لحل مشكلات العاملين والمشاركة في تحسين ظروف العمل المادية والنفسية والاجتماعية والثقافية، في سبيل رفع أو تحسين الكفاءة الإنتاجية، أو الخدمات الجماهيرية (هاشم، ٢٠٠٨م، ص٢٤).

٣- الأهمية بالنسبة للجمهور المستهدف:

قد برزت أهمية العلاقات العامة نتيجة اعتبارها واحدة من الأساليب التي تعالج بها المشكلات الناتجة عن التقدم التكنولوجي الذي أدى إلى شعور الفرد بالغربة عن الآخرين؛ نتيجة عدم إحساسه بروح التآلف معهم في داخل بيئة العمل الواحدة، مما أدى إلى اعتبار العلاقات العامة واحدة من أهم الأساليب المستخدمة التي تساعد على إزالة هذا الشعور والعمل على تنمية المشاركة الفعالة وتقليل سوء الفهم بين الموظفين داخل تلك المنظمة (Sailesh, 2006, p3).

وتبرز أهمية العلاقات العامة بالنسبة للجمهور المستهدف فيما يأتي:

- أ. تعمل العلاقات العامة على تعزيز انتماء العاملين للمؤسسة وترفع من إنتاجيتهم وجودة أعمالهم وخدماتهم.
- ب. القيام بأدوار التنسيق بين دوائر وأقسام المؤسسة بما يرفع من كفاءة العاملين ويحسن من أدائهم (فرحات، ٢٠٠٧م، ص١٠١).
- ج. رعاية العاملين في المؤسسة بتوفير عدد من الأنشطة والخدمات لهم ولأسرهم مثل: التدريب لتحسين مهاراتهم، والرعاية الاجتماعية والصحية والتعليمية بما ينعكس

على مستويات الرضا للعاملين وبالتالي زيادة كفاءتهم في العمل والإنتاج (جرات، ٢٠١٤م، ص ١٦٢).

د. بخصوص الجمهور الخارجي تعد مصلحة الجمهور من أهم أهداف المؤسسة، حيث يريد أن تطلعه بصورة مستمرة ودائمة على سياسة المؤسسة واتجاهاتها ورغباتها؛ لأنها مصدر معلوماته وجهة حصوله على الإجابات عن تساؤلاته (زويلف، ٢٠٠٩م، ص ٢٣).

٤- الأهمية بالنسبة للجمهور أو المجتمع عامة:

يجري أحياناً تداول مصطلحات الجمهور العام والمجتمع والبيئة المحيطة في العلاقات العامة ليشار إلى المجتمع الأكبر الذي تعمل في نطاقه المؤسسة، أي كل ما يقع خارج المؤسسة من أفراد وجماعات ومنظمات وهيئات حكومية أو خاصة أو أهلية ذات صلة بالمؤسسة بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، سواء عن طريق الخدمات أو توفير الأيدي العاملة والمواد الخام أو توفير الأمان والاستقرار والاستمرارية في العمل (جرات، ٢٠١٤م، ص ١٦٤).

ثالثاً: أهداف العلاقات العامة:

يعتبر تحقيق العلاقات العامة لأهدافها جزءاً من تحقيق الأهداف العامة للمؤسسة أو للمنظمة، ويساعد تحقيق هذه الأهداف على توفير مناخ مناسب يساعد المنظمة على الاستمرار والاستقرار، ويمكن تلخيص أهداف العلاقات العامة فيما يلي: (البطوش، ٢٠١٠م، ص ٣٨)

١. معرفة اتجاهات الرأي العام الداخلي والخارجي.
٢. الدفاع عن المنظمة وحمايتها من الهجمات والادعاءات التي تتعرض لها مثل: نشر الأخبار غير الصحيحة عنها.
٣. إيصال المعلومات المتعلقة باتجاهات وردود فعل الجمهور إلى الإدارة العليا.
٤. إيجاد حالة من التكامل بين السياسات الإدارية واتجاهات ورغبات الجمهور.
٥. إقناع الجمهور وتعديل اتجاهاتهم السلبية نحو المنظمة.
٦. تنمية التعاون بين فئات الجمهور المرتبطة بالمنظمة.
٧. توفير المعلومات الصحيحة وإيصالها إلى فئات الجمهور المختلفة لمساعدتها على تكوين آرائها بناءً على الحقائق.

رابعاً: مبادئ العلاقات العامة:

يرى كامل والصيرفي (٢٠٠٦م، ص ١٦ - ١٧) أن هناك مجموعة من الضوابط والمبادئ التي تنظم نشاط العلاقات العامة وتعكس الإطار الفكري للعلاقات العامة، ومن أهمها:

١. **المسؤولية الاجتماعية:** إن الأساس في عمل العلاقات العامة هو مراعاة مصالح جماهيرها، وبناء المجتمع والمساهمة في تقدمه؛ مما يعكس مسؤوليتها الاجتماعية تجاه المجتمع الذي توجد فيه.
٢. **احترام رأي الفرد:** إن الإيمان بقيمة الفرد واحترام حقوقه الأساسية وعلى رأسها حرية الرأي والتعبير تعتبر من أهم الدوافع التي تؤدي بهذا الفرد إلى الاهتمام بالمجتمع والمنظمة التي توجد به، كما ينبغي مراعاة واجبات الأفراد ومسؤولياتهم في المجتمع؛ مما يؤدي إلى تطوره.
٣. **عدم إخفاء المعلومات عن الجمهور:** إن إخفاء المعلومات من شأنه أن يثير الشك، ويفتح مجالاً للشائعات؛ مما يؤدي إلى فقد الثقة بين المنظمة وجماهيرها، وبالتالي فإن عمل العلاقات العامة ينبغي أن يلتزم بالصدق والشفافية أثناء تقديم المعلومات التي يحتاج إليها الجمهور مع مراعاة الحفاظ على أسرار المنظمة أو المؤسسة.
٤. **الالتزام بمبادئ الأخلاق السليمة:** تعتبر العلاقات العامة سلوكاً إعلامياً، وينبغي لهذا السلوك أن يتوخى النزاهة والصدق والعدالة والأخلاق السامية أثناء استخدام مختلف وسائل الإعلام لتفسير وتحليل نشاط المنظمة وردود فعل الجمهور حيالها.
٥. **اتباع الأساليب العلمية في البحوث:** يعد إجراء البحوث وقياس اتجاهات الجماهير نحو المنظمة من أهم الوظائف التي تقوم بها العلاقات العامة، وفي هذا المجال ينبغي لممارسي العلاقات العامة اتباع الطرق العلمية السليمة في البحث، وأن يبتعدوا عن التحيز أو عدم الموضوعية أثناء إجراء هذه البحوث.

خامساً: وظائف العلاقات العامة:

يوجد شبه اتفاق على طبيعة العلاقات العامة فيما يتعلق بوظائفها وأوجه نشاطها، وذلك بالرغم من تطور وجهات نظر الأكاديميين والممارسين لهذه الوظائف والأنشطة وتطور الممارسة العملية لها. ولهذا يتوقف نجاح العلاقات العامة في أي مؤسسة على مدى اقتناع الإدارة العليا بأهمية هذه الوظيفة واقتناعها أيضاً بضرورة تهيئة ظروف الممارسة الفعلية لها من خلال جميع العاملين بها من ناحية، وعن طريق إدارة متخصصة لقيادة هذا العمل من الناحية الأخرى (الصوفي، ٢٠٠٤م، ص ٢١).

سادساً: عوامل نجاح العلاقات العامة:

تقوم العلاقات العامة بتعزيز المسؤولية الاجتماعية بين جماهير المؤسسة، مما يؤدي إلى تعاون أفراد المجتمع والتنظيمات الاجتماعية في التصدي للعقبات، ومن هنا تظهر العوامل التي تؤدي إلى نجاح العلاقات العامة في المنظمات في تحقيق أهدافها المتمثلة فيما يلي: (أحمد، ٢٠٠٣م، ص ٤٦-٤٨)

١. تبدأ العلاقات العامة من داخل المؤسسة التي تعمل بها؛ إن التفاهم المتبادل بين المؤسسة أو المنظمة وجمهورها الداخلي يعد أساس نجاح العلاقات العامة؛ إذ يجب

- على العلاقات العامة قبل البدء في تحسين علاقاتها وإنشاء الصّلات مع الجمهور الخارجي أن تقوم بتحسين هذه العلاقات مع الجمهور الداخلي.
٢. انتهاج الصدق واتباع الأسلوب العلمي الدقيق: على المنظمة أن تتبع أسلوب الصدق والأمانة، وأن تلتزم بالعدالة في جميع ما تقوم به من أعمال ووظائف، فالحقيقة هي أفضل وسائل الإعلام بالنسبة للمنشأة، كما يجب على موظفي العلاقات العامة في المنظمة أن يلتزموا بالقيم الأخلاقية والأساليب الدقيقة في بحوثهم وتقييماتهم.
٣. عدم اتباع سياسة إخفاء الحقائق: إن الأسلوب الصحيح في العلاقات العامة هو الإعلام والإفصاح، وليس إخفاء الحقائق أو تحويرها وهو ما يهيم الجمهورين الداخلي والخارجي، وذلك لأن إخفاء هذه الحقائق من شأنه أن يولد عدم الثقة بين المؤسسة و جماهيرها.
٤. مساهمة المؤسسة أو المنظمة في رفاية المجتمع: لم تعد أهداف المنظمات أو المؤسسات محصورة في تحقيق الكسب المادي، بل أصبحت رفاية المجتمع وتحقيق النفع لأفراده من أهم هذه الأهداف.
٥. نشر الوعي بين جماهير المنظمة أو المؤسسة: يعتبر توجيه الرأي العام أفضل طرق التعاون مع السياسة العامة للمجتمع لكسب ثقته وتأييده من أهم أهداف العلاقات العامة، توضيح السياسة وخطط تنميتها ودور المؤسسة أو المنظمة فيها من شأنه أن يسهم في تعزيز دور المنظمة في المجتمع.
٦. كسب ثقة الجمهور: لا يمكن أن تعتبر أنشطة المؤسسة أو المنظمة ناجحة إلا إذا رضي الجمهور عنها؛ لذا فمن الواجب تدريب الجمهور الداخلي للمنظمة؛ حتى يقوموا بواجبهم لكسب ثقة الجمهور الخارجي من خلال أدائهم لعملهم واحترامهم لهذا الجمهور.

سابعا: الدور الاجتماعي للعلاقات العامة:

يبدو أن الاتجاهات الجديدة في العلاقات العامة باتت تولي اهتمامًا متزايدًا ببرامج المؤسسات في المجتمعات المحلية بما فيها من أفراد وجماعات ومؤسسات، إلى جانب ذلك ما يبرز من اهتمام متزايد أيضًا بالبيئة الطبيعية التي تعمل في نطاقها المؤسسات، فالمجتمع المحلي لا ينحصر في الأفراد فقط، بل يشمل المنظمات والمؤسسات الموجودة في مكان محدد، ويعرف المجتمع المحلي على أنه "مجموعة من السكان تتسم حياتهم بطابع ثقافي عام، قوامه مصالح وأهداف مشتركة، ومجموعة من القيم الاجتماعية المتشابهة، وقواعد العرف والسلوك الجمعي، والخدمات المتبادلة على نحو يبعث فيهم الشعور بالانتماء إلى المجتمع المحلي" (أبو أصعب، ٢٠٠٩م، ص ١٨٥).

وترى وجهة النظر المثالية في الدور الاجتماعي أن الدور الاجتماعي للعلاقات العامة .

المحور الثالث: العمل الدبلوماسي:

أولاً: مفهوم العمل الدبلوماسي:

أشار محمود خلف إلى أن الدبلوماسية هي: (عملية سياسية تستخدمها الدولة). ومن المفيد أن نُشير هنا إلى أن لفظ الدبلوماسية قد تطور مع الزمن وأصبح يُشير إلى معانٍ مختلفة فهو يستعمل اليوم فيما يأتي:

١. ليدل على نهج سياسي في زمن معين، كقولنا: "قد تطورت الدبلوماسية السعودية في الوقت الراهن".
٢. يستخدم كتعبير عن اللباقة، واللباقة التي يتحلّى بها شخص ما في علاقته مع الآخرين، فيقال: "إن فلاناً يتحلّى بدبلوماسية رفيعة".
٣. يستخدم كتعبير عن المفاوضات، وما يلحقها من محاولة أطرافها تحقيق مكاسب دون اللجوء للعنف أو الحرب، فيقال: "إن هذه المعضلة تحتاج إلى حلٍ دبلوماسي".
٤. يستخدم كذلك لوصف مهن السياسي الذي يقوم بمهمة التوفيق بين مصالح بلاده، ومصالح البلد المعتمد لديها، كما يقول الأستاذ أرنست سانو.
٥. كما أعرب عن عدة تعريفات للدبلوماسية، وبعضها يعرفها بفن التفاوض وإجراءاته التقنية. وهذا ما يشير إليه قاموس أكسفورد في تعريفه للدبلوماسية بأنها "إدارة العلاقات الدولية من قبل السفراء والمبعوثين" (أبو هيف، ١٩٧٥م، ص ٢٧).
٦. وهي علم العلاقات بين مختلف الدول ذات المصاح المشتركة التي تنبع من مبادئ القانون الدولي العام، والمعاهدات والاتفاقيات الدولية، والطريقة التي يختارها أشخاص القانون الدولي لقيام علاقات سلمية بين تلك الدول حتى لا ينشأ بينها تضارب وتنازع في المصالح، والعمل على تبادلها وتكاملها، وهي بجانب ذلك فن إجراء المفاوضات مع الدول الأخرى من أجل ممارسة السياسة الخارجية. وهي كذلك ممارسة فعلية من أجل تعزيز المصالح الوطنية للدولة في الخارج، ودفع ما يمكن أن يلحقها من أضرار.
٧. وأخيراً يعبر لفظ الدبلوماسية عن الوظيفة التي تؤديها والمتمثلة في أربعة وظائف، الإقناع، والتسوية، والاتفاق، والإكراه.

ثانياً: وظائف العمل الدبلوماسي:

يُمكن تحديد وظائف الدبلوماسية في ثلاثة أهداف أساسية هم:

١. وظيفة التمثيل الدبلوماسي: هي وظيفة لتمثيل بلاده في الخارج، ومن ثم يعمل على نقل وجهة نظر بلده إلى الدولة التي يعمل فيها واللباقة بلا شك عامل مهم جداً في وظيفة التمثيل، وتتطلب وظيفة الدبلوماسي درجة من الوضوح ليتمكن من نقل وجهة نظر بلده إلى الدولة المستقبلة ونقل وجهة نظر الدولة المستقبلة إلى دولته؛ حتى يمكن لدولة بلده رسم سياستها الخارجية على الطاولة.

٢. وظيفة إعداد التقارير: فالدبلوماسي لا بد أولاً أن يكون على علم بهدف دولته وسياساتها الخارجية، وعلى خبرة ودراية بكتابة التقارير عن كل نشاط يقوم به ليتمكن من القيام بهذه المهمة التي تنامت في الوقت الراهن مع تنامي أبعاد الأداة الدبلوماسية.

٣. وظيفة التفاوض: وتعد الوظيفة الرئيسية الثانية للعمل الدبلوماسي، وسبب اللجوء إلى التفاوض إذا ما وجدت قضية بين دولة وأخرى تحتاج إلى الحل السلمي لها حيث يلجأ لأسلوب التفاوض، إما بالتباحث أو بإعادة الاتصال بينهما (العكر، ١٩٩١م، ص ٣٢).

ثالثاً: أنواع الدبلوماسية:

على الرغم من الثوابت التاريخية والحضارية والجغرافية في العالم المعاصر فإن المتغيرات العاصفة في الحياة الدولية بفعل الحقائق الجديدة التي حملتها العولمة بتداعياتها العلمية والمعلوماتية والتكنولوجية والاقتصادية والثقافية، خلفت تحديات كبيرة أمام الدبلوماسية وصانعي السياسة الخارجية ومفذيها، الأمر الذي استلزم التعامل بأدوات جديدة ومبتكرة تُعيد للدولة توازنها وتأثيرها في المجتمع الدولي.

ومن هنا كانت للدبلوماسية أنواعها بحسب الحاجة إليها. وهذه الأنواع هي:

١. **الدبلوماسية التقليدية:** وهي ذلك النمط من الممارسات الدبلوماسية التي سيطرت خلال الفترة التاريخية التي كانت فيها القرارات المؤثرة في أوضاع المجتمع الدولي وعلاقاته تتخذ نطاق مجموعة محدودة من القوى الدولية الكبرى (مقلد، ١٩٧٩م، ص ٣١٥).

٢. **دبلوماسية التنمية:** وتعني الجهود الرامية للاستفادة من المساعدات والموارد لرفع مستوى التنمية من خلال القروض والاستثمارات، ونقل التكنولوجيا والنفاز إلى الأسواق وزيادة الاعتماد المتبادل، فضلاً عن تشجيع التعاون الاقتصادي الإقليمي والدولي.

٣. **دبلوماسية المؤتمرات:** وتعني عقد المؤتمرات الخاصة بشأن التسويات الإقليمية على كافة الأصعدة السياسية والعسكرية والاقتصادية. ومن ثم أصبح تنظيم المؤتمرات الدولية علماً وفناً يحتاج إلى استعداد وتدريب خاص للفائمين بالتفاوض؛ مما يلزم الدولة المضيفة للمؤتمر بتشكيل جهاز متكامل للإشراف على عقد المؤتمر.

٤. **الدبلوماسية الشعبية:** ويقصد بها الدبلوماسية التي تنشأ خارج نطاق المنظمات الدولية وتقوم بها التجمعات الشعبية مثل: الاتحادات المهنية والمجلس (مجلس الصداقة الشعبية العالمية). وبدأ هذا النوع في الظهور مع زيادة الوعي السياسي بعد التقدم التقني في الاتصال وتزايد دور الرأي العام في التأثير على السياسات الخارجية.

٥. **دبلوماسية رجال الأعمال:** وقد ازدهر هذا النمط في السنوات الأخيرة بفضل التحوّل العالمي نحو اقتصاديات السوق وتحرير التجارة، وحرص كافة الدّول على جذب الاستثمارات والتكنولوجيا والسياحة والخبرات العالمية وفتح الأسواق (العكر، ١٩٩١م، ص ٣٣).

٦. **دبلوماسية القمة:** ويُطلق عليها أيضًا الدبلوماسية الشخصية، ويُقصد بها المؤتمرات الدبلوماسية التي يعقدها رؤساء الدّول والحكومات، فيما بينهم، والتي يتوصلون فيها إلى بعض القرارات السياسية المهمة، أو عقد بعض الاتفاقيات التي تهم مصالحهم الوطنية، وقد شهدت الفترة الأخيرة ازدياد هذا النوع من الدبلوماسية للعديد من الأسباب أهمها: (بركات، ١٩٩٥م، ص ٦١-٦٤)

أ. التقدم التقني في وسائل المواصلات والاتصالات بحيث أصبح بإمكان الرؤساء الاتصال مع نظرائهم أو الانتقال السريع وقضاء يوم أو بضعة أيام في محاولة للتوصل إلى حل لمشكلة ما أو للتشاور وتنسيق المواقف أو لاستعراض الوضع السياسي الدولي أو العلاقات الثنائية أو غير ذلك.

ب. ازدياد وعي الشعوب واتساع آفاقها وارتفاع مستوياتها؛ مما أدى إلى تشابك مصالحها وتعقدها، حيث نجم عن ذلك من مشكلات خطيرة فرضت على الدّول عقد مؤتمرات دولية يحضرها من هم في قمة المسؤولية، وذلك بهدف تقادي تفاقم المخاطر والتوصل إلى حلول مقبولة.

ج. قيام المنظمات الدولية كمنظمة الأمم المتحدة أو الإقليمية كمنظمة الاتحاد الإفريقي التي تتيح في اجتماعاتها الدورية فرصًا لحضور رؤساء الدّول في لقاءات دورية أيضًا.

٧. **الدبلوماسية الوقائية:** ويُقصد بها تعزيز قدرة الأمم المتحدة من خلال مجلس الأمن على معالجة قضايا السلم والأمن الدوليين، وذلك بتحديث وسائل المجلس وتفسير اختصاصاته وتحسين آلياته، بحيث يُصبح قادرًا على الاضطلاع بمهامه على نحو أفضل.

رابعاً: دور العلاقات العامة في العمل الدبلوماسي:

ثمة مهام عديدة للعلاقات العامة في المؤسسات الحكومية للجمهور الداخلي والخارجي، ويتشابه عملها في بعض المؤسسات الحكومية الربحية، وقد أشارت إليها العديد من الدراسات والمراجع، ومن أهمها:

١- **التوعية والتوجيه:** هناك العديد من مجالات التوعية والتوجيه لأعضاء الجمهور الخارجي في الدوائر والمؤسسات الحكومية، كل حسب تخصصه. وتهتم إدارات المرور بتوعية حركة المرور وتوجيهها. وتهتم الإدارات الصحية بالتوعية الصحية والبيئية، وتهتم الإدارات الأخرى بالتوعية التربوية والتعليمية (درة ومجالي،

- ٢٠١٠م، ص ٥٨). كذلك ما تقوم به وزارة الخارجية من خلال سفاراتها بتوعية وتوجيه المواطنين السعوديين المقيمين في الدول الأجنبية.
- ومن هذه الوظائف الوعي السياسي، وذلك بشرح وتفسير القوانين والأنظمة الجديدة للجمهور الخارجي؛ وهو ما يحقق الفوائد الحمة التي يجب أن يدركها المواطنون بفهمها وتنفيذها، والتحذير من انتهاكها ومخالفتها، أو الجهل بها.
- ٢- **معرفة رأي الجمهور في مستوى الخدمة المقدمة:** ويمكن أن يتحقق ذلك من خلال وسائل عديدة مثل: استطلاعات الرأى، والمقابلات، والملاحظة. وقد أصبح هذا الأمر اليوم أكثر سهولة بسبب زيادة وعي الناس بأهمية الاستطلاعات والمعلومات الصحيحة، وبسبب التقدم التكنولوجي في وسائل الاتصالات التي باتت يتقنها أغلب الناس، بات بالإمكان تعبئة الاستبيانات التي توضع في المؤسسة ليقوم أفراد الجمهور بتعبئتها، أو من خلال استطلاعات إلكترونية، وغير ذلك من الأساليب.
- ٣- **الحصول على الدعم العام والرأي العام حول اللوائح والقوانين الجديدة:** ومهمة العلاقات العامة هي شرح وتوضيح القوانين الجديدة، وأي تعديلات تلحقها، وشرح مبررات اعتماد هذه القوانين وتعديلاتها (فراحت، ٢٠٠٧م، ص ١١٠).
- كذلك من خلال ما تقوم به السفارات التابعة لوزارة الخارجية من استطلاع الآراء للمواطنين المقيمين خارج الدول الأجنبية حول اللوائح والقوانين الجديدة.
- ٤- **الاهتمام بالشكاوى والاقتراحات العامة:** تُعد معرفة إعلام المؤسسات العامة بآراء الجمهور، وانتقاداتهم خطوة هامة، تحد من الفساد والانحراف فيها، حيث يجب عليها تشجيع كافة أنواع النقد البناء، والنظر في كافة الانتقادات الموجهة لسياسية المؤسسة وخططها، وهو ما يلاحظ من وضع هذه المؤسسات صناديق خاصة بالشكاوى والاقتراحات، تحت الأفراد على التعبير عن شكاوهم أو ملاحظاتهم وهذا متاح بسهولة من خلال المواقع الإلكترونية والبريد الإلكتروني لهذه المؤسسات (درة والمجالي، ٢٠١٠م، ص ٤٥).
- ٥- **كتابة الخطب الرسمية لرؤساء المنظمات في المناسبات العامة والخاصة:** وإعداد المواد الإعلامية على اختلاف أشكالها (نصية وسمعية ومرئية) (مشاركة، ٢٠١٣م، ص ٩٧).
- ٦- **على مستوى الجمهور الداخلي (العاملين):** يمكن أن تسهم العلاقات العامة في رفع "الروح المعنوية" للعاملين من خلال تنمية روح الولاء والانتماء للمنظمة، والعمل على تدفق المعلومات إلى جميع العاملين، التي توضح وتشرح كافة سياسات وخطط وقرارات الإدارة العليا بالمنظمة وتحديد دور العاملين في إنجازها، ونشر الوعي بين العاملين وتعريفهم بدورهم وأهميته في كسب ثقة الجمهور الخارجي (شعبان، ٢٠٠٨م، ص ٣٢).

- ٧- تتولى العلاقات العامة تنظيم برامج زيارات الهيئات أو الأفراد: وتشرف على تنفيذها، وذلك بعد الحصول على موافقة الإدارة. وينطبق ذلك أيضاً على الهيئات الصحفية المهمة بتغطية بعض أنشطة المؤسسة (الزهري، ٢٠٠٤م، ص٤٩).
- ٨- تعمل العلاقات العامة على حماية المؤسسة والدولة: من أي هجوم تتعرض له بسبب نشر أخبار غير صحيحة عنها أو ترويج شائعات تؤثر في سمعتها (عبد الفتاح، ٢٠٠٧م، ص٥٩). وذلك من خلال قيام السفارات في مختلف الدول بإيضاح المواقف والقرارات للجهات الخارجية، وأيضاً للتصدي لأي هجوم أو تشويه يطل سعة الوطن.

خامساً: العمل الدبلوماسي والعلاقات العامة الدولية:

ويمكن أن تستخدم الدبلوماسية كإحدى الأدوات والأساليب الأساسية لتنفيذ أهداف وسياسات المنظمات والهيئات الإسلامية في تعزيز الصورة الإيجابية، وفي تغيير الصورة الذهنية السلبية إن وجدت. وتمثل الدبلوماسية إحدى الأدوات الأساسية لتوجيه العلاقات الدولية وإدراكها، ولاسيما في وقت السلم، والدبلوماسية على صلة وثيقة بالإعلام والعلاقات العامة والرأي العام، بل أصبحت هذه الصلة أهم أسلحة الدبلوماسية التي ينمو ويتعاظم تأثيرها ويزداد خطرها على مر الزمان (سليمان، ١٩٩٧م، ص٦٧).

إن وظيفة العلاقات العامة في إطار العلاقات الخارجية تتجسد في تطوير المهمة الاتصالية وتحويلها إلى أداة دبلوماسية بحيث تبدو وكأنها المهمة الدبلوماسية نفسها، وأن وظيفة العلاقات العامة - التي أهدتها للتكامل مع وظيفة الدبلوماسية والاندماج معها - جاءت من دورها الرئيس المطلوب في توفير الانسجام والتناغم بين المصالح التي تهدف المؤسسات والمنظمات الإسلامية إلى تحقيقها وبين متطلبات السياسة الدولية للدول التي تتعامل معها هذه المنظمات (شبيهه، ٢٠٠٨م، ص١٢٦).

ولكي يتهيأ للعلاقات العامة إيجاد الانسجام والتناغم بين الشعوب فعليها أن تشارك جدياً في تحديد مسارات إرساء أسس التفاهم وخلق أجواء الاحترام المتبادل بين شعوب الدولة التي تعمل بها المنظمة أو الهيئة، وذلك بوسائلها وأساليبها وخطتها. وقد تساعد مستوى كفاءة أداء العلاقات العامة في شد أو اصر العلاقة مع المجتمع الذي توجد فيه المنظمة والتأثير في سياساتها ومواقفها، بما تمتلكه من وسائل الإعلام والاستفادة من توافر المعلومات وانسيابها واستثمارها من إعلامها في السياقات المناسبة وبالصيغ الفعالة.

الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية:

منهج الدراسة:

تم اعتماد المنهج الوصفي لهذه الدراسة.

مجتمع الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة الحالية من منسوبي وزارة الخارجية السعودية بالرياض البالغ عددهم حوالي (١٠٠٠) موظف حسب إفادة منسوبي قسم الموارد البشرية بالوزارة أثناء فترة الدراسة خلال عام ١٤٣٩هـ - ٢٠١٨م (وزارة الخارجية السعودية، ٢٠١٨م). عينة الدراسة:

تم تحديد عينة الدراسة بأسلوب العينة العشوائية في ضوء المعادلات الإحصائية المحددة للحد الأدنى المناسب لحجم العينة التي تمثل مجتمع الدراسة. وقام الباحث بتوزيع عدد (٤٠٠) استبانة على منسوبي وزارة الخارجية السعودية بالرياض، وبلغ عدد المسترد منها (٣١١) وقد تم استبعاد عدد (٣٣) استبانة لأسباب تتعلق بأخطاء في الإجابة أو لعدم الإجابة على جميع الأسئلة وقد بلغ عدد الاستبانات الصالحة للتحليل (٢٧٨) استبانة بدرجة ثقة ٩٥% وخطأ في تقدير النسبة يساوي (٠,٠٥).

أداة الدراسة:

الاستبانة:

انطلاقاً من موضوع الدراسة، وأهدافها، وتساؤلاتها؛ قام الباحث بصياغة أولية لعبارات الاستبانة؛ بعد قراءة عميقة على الدراسات السابقة التي تتعلق بمشكلة الدراسة، والخبرة العلمية للباحث، ومن ثم قام بعرضها على المشرف العلمي لأخذ مشورته ورأيه في عبارات الاستبانة، وقام الباحث بإجراء ما يلزم من تعديلات بناءً على توصيات آراء المشرف العلمي، وبذا تكون الاستبانة مكونة من جزئين:

الجزء الأول: البيانات الأولية، وتكون الجزء الثاني من أربعة محاور هي:
المحور الأول: مهام العلاقات العامة في تعزيز فاعلية العمل الدبلوماسي. ويشتمل على (١١) فقرة.

المحور الثاني: الأساليب التي يمكن أن تستخدمها العلاقات العامة لتعزيز فاعلية العمل الدبلوماسي ويشتمل على (١٠) فقرات.

المحور الثالث: المعوقات التي تحد من فاعلية العلاقات العامة بدورها في تعزيز العمل الدبلوماسي ويشتمل على (١٠) فقرات.

المحور الرابع: وسائل التغلب على المعوقات التي تحد من فاعلية العلاقات العامة للعمل الدبلوماسي ويشتمل على (١١) فقرة.

ويقابل كل فقرة من فقرات المحاور من الأول إلى الرابع العبارات التالية:

(موافق بشدة - موافق - محايد - غير موافق - غير موافق بشدة).

ويعود اعتماد الباحث على هذه العبارات؛ لسهولة إعدادها وتطبيقها، بجانب أن تمنح المبحوث حرية في تحديد موقفه، ودرجة إيجابية أو سلبية هذا الموقف في كل عبارة، وبحسب مقياس ليكرت الخماسي؛ فقد تم إعطاء كل عبارة من العبارات درجات محددة كما يلي:

العبرة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
الدرجة	من ١ إلى ١,٨٠	من ١,٨١ إلى ٢,٦٠	من ٢,٦١ إلى ٣,٤٠	من ٣,٤١ إلى ٤,٢٠	من ٤,٢١ إلى ٥,٠٠

وقد تبني الباحث في إعداد المحاور الشكل المغلق، الذي يحدد الإجابات المحتملة لكل سؤال.

صدق أداة الدراسة وثباتها:

يعتمد صدق الاستبانة كقياس، بقدرتها على قياس ما أعدت لقياسه (العساف، ١٩٩٨م، ص٤٢٩) وكذلك "شمول الاستبانة لكل العناصر التي يجب أن تدخل في التحليل من ناحية، ووضوح فقراتها ومفرداتها من ناحية ثانية، بحيث تكون مفهومة لكل من يستخدمها".

أ- الصدق الظاهري (الخارجي) لأداة الدراسة (Face Validity):

قام الباحث بعرض الاستبانة على (١٤) من المحكمين من جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، وجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، وجامعة الملك سعود، وذلك لإبداء رأيهم في مدى وضوح عبارات الاستبانة ومدى مناسبتها، بالإضافة إلى بعض الملاحظات العامة حول الاستبانة، وقد تم اعتماد المحاور والفقرات والعبارات التي أجمع عليها غالبية المحكمين .

ب- صدق البناء الداخلي:

قام الباحث بإجراء دراسة أولوية استطلاعية من أفراد مجتمع الدراسة، وقدرها (٥٠) مفردة، وذلك بعد التحقق من الصدق الظاهري للأداة، وتم التأكد من الصدق البنائي للاستبانة عن طريق حساب معامل الارتباط لبيرسون؛ لمعرفة الصدق البنائي للاستبانة، تطبيقها، وقياس ثبات أداة الدراسة؛ استخدم الباحث معامل ألفا كرونباخ (Cronbach'aAlpha)، حيث تم التعرف على ثبات المتغيرات بشكل منفرد، ثم ثبات المحاور الرئيسية للاستبانة، وتم حساب معامل الارتباط المصحح، وتم حساب ذلك لكل محور من محاور أداة الدراسة (الاستبانة).

محور مهام العلاقات العامة في تعزيز فاعلية العمل الدبلوماسي:

وللتحقق من الاتساق الداخلي والثبات لمفردات المحور؛ استخدم الباحث معامل ألفا كرونباخ للتأكد من ثبات أداة الدراسة كما يلي:

جدول رقم (١) معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات أداة الدراسة لمحور مهام

العلاقات العامة في تعزيز فاعلية العمل الدبلوماسي

المحور	عدد العبارات	قيمة معامل ألفا كرونباخ
مهام العلاقات العامة في تعزيز فاعلية العمل الدبلوماسي	١١	٠,٧٩٢

من خلال النتائج الموضحة أعلاه يتضح أن ثبات محور مهام العلاقات العامة في تعزيز فاعلية العمل الدبلوماسي مرتفع، حيث بلغ (٠,٧٩٢)؛ مما يدل على ثبات المحور وصلاحيته للتطبيق الميداني.

التحليل السيكميومي للخصائر المكونة لمحور مهام العلاقات العامة في تعزيز فاعلية العمل الدبلوماسي:

تم استخدام معامل ألفا كرونباخ إذا حذف العنصر؛ للتعرف على مدى مهام العلاقات العامة في تعزيز فاعلية العمل الدبلوماسي في معامل ثبات المحور، ومدى ارتباط العنصر بالمجموع الكلي للمحور، وكذلك معامل الارتباط بين درجة العنصر والمجموع الكلي للمحور.

محور الأساليب التي يمكن أن تستخدمها العلاقات العامة لتعزيز فاعلية العمل الدبلوماسي:

استخدم الباحث معامل ألفا كرونباخ؛ وللتحقق من الاتساق الداخلي والثبات لمفردات المحور، وللتأكد من ثبات أداة الدراسة كما يلي:

جدول رقم (٢) معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات أداة الدراسة لمحور الأساليب التي يمكن أن تستخدمها العلاقات العامة لتعزيز فاعلية العمل الدبلوماسي

المحور	عدد العبارات	قيمة معامل ألفا كرونباخ
الأساليب التي يمكن أن تستخدمها العلاقات العامة لتعزيز فاعلية العمل الدبلوماسي	١٠	٠,٧٩٣

من خلال النتائج الموضحة أعلاه يتضح أن ثبات محور الأساليب التي يمكن أن تستخدمها العلاقات العامة لتعزيز فاعلية العمل الدبلوماسي مرتفع حيث بلغ (٠,٧٩٣) مما يدل على ثبات المحور وصلاحيته للتطبيق الميداني.

التحليل السيكميومي للخصائر المكونة لمحور الأساليب التي يمكن أن تستخدمها العلاقات العامة لتعزيز فاعلية العمل الدبلوماسي:

وتم استخدام معامل ألفا كرونباخ إذا حذف العنصر؛ للتعرف على مدى الأساليب التي يمكن أن تستخدمها العلاقات العامة لتعزيز فاعلية العمل الدبلوماسي في معامل ثبات المحور، ومدى ارتباط العنصر بالمجموع الكلي للمحور، وكذلك معامل الارتباط بين درجة العنصر والمجموع الكلي للمحور.

جدول رقم (٣) التحليل السيكميومي ومعاملات الصدق لفقرات محور (الأساليب التي يمكن أن تستخدمها العلاقات العامة لتعزيز فاعلية العمل الدبلوماسي) ن=٥٠

معامل ألفا	معامل الارتباط	معامل ألفا	رقم الفقرة	معامل الارتباط	معامل الارتباط	معامل ألفا	رقم الفقرة
إذا حذف العنصر	المصحح	إذا حذف العنصر		بالمحور	المصحح	إذا حذف العنصر	
٠,٧٩٦	٠,٢٩٩	٠,٧٦٠	٦	**٠,٤٥٩	٠,٢٩٩	٠,٧٩٦	١
٠,٧٨٤	٠,٣٩٢	٠,٧٧٠	٧	**٠,٥٢٨	٠,٣٩٢	٠,٧٨٤	٢
٠,٧٧٥	٠,٤٧٠	٠,٧٧٩	٨	**٠,٤٥٩	٠,٤٧٠	٠,٧٧٥	٣
٠,٧٥٤	٠,٦٥٨	٠,٧٦٨	٩	**٠,٧٤٢	٠,٦٥٨	٠,٧٥٤	٤
٠,٧٥٩	٠,٥٩٦	٠,٨٠٤	١٠	**٠,٧٠٠	٠,٥٩٦	٠,٧٥٩	٥

** دالة عند مستوى الدلالة ٠,٠١ فأقل.

الجدول رقم (٣) يوضح أن المفردات المكونة للمحور (الأساليب التي يمكن أن تستخدمها العلاقات العامة لتعزيز فاعلية العمل الدبلوماسي) تسهم في زيادة الثبات لهذا المحور، فيما عدا العبارتين رقم (١-١٠) اللتين كان حذفهما سيرفع من درجة الثبات الكلي إلى (٠,٧٩٦، ٠,٨٠٤) على التوالي بدلاً من (٠,٧٩٣)، ولما كانت العبارتين تتمتعان بدرجة صدق عالية من صدق المحتوى من قبل المحكمين، وارتباطهما بدرجة البعد عالية فقد فضل الباحث عدم حذفهما.

كما ويظهر الجدول في محور (الأساليب التي يمكن أن تستخدمها العلاقات العامة لتعزيز فاعلية العمل الدبلوماسي) أن معاملات الارتباط بين المفردات المكونة له، وبين المجموع الكلي، وكذلك المجموع الكلي محذوف منه درجة المفردة؛ دالة ٠,٠٥ فأقل. كما تظهر النتائج أيضاً أن قيم معاملات الارتباط المصححة تتراوح ما بين (٠,٢٢٦، ٠,٥٩٦) وهي قيم متوسطة ومرتفعة تدل على ارتفاع ثبات المحور.

محور المعوقات التي تحد من فاعلية العلاقات العامة في تعزيز العمل الدبلوماسي: استخدم الباحث معامل ألفا كرونباخ كذلك؛ للتحقق من الاتساق الداخلي والثبات لمفردات المحور؛ وللتأكد من ثبات أداة الدراسة كما يلي:

جدول رقم (٤) معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات أداة الدراسة لمحور المعوقات التي تحد من فاعلية العلاقات العامة في تعزيز العمل الدبلوماسي

المحور	عدد العبارات	قيمة معامل ألفا كرونباخ
المعوقات التي تحد من فاعلية العلاقات العامة في تعزيز العمل الدبلوماسي	١٠	٠,٧٤٦

من النتائج الموضحة في الجدول؛ يتضح ارتفاع ثبات محور المعوقات التي تحد من فاعلية العلاقات العامة في تعزيز العمل الدبلوماسي، حيث بلغ (٠,٧٤٦) وهو ما يدل على ثبات المحور وصلاحيته للتطبيق الميداني.

التحليل السيكومتري للعناصر المكونة لمحور المعوقات التي تحد من فاعلية العلاقات العامة في تعزيز العمل الدبلوماسي:

تم استخدام معامل ألفا كرونباخ إذا حذف العنصر؛ للتعرف على مدى المعوقات التي تحد من فاعلية العلاقات العامة في تعزيز العمل الدبلوماسي في معامل ثبات المحور، وكذلك مدى ارتباط العناصر بالمجموع الكلي للمحور، وكذلك معامل الارتباط بين درجة العنصر والمجموع الكلي للمحور.

جدول رقم (٥) التحليل السيكومتري ومعاملات الصدق لفقرات محور (المعوقات التي تحد من فاعلية العلاقات العامة في تعزيز العمل الدبلوماسي) ن=٥٠

رقم الفقرة	معامل ألفا إذا حذف العنصر	معامل الارتباط المصحح	معامل الارتباط بالمحور	رقم الفقرة	معامل ألفا إذا حذف العنصر	معامل الارتباط المصحح	معامل الارتباط بالمحور
١	٠,٧٤٥	٠,٢٥٩	**٠,٤٠٨	٦	٠,٧٠٠	٠,٥٦٣	**٠,٦٩٤
٢	٠,٧٣٥	٠,٣٣٨	**٠,٤٨٥	٧	٠,٦٨٢	٠,٦٧٢	**٠,٧٧٢
٣	٠,٧٤١	٠,٢٩٠	**٠,٤٠٨	٨	٠,٧١٤	٠,٤٨٠	**٠,٦٢٩
٤	٠,٧٥١	٠,١٩٣	*٠,٣٢٧	٩	٠,٧١٧	٠,٤٦٣	**٠,٦٠٤
٥	٠,٧١٢	٠,٥١٨	**٠,٦٢٨	١٠	٠,٧٤٦	٠,٢٩٢	**٠,٤٨٦

** دالة عند مستوى الدلالة ٠,٠١ فأقل.

الجدول رقم (٥) يظهر أن محور (المعوقات التي تحد من فاعلية العلاقات العامة في تعزيز العمل الدبلوماسي) أن عباراته تسهم جميعها في ثباته؛ فيما عدا العبارة رقم (٤) التي كان حذفها سيرفع من درجة الثبات الكلي إلى (٠,٧٥١) بدلاً من (٠,٧٤٦)، ولكن الباحث فضل عدم حذفها، لتمتعها بدرجة عالية من صدق المحتوى من قبل المحكمين، وأن درجة ارتباطها بالبعد عالية، مما يدعم وجودها. كما ويبين الجدول أيضاً أن جميع معاملات الارتباط بين المفردات المكونة لمحور (المعوقات التي تحد من فاعلية العلاقات العامة في تعزيز العمل الدبلوماسي) وبين المجموع الكلي، وكذلك المجموع الكلي محذوفاً منه درجة المفردة دالة عند مستوى ٠,٠٥ فأقل. كما وتبين أيضاً تراوح قيم معاملات الارتباط المصححة ما بين (٠,١٩٣، ٠,٦٧٢) وهي قيم متوسطة ومرتفعة تدل على ارتفاع ثبات المحور.

عرض وتحليل بيانات الدراسة ومناقشة نتائجها :

السؤال الاول: ما مهام العلاقات العامة في تعزيز فاعلية العمل الدبلوماسي؟

يوضح في محور (مهام العلاقات العامة في تعزيز فاعلية العمل الدبلوماسي) أن هناك توافقاً في درجة إجابة أفراد الدراسة على محور مهام العلاقات العامة في تعزيز فاعلية العمل الدبلوماسي، فنجد أن متوسطات إجاباتهم تراوحت ما بين (٤,٠٩ إلى ٤,٢٦) حيث جاءت إجابة أفراد الدراسة على (٥) فقرات من المحور وهي على التوالي

الفقرات رقم (٢-٨-٤-٣-٧) بدرجة "موافق بشدة" بمتوسطات حسابية تراوحت بين (٤,٢١ إلى ٤,٢٦) وهي متوسطات تقع بالفئة الخامسة من فئات المقياس الخماسي، وتشير إلى درجة موافق بشدة، بينما جاءت إجابة أفراد الدراسة على (٦) فقرات من المحور وهي الفقرات رقم (٦-٩-١٠-١-٥-١١) بمتوسطات حسابية تتراوح من (٤,٠٩-٤,١٨) وهي متوسطات تقع في الفئة (الرابعة) من فئات المقياس المتدرج الخماسي التي تشير إلى درجة (موافق) على أداة الدراسة.

ونستخلص من ذلك أن آراء عينة الدراسة حول محور (مهام العلاقات العامة في تعزيز فاعلية العمل الدبلوماسي) جاءت بدرجة (موافق) وبمتوسط (٤,١٩ من ٥) وهذا يعني أن أفراد العينة موافقون على الدور الذي تقوم به العلاقات العامة في تعزيز فاعلية العمل الدبلوماسي. هذا المتوسط يقع في الفئة الرابعة من فئات مقياس ليكرت الخماسي (من ٣,٤١ إلى أقل من ٤,٢٠) وهي الفئة التي تشير إلى خيار موافق على أداة الدراسة، ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى الأهمية البالغة للعلاقات العامة في النظم الإدارية الحديثة، حيث تسند إليها أدوار حيوية تتعلق بإبراز الصورة المشرفة للعمل الدبلوماسي وما يقدمه للمجتمع من خدمات، بالإضافة إلى أنها حلقة اتصال وتواصل وأداة تفاعل نشطة داخل المؤسسات وخارجها، فنجاح أي مؤسسة، سواء أكانت حكومية أو أهلية لا يتوقف على ما تحققه من إنجاز إذا لم تتمكن من إبراز هذا الإنجاز إلى جمهورها والمتعاملين معها من خلال عرض الخدمات المقدمة وبرامج التطوير، وهذه المهمة يتحملها رجال العلاقات العامة بما لديهم من خبرات متميزة وإمكانات. وأهم مهام العلاقات العامة في تعزيز فاعلية العمل الدبلوماسي ما يلي: التعريف بجهود الوزارة عبر وسائل الإعلام الرسمي، والإشراف العام على المراسم واستقبال الضيوف من الدول العربية والأجنبية، والعمل على تكوين رأي إيجابي تجاه الوزارة، والتفاعل الإيجابي مع الأحداث واهتمامات الناس ورغباتهم، بما لا يتعارض مع الأنظمة والقوانين، وتنظيم الفعاليات من المؤتمرات والمعارض والندوات والاحتفالات، وتُعرف بأنشطة الوزارة المقدمة للمواطن وبمدى إسهام وسائل الإعلام في تغطية الأنشطة.

السؤال الثاني: ما الأساليب التي يمكن أن تستخدمها العلاقات العامة لتعزيز فاعلية العمل الدبلوماسي؟

ويظهر من آراء عينة الدراسة من جاء بدرجة (موافق بشدة) للمحور (الأساليب التي يمكن أن تستخدمها العلاقات العامة لتعزيز فاعلية العمل الدبلوماسي) وبمتوسط (٤,٢٠ من ٥). وفنته هي الخامسة من فئات مقياس ليكرت الخماسي (من ٤,٢٠ إلى ٥) وهي الفئة التي تشير إلى خيار موافق بشدة على أداة الدراسة، وبهذه النتيجة يتضح موافقة أفراد عينة الدراسة على الأساليب المستخدمة من قبل العلاقات العامة لتعزيز فاعلية العمل الدبلوماسي، وهذه النتيجة يعزوها الباحث لتطور وزيادة الحاجة إلى العلاقات العامة نتيجة التطور التكنولوجي، والسياسي، والاقتصادي الذي

طراً على العلاقات الدولية، فشهدت زيادة في تطوير وظائفها، وتوظيف عناصر متطور للعمل بها، وهو ما يؤكد فعاليتها في المنظمات، خاصة الدبلوماسية منها، التي تعد من أهم وسائل الاتصال والتفاهم بين المجتمعات البشرية، وتتلخص أهم الطرق والأساليب التي تستخدمها العلاقات العامة لتعزيز فاعلية العمل الدبلوماسي في: استقبال الوفود الرسمية ومرافقتها وتسهيل إجراءات إقامتها في البلد، وتوفير قواعد بيانات متكاملة متطورة لأنشطة الوزارة وقنصلياتها بجميع الدول، وتسهيل مهمات الصحافيين والإعلاميين، وتنظيم المؤتمرات، وتهيئة الأجواء المناسبة لها، واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتوجيه اتجاهات الرأي العام، وحفظ وتصنيف الوثائق الرسمية، والقرارات والتصريحات الرسمية التي تتعلق بمواقف الوزارة، والتفاعل مع القنصليات والسفارات الخارجية لتقريب وجهات النظر.

السؤال الثالث: ما المعوقات التي تحد من فاعلية العلاقات العامة في تعزيز العمل الدبلوماسي؟

يتضح مما سبق أن آراء عينة الدراسة حول محور (المعوقات التي تحد من فاعلية العلاقات العامة بدورها في تعزيز العمل الدبلوماسي) هي بدرجة (موافق) بمتوسط (٤,٠٤ من ٥). وهو متوسط يقع في الفئة الرابعة من فئات مقياس ليكرت الخماسي (من ٣,٤١ إلى ٤,٢٠) وهي الفئة التي تشير إلى خيار موافق على أداة الدراسة، وهذه النتيجة توضح أن أفراد الدراسة موافقون على وجود معوقات تحد من فاعلية عمل العلاقات العامة في العمل الدبلوماسي، ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى أن العولمة والثورة التكنولوجية أدت إلى سرعة التغيير في مختلف مجالات الحياة اليومية والعلاقات الدولية؛ مما حدا بالمجتمعات إلى التوسع وتوفير المعرفة، وسهولة الحصول على المعلومات، وذلك مكن المجتمعات والهيئات من إقامة علاقات طيبة بعضها مع بعض؛ مما أدى إلى بروز أهمية العلاقات العامة في العمل الدبلوماسي المعاصر في المجتمعات المتقاربة، إلا أنه يوجد بعض المعوقات التي تحد من فاعلية العلاقات العامة في تعزيز العمل الدبلوماسي، ومن أبرز تلك المعوقات ندرة التدريب لتطوير كوادرات العلاقات العامة، وضعف مشاركة العاملين في إدارة العلاقات العامة في عملية اتخاذ القرارات، وعدم وضوح اختصاصات العاملين بالعلاقات العامة وتداخل المهام، وعدم الاستخدام الأمثل لوسائل الإعلام في تحقيق أهداف العلاقات العامة، وعدم استخدام الموظفين للتكنولوجيا الحديثة في تسيير مهام وأنشطة العلاقات العامة، وعدم وضع العلاقات العامة في مستوى إداري مناسب لقدراتها وخبراتها.

السؤال الرابع: ما وسائل التغلب على المعوقات التي تحد من فاعلية العلاقات العامة في العمل الدبلوماسي؟

يتضح مما سبق أن آراء عينة الدراسة حول محور (وسائل التغلب على المعوقات التي تحد من فاعلية العلاقات العامة في تعزيز العمل الدبلوماسي) هي بدرجة

(موافق بشدة) وبمتوسط (٤,٢١ من ٥). وهو متوسط يقع في الفئة الخامسة من فئات مقياس ليكرت الخماسي (من ٤,٢١ إلى ٥,٠٠) وهي الفئة التي تشير إلى خيار موافق بشدة على أداة الدراسة، وهذه النتيجة توضح أن أفراد الدراسة موافقون بشدة على وسائل التغلب على معوقات تحد من فاعلية عمل العلاقات العامة في العمل الدبلوماسي ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى أن العلاقات العامة لها دور حيوي في العمل الدبلوماسي؛ لأنها تركز على ركائز اجتماعية، ولذا يجب أن تضع كل مؤسسة وهيئة أهدافها بحيث تتوافق مع ظروف المجتمع وأهدافه العامة واحترام رأي الجماهير، وتقوم العلاقات العامة بتدريب جماهير المؤسسات الداخلية والخارجية على تحمل المسؤولية الاجتماعية حيث إنه عن طريق تبصيرهم بإمكانات المؤسسات ومجهودها تستطيع أن تساعدهم على تحمل مسؤولية السياسة العامة للمؤسسة وتبصير الجمهور المتعامل معها بالخدمات التي تقدمها وتشرح لهم كيفية تنفيذ القوانين، ولذا فمن الضروري أن تحاول المؤسسة الدبلوماسية العمل على تكوين رأي عام، وخاصة في أوقات الأزمات والكوارث لكي ينهض مجموع المواطنين بواجبهم إزاء مجتمعهم. وأفراد الدراسة يوافقون بشدة على أن أهم وسائل التغلب على معوقات تحد من فاعلية عمل العلاقات العامة في العمل الدبلوماسي تتلخص فيما يلي: تدريب موظفي العلاقات العامة على استخدام التكنولوجيا الحديثة في تسيير المهام والأنشطة، وتوسيع قاعدة الاعتماد على أي وسائل في تحقيق أهداف العلاقات العامة، وتوضيح اختصاصات العاملين في العلاقات العامة بدقة منعا لتداخل المهام، وزيادة الاعتماد والموارد المالية اللازمة لأنشطة ومهام العلاقات العامة بكل أنواعها، وتوفير قواعد البيانات المتكاملة والمتطورة لخدمة أهداف العلاقات العامة، ومنح العلاقات العامة مستوى إداريًا متقدمًا يناسب قدرات موظفيها وخبراتهم، وتوفير حقائب تدريبية متطورة لممارسة العمل المهني لخدمة الدبلوماسية الخارجية.

من النتائج في الجدول أعلاه، الخاصة باتجاهات أفراد مجتمع الدراسة حول محاور الدراسة (الأساليب التي يمكن أن تستخدمها العلاقات العامة لتعزيز فاعلية العمل الدبلوماسي، وسائل التغلب على المعوقات التي تحد من فاعلية العلاقات العامة في العمل الدبلوماسي) يتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (٠,٠٥) فأقل في اتجاهات أفراد مجتمع الدراسة حول محاور الدراسة باختلاف تخصص العمل، حيث إن مستويات الدلالة لها هي أكبر من (٠,٠٥)، وبالتالي لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (٠,٠٥) فأقل في اتجاهات أفراد مجتمع الدراسة حول هذه المحاور باختلاف تخصص العمل.

وفي اتجاهات أفراد مجتمع الدراسة حول محور مهام العلاقات العامة في تعزيز فاعلية العمل الدبلوماسي باختلاف تخصص العمل وجدت فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (٠,٠٥) فأقل في اتجاهات أفراد مجتمع الدراسة، حيث بلغت قيم مستوى الدلالة أقل من مستوى الدلالة (٠,٠٥)، وهذا يدل على وجود فروق ذات دلالة

احصائية، ومن خلال متوسط الرتب في الجدول أعلاه يتضح أن الفروق لصالح أفراد مجتمع الدراسة الذين تخصصهم العلاقات العامة، وهذا يدل على أن الذين تخصصهم العلاقات العامة هم أكثر على محور مهام العلاقات العامة في تعزيز فاعلية العمل الدبلوماسي.

وفي اتجاهات أفراد مجتمع الدراسة حول محور المعوقات التي تحد من فاعلية العلاقات العامة في تعزيز العمل الدبلوماسي باختلاف تخصص العمل؛ وجدت فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (٠,٠٥) فأقل؛ حيث بلغت قيم مستوى الدلالة أقل من مستوى الدلالة (٠,٠٥)، مما يدل على وجود فروق ذات دلالة احصائية، ومن خلال متوسط الرتب في الجدول أعلاه يتضح أن الفروق لصالح أفراد مجتمع الدراسة الذين تخصصهم العلاقات العامة، وهذا يدل على أن الذين تخصصهم العلاقات العامة هم أكثر على محور المعوقات التي تحد من فاعلية العلاقات العامة في تعزيز العمل الدبلوماسي. التوصيات:

من خلال عرض نتائج الدراسة والدراسات السابقة يرى الباحث أن هناك العديد من التوصيات التي يجب مراعاتها لضمان فاعلية العلاقات العامة في العمل الدبلوماسي، ومن أهم هذه التوصيات ما يلي:

- ١- تعيين أفراد أكفاء مؤهلين ومتخصصين في العلاقات العامة، يمكنهم الاضطلاع بمهام الربط بين الإعلام المقروء والمسموع والمرئي والإعلام الجديد والعمل الدبلوماسي.
- ٢- توضيح اختصاصات العاملين في العلاقات العامة بدقة منعاً لتداخل المهام.
- ٣- منح العلاقات العامة مستوى إداري متقدم يناسب قدرات موظفيها وخبراتهم.
- ٤- اختيار العاملين بالعلاقات العامة على أسس علمية متطورة مناسبة للعمل الدبلوماسي.
- ٥- إشراك العاملين في إدارة العلاقات العامة في عملية اتخاذ القرارات.
- ٦- استخدام الأسلوب الإعلامي؛ لتوعية المواطنين بالنشاطات والعلاقات الخارجية. قائمة المصادر والمراجع

أولاً: المراجع العربية:

- إبراهيم، محمد سعد، (٢٠٠٠م). الاتجاهات الحديثة في دراسة القائم بالاتصال، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام جامعة القاهرة، ع (٤) أكتوبر - ديسمبر ٢٠٠٠م.
- الأبشيهي، محمد يوسف محمد، (٢٠١٢م). بناء الاتصال الشخصي والجماهيري في الإعلام الأمني، القاهرة: مطابع الشرطة.

- أبو أصبع، صالح خليل، (٢٠٠٩م). العلاقات العامة والاتصال الإنساني، (طبعة مزيدة ومنقحة)، عمان، دار الشروق.
- آدم، فاطمة، (٢٠١٣م). العلاقات العامة وأثرها على الدبلوماسية، دراسة تطبيقية على السفارة المصرية بالخرطوم، رسالة ماجستير، جامعة أم درمان، السودان.
- الأصم، الدسوقي الشيخ حسن، (٢٠١٥م). دور العلاقات العامة في السفارات السودانية في تطوير الأداء الدبلوماسي (دراسة وصفية على عينة من السفارات السودانية)، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القرآن الكريم والعلوم الإسلامية، السودان.
- أغا، ألفت حسين، (١٩٩٥م). قراءة في دراسات القائم بالاتصال وقضايا التنمية: دراسة ميدانية لعينة من القائمين بالاتصال في المجتمع المصري، رسالة دكتوراه، كلية الآداب، جامعة القاهرة، القاهرة.
- البخيت، سالم، (٢٠١٥م). دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للدول: دراسة تطبيقية على سفارة المملكة العربية السعودية بالقاهرة، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة أم درمان الإسلامية، السودان.
- بركات، جمال، (١٩٩٥م). الدبلوماسية ماضيها وحاضرها ومستقبلها الرياض.
- البكري، فؤادة عبد المنعم، (٢٠٠٧م). التسويق السياحي والتخطيط للحملات الترويجية في عصر التكنولوجيا الاتصالات، الطبعة الأولى، عالم الكتب، القاهرة.
- توفيق، زهير، (١٩٩٥م). محاضرات منشورة، جامعة بغداد، قسم الإعلام.
- ثالث، معظم إبراهيم، (٢٠١٢م). وظيفة العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية، دراسة تطبيقية على وزارة الاتصال والإعلام بجمهورية نيجيريا الفيدرالية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أم درمان الإسلامية، الخرطوم.
- جرادات، ناصر، (٢٠١٤م). المسؤولية الأخلاقية والاجتماعية للمنظمات، عمان، دار إثراء للنشر والتوزيع (الشارقة، مكتبة الجامعة).
- جمال، راسم مُحَمَّد؛ وعياد، خيرت معوض، (٢٠٠٥م). إدارة العلاقات العامة: المدخل الاستراتيجي، الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الأولى، القاهرة.
- جودة، محفوظ أحمد، (٢٠٠٨م). العلاقات العامة، ط١، عمان: دار زهران للنشر والتوزيع.
- الجوهري، محمود مُحَمَّد، (١٩٩٥م). العلاقات العامة في المؤتمرات الدولية، القاهرة، دار المعارف.
- حسين، سمير مُحَمَّد، (٢٠٠٥م). العلاقات العامة، ط٤، القاهرة، دار وائل للنشر والتوزيع.

- خلف الله، وليد، (٢٠١٣م). دور العلاقات العامة في القطاع الدبلوماسي، دراسة تطبيقية على مكاتب السفارات العربية والأجنبية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، القاهرة.
- الداقوقي، مختار النهامي، (١٩٩٨م). مبادئ العلاقات العامة في البلدان النامية، بغداد، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي.
- درة، عبد الباري والمجالي، نبيل خليف، (٢٠١٠م). العلاقات العامة في القرن الحادي والعشرين: النظرية والممارسة التطبيقية، منحى نظامي وإستراتيجي، عمان، دار وائل للنشر والتوزيع.
- الدليمي، عبد الرزاق مَحْمَد، (٢٠٠٥م). العلاقات العامة والعولمة، دار جرير للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى.
- الرازي، محمد بن أبي بكر بن عبدالقادر (٢٠٠٤م). مختار الصحاح (تحقيق أحمد إبراهيم زهوة)، بيروت: دار الكتاب العربي.
- رشوان، حسين، (٢٠٠٤م). العلاقات العامة والإعلام من منظور علم الاجتماع، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث.
- رضا، هاشم حمدي، (٢٠٠١م). إدارة العلاقات العامة والبروتوكولات، دار الزايرة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، الطبعة الأولى.
- الرفاعي، عبد الله بن محمد حسن. (١٤٢٩هـ). اعتماد الشباب السعودي على وسائل الإعلام التقليدية والوطنية والمستحدثات الاتصالية (دراسة مقارنة على عينة من الشباب في مدينة الرياض)، مجلة جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية- العلوم الإنسانية والاجتماعية، ص ص (٢٧٤-٣٥٧).
- الزهري، مَحْمَد محفوظ، (٢٠٠٤م). العلاقات العامة، المشكلات والحلول، القاهرة، دار نهضة الشرق.
- زويلف، مهدي حسن، (٢٠٠٩م). العلاقات العامة: نظريات وأساليب، عمان، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع.
- زين، منصور عثمان مَحْمَد، (٢٠٠٨م). الإعلام الخارجي ودوره في دعم العمل الدبلوماسي في السودان، الطبعة الأولى، الخرطوم: شركة مطابع السودان للعملة المحدودة.
- سعدان، فؤاد على حسين سعدان، (٢٠٠٤م). دور العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية في الجمهورية اليمنية. رسالة ماجستير غير منشورة، قسم العلاقات العامة والإعلان كلية الإعلام جامعة القاهرة، القاهرة.
- سليم، فرحات مَحْمَد، (٢٠٠٧م). العلاقات العامة في الغرب والشرق، عمان.
- سليمان، ميخائيل، (١٩٩٧م). صور العرب في عقول الأمريكيين، ترجمة عطا عبد الوهاب، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية.

- السماري، إبراهيم بن عبد الله، (١٤٢١هـ). "القيادة العليا والعلاقات العامة"، صحيفة الجزيرة على الإنترنت، الأحد ٣ ذو القعدة ١٤٢١هـ. العدد ١٠٣٤٩، ص ٨٥.
- الصبيحي، محمد بن سليمان، (٢٠٠٨م). العلاقة الوظيفية بين القائم بالاتصال والجمهور: دراسة وصفية في ضوء متغيرات البيئة الاتصالية الحديثة في المملكة العربية السعودية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض.
- الصبيحي، محمد بن سليمان، (د.ت). المداخل النظرية في الدراسات الإعلامية، كلية الإعلام والاتصال، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض.
- شعبان، حمدي، (٢٠٠٨م). وظيفة العلاقات العامة (الأسس والمهارات)، القاهرة، الناشر الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات.
- شبية، شذوان علي، (٢٠٠٨م). العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، القاهرة، دار المعرفة الجامعية.
- الصحن، مُحَمَّد فريد، (٢٠٠٩م). العلاقات العامة المبادئ والتطبيق، الإسكندرية: الدار الجامعية.
- الصوفي، خالد، (٢٠٠٤م). العلاقات العامة أساليب وممارسة، الطبعة الأولى، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع.
- الصيفي، حسن نيازي، (٢٠١٦م). تبني ممارسي العلاقات العامة للإعلام الاجتماعي في المنظمات الحكومية السعودية: دراسة مسحية في إطار النظرية الموحدة لقبول التقنية واستخدامها، المجلة العربية للإعلام والاتصال، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، السعودية، ١٥٤.
- عطية، طاهر مرسى، (١٩٩٤م). فن وعلم العلاقات العامة، القاهرة، دار النهضة العربية.
- عابدين، تيسير، (٢٠١٢م). دور العلاقات العامة في تعزيز العمل الدبلوماسي في السودان بالتطبيق على وزارة الخارجية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، كلية علوم الاتصال.
- أبو عباة، سعيد مُحَمَّد، (٢٠٠٩م). الدبلوماسية تاريخها مؤسساتها أنواعها قوانينها، الطبعة الأولى، دار الشيماء للنشر والتوزيع، الأردن.
- عبد الحميد، محمد، (٢٠٠٤م). البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط ٢، القاهرة: عالم الكتب للنشر والتوزيع.
- عبد الحميد، محمد، (٢٠١٠م). نظريات الإعلام والاتصال واتجاهات التأثير، ط ٣، القاهرة: عالم الكتب.
- عبد الفتاح، حمد، (٢٠٠٧م). العلاقات العامة بمنظمات الأعمال، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث.

- عجوة، علي، (٢٠٠٨م)، الأسس العلمية للعلاقات العامة، القاهرة، مكتبة عالم الكتب.
- عطية، طاهر مرسى، (١٩٩٤م). فن وعلم العلاقات العامة، دار النهضة العربية، القاهرة.
- العكر، أودنيس، (١٩٩١م). من الدبلوماسية إلى الإستراتيجية، (بيروت: دار الطليعة).
- العنزي، عويد بن الصّخني، (٢٠١٣م). فاعلية البرامج التدريبية لمشروع أمن الحدود في منطقة الحدود الشمالية من وجهة نظر المتدربين. رسالة ماجستير (غير منشورة). جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية. الرياض.
- غريب، عبد السميع، (٢٠٠٤م). الاتصال والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر، القاهرة، مؤسسة شباب الجامعة.
- فرحات، مُحَمَّد سليم، (٢٠٠٧م). العلاقات العامة في الغرب والشرق، عمان.
- القحطاني، شايع بن علي حسين، (٢٠١٢م). مدى فاعلية التدريب الإداري والأمني في حرس الحدود من وجهة نظر الضباط العاملين بالمديرية العامة لحرس الحدود بمدينة الرياض. رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية. الرياض.
- مراد، منال مُحَمَّد، (٢٠١٠م). القائم بالاتصال في العلاقات العامة، الخرطوم: مطبعة أرو.
- مشاركة، تيسير، (٢٠١٣م). مبادئ في الاتصال، عمان، دار أسامة للنشر.
- المصري، أَحْمَد مُحَمَّد، (٢٠٠٨م). الإدارة الحديثة، معلومات، اتصالات، اتخاذ القرارات، القاهرة، مؤسسة شباب الجامعة.
- المعجم الوسيط، (٢٠٠٤م). الطبعة الأولى، مصر: مكتبة الشروق الدولية.
- مقلد، إسماعيل صبري، (١٩٧٩م). الإستراتيجية والسياسة الدولية، بيروت: مؤسسة الأبحاث العربية.
- هاشم، كي محمود، (٢٠٠٨م). العلاقات العامة: المفاهيم والأسس العلمية، الكويت، شركة ذات السلاسل للنشر والتوزيع.
- أبو هيف، علي صادق، (١٩٧٥م). القانون الدبلوماسي، الطبعة الأولى مصر، مكتبة الإسكندرية.
- ثانياً: المراجع الأجنبية:

Anouska, E, G, (2003). Public Relations Strategies in d, Changing Word, Ibid, p 33.

Damasio, Manule Jose and Dias, Patricia and Andrade, Gabriele.(2012).The Pr Pyramid: Social Media and The New Role of Public Relations In Organization, Revisit

- International De Relations Publicans**, No4,vol. 11, P P11-30.
- Hopkins, Alexander E. (2015). Government Public Relations: Public Diplomacy or Propaganda?, *Inquiries Journal/Student Pulse LLC*. (7). (3). 1-3.
- Jackson Gillbert,(2009). “Contemporary challenges impacting practitioners of public relations in Ontario – Canada”, **'Public Relations Quarterly**. Vol.27.No.3.
- Jae Hwa Shin a, Jongmin Park b, Glen T.,(2006). Cameronc Contingent factors: Modeling generic public relations practice in South Korea. **Public Relations Review** 32 , 184–185.
- Mary, Valencia "Interactivity Communication through Public relationship and the Job Satisfaction in Governmental Organizations ", **Management Decision** , 2001, Vol. 45, No. 3. 63-71.

