

مقدمة :-

تعتبر العلاقات العامة في العصر الحديث ذات أهمية في تعزيز علاقات الشعوب والدول ، كما أنها أحد مجالات الإدارة التي ظهرت وحقت قبولاً متزايداً خلال الأربعين عاماً الأخيرة من القرن العشرين ، ويرجع ذلك إلى تعاظم الرأي العام وكسب ثقة وتأيد الجماهير .

كما ارتبطت أهمية العلاقات العامة في المجتمعات الحديثة بالمتغيرات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية على هذه المجتمعات ، لذا نجد أن دور العلاقات العامة يستهدف التفاهم والثقة المتبادلة وخدمة المصلحة العامة ، وفي إطار السياسة الخارجية للدول تلعب وسائل الاتصال الجماهيري دوراً بارزاً عبر ما يعرف بالدبلوماسية الإعلامية مساهمة بذلك وسائل الإتصال الأخرى غير الجماهيرية والتي تقع في دائرة المستويات غير الجماهيرية كالاتصال الشخصي أو الجمعي في تحسين ودعم العلاقات الخارجية .

مما تقدم يتضح لنا أهمية الجانب الإعلامي في خدمة الوظيفة الدبلوماسية الممثلة في العمل السياسي الخارجي لأي دولة من الدول ، وأن تطور الوظيفة الدبلوماسية قد إرتبط بالمهام الإعلامية الدبلوماسية وهكذا نجد ان العمل الدبلوماسي مرتبط بالعمل الاعلامي .

وتعتبر وزارة الخارجية السودانية كجهة سيادية مسئولة عن التواصل والتفاعل الإنساني بين السودان ودول وشعوب العالم من حوله ، نظراً لما حظي به من إهتمام من قبل الدولة والمجتمع ولما يتوفر لها من إمكانيات مادية وبشرية ولما تحظى به من تمثيل خارجي المتمثل في السفارات والقنصليات .

أهمية الدراسة :-

تعتبر هذه الدراسة محاولة لتفعيل دور إدارات العلاقات العامة بالمؤسسات السيادية الدبلوماسية عبر رصد إيجابيات وسلبيات ممارستها وتقويمها بناء على أسس علمية . وتكمن أهمية الدراسة في إضافة معلومات وأفكار جديدة للبحوث والدراسات السابقة خاصة فيما يتعلق بالجانب التأصيلي ومواكبة التطورات الحديثة في أنشطة العلاقات العامة.

كما تبرز أهمية البحث في أنه يتناول وظيفة العلاقات العامة في دعم العمل الدبلوماسي في وزارة سيادية تتولى الشأن الخارجي للسودان .

واضافة الى معالجة كافة المعوقات والمشاكل إلى تواجه العلاقات العامة في وزارة الخارجية وتقديم بعض التوصيات و المقترحات والحلول اللازمة التي تساعد في تطوير وترقية أنشطة العلاقات العامة في وزارة الخارجية السودانية مما يفتح لها آفاقا جديدة .

مشكلة البحث :-

بدأت العلاقات العامة تأخذ دورها بالمؤسسات وذلك لأهميتها في إدارة وتنظيم الاتصال بمختلف فئات الجماهير ونسبة لأن تخصيص إدارة مستقلة للعلاقات العامة لا يكفي وحده للتعبير عن أهمية دورها، وإلا أصبح هذا الاهتمام اهتماماً ظاهرياً فقط ، لذا أصبح من الضروري أن يكون هناك اهتمام بتفعيل دور هذه الإدارة في مختلف المؤسسات مع العمل على تطويرها وتحسين أوضاعها ورفع مستوى العاملين فيها بهدف الاستفادة من ممارستها الاتصالية.

إن العلاقات العامة في البلدان العربية ومعظم الدول النامية كعلم لم تلق الإهتمام الكافي من البحث والدراسة، وذلك لفترة طويلة على الرغم من أهميتها الكبيرة بالنسبة للدول والمؤسسات ومن بين أسباب عديدة لذلك عدم أقتناع الكثيرين بالدور الذي تقدمه العلاقات العامة بالنسبة للدول أو هامشية الدور الذي تقدمه إدارات العلاقات العامة في المنظمات العربية بصفة خاصة،

وقد ازدادت مشكلة الممارسة في ظل غياب المعايير الواضحة لإختيار ممارسي العلاقات العامة مما أدى إلي انتشار الممارسين من غير المؤهلين للعمل بهذا المجال وظهور اتجاه يدعو إلي أن العلاقات العامة وظيفة من لا وظيفة له، وأنه يمكن أن يعمل بها أي شخص(حسين ، 1995 ، ص 34) .

ومن المشاكل تداخل الاختصاصات بين إدارة العلاقات العامة وإختصاصات جهات أخرى في المؤسسة مما نتج عنه قيام إدارة العلاقات العامة بأعمال ليست من إختصاصتها الأمر الذي أدى الي أن ممارسة العلاقات العامة تتم من خلال أفراد غير مختصين ينتمون إلي إدارات غير مسؤولة عن أعمال التخطيط في ممارسة أنشطة العلاقات العامة، ويضاف لسلبيات الممارسة غياب البحوث والتقويم في التعرف علي إحتياجات الجماهير

وأرائهم، وبالنظر الى المراسم كأحد أنشطة العلاقات العامة لاحظ الدارس أنها تمثل الدعامة الأساسية لنشاط العلاقات العامة لا سيما في بعدها الدولي وهي تعد من أكثر أنشطة العلاقات العامة فاعلية ومقدرة على تحقيق الوظائف العليا للعلاقات العامة .ومع ذلك فان الناظر الى واقع نشاط المراسم من خلال ادارة العلاقات العامة في وزارة الخارجية السودانية لا يكاد يلمس هذا الدور مما يعني ان هناك معوقات ومشاكل تواجههم .فما هي العوامل والاسباب الكامنة وراء عدم قيام ادارة العلاقات العامة بالمراسم وفق معاييرها العلمية ؟

أهداف البحث :-

لكل دراسة أو بحث هدف أو غرض يرمي للوصول اليه حتى يكون ذا قيمة علمية. فالهدف من البحث يفهم على أنه السبب الذي من أجله قام الباحث بإعداد الدراسة (حجاب ، 2003 ، ص 139) .

وهناك عدد من الأهداف التي يسعى البحث إلى تحقيقها ويتمثل أهمها في الاتي:

- 1 - الكشف عن واقع الممارسة الفعلية الادارة العلاقات العامة ودورها داخل وزارة الخارجية .
- 2 - التعرف على مدى التطور الذي طرأ على الجوانب الادارية والتنظيمية لادارات العلاقات العامة بوزارة الخارجية.
- 3 - تسليط الضوء على أهمية دور العلاقات العامة ومدى إرتباطها بالعمل الدبلوماسي.
- 4 - معرفة طبيعة العلاقات من حيث أنشطة العلاقات العامة والعمل الدبلوماسي.
- 5 - الوقوف على المشاكل والمعوقات التي تعترض أداء العلاقات العامة بهذه الوزارة وتقديم بعض التوصيات التي تساهم في الحد منها ومعالجتها.

6 - معرفة الوسائل التي تستخدمها العلاقات العامة داخل وزارة الخارجية في تحقيق أهدافها.

7- التعرف على مدى توفر الامكانيات (المادية، البشرية، المعلوماتية) في ممارسة العلاقات العامة بوزارة الخارجية.
تساؤلات البحث:-

1. الدور الذي تقوم به إدارة العلاقات العامة لدعم العمل الدبلوماسي ؟
2. طبيعة العلاقة بين وظائف العلاقات العامة والنشاط الدبلوماسي ؟
3. الوسائل الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة بوزارة الخارجية ؟
4. الرؤية المستقبلية التي تحتاج إليها إدارة العلاقات العامة لتطوير علمها في الوزارة؟
- 5- مدى إدراك الإدارات العليا بوزارة الخارجية أهمية العلاقات العامة ودورها في تعزيز العمل الدبلوماسي ؟
- 6- إلى أي مدى تساهم إدارة العلاقات العامة بوزارة الخارجية في دعم وتعزيز علاقات السودان داخلياً وإقليمياً ودولياً ؟

منهج البحث :

المنهج هو الطريقة التي يسلكها الباحث للوصول إلى نتيجة معينة وهو الطريقة المؤدية الى الغرض المطلوب للكشف عن الحقيقة بواسطة مجموعة من القواعد العامة التي تهيمن على سير العمل وتحدد عملياته لكي يصل إلى نتيجة معلومة وبالنظر إلى مشكلة البحث وطبيعتها يعتبر هذا البحث من البحوث الوصفية ويستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي واسلوب دراسة الحالات.

تعريف المنهج الوصفي: هو أحد أشكال التحليل والتفسير العلمي المنظم لوصف ظاهرة أو مشكلة محددة أو تصويرها كميًا عن طريق جمع البيانات ومعلومات مقننة عن الظاهرة أو المشكلة وتصنيفها وتحليلها وأخضاعها للدراسة الدقيقة (صالح ، 2001، ص 32)

أدوات جمع بيانات البحث:-

أولاً: المصادر الأولية ومن ادواتها (الاستبيان، المقابلة)

الاستبيان: يعتبر الاستقصاء احد الاساليب الاساسية التي تستخدم في جمع بيانات أولية أو أساسية من العينة المختارة أو من جميع المفردات مجتمع البحث عن طريق توجيه مجموعة من الأسئلة المحددة مقدما، وذلك بهدف التعرف على حقائق معينة، أو اوجهات نظر المبحوثين واتجاهاتهم والعوامل والمؤثرات التي تدفعهم الى تصرفات سلوكية معينة. ويعتبر الاستقصاء من أكثر طرق جمع البيانات الأولية شيوعا في العلوم الاجتماعية وفي الدراسات الإعلامية نظرا لتنوعه وتعدد أشكاله مما يجعله يخدم اغراضا مختلفة في البحوث المختلفة (حسين ، 1995، ص 206)

المقابلة: وهي تفاعل لفظي منظم بين الباحث والمبحوث أو المبحوثين لتحقيق هدف معين، أو هي عبارة عن اسلوب منظم، يقوم على مجموعة من الخطوات والاجراءات

العلمية والمنهجية ،التي تنظم اللقاء وتدير الحوار، في اطار الأهداف البحثية للتنظيم والمقابلة
(عبد الحميد ، 2000، ص 392) .

ثانياً:المصادر الثانوية وهى تشمل (الكتب والمراجع ،المجلات العلمية،التقارير المواقع
الالكترونية)
مجتمع البحث :-

وهي شريحة مختارة من بعض العاملين في وزارة الخارجية ومدراء الادارات الاخرى
بوزارة الخارجية.
الإطار المكاني :-

تمثل وزارة الخارجية السودانية مجتمع البحث بإداراتها المختلفة وخطتها وبرامجها
وعلى رأسها إدارة العلاقات العامة (المراسم).
الإطار الزمني :- (2013-2014م).

لان هذه الفترة شهدت تطور علاقات السودان الخارجية مع كثير من دول العالم
ومنظماتهاالدولية بفضل الجهود الدبلوماسية.

الدراسات السابقة

الدراسة الأولى :-

أولا : موضوع الدراسة

الإعلام الخارجي ودوره في دعم العمل الدبلوماسي في السودان (محمد زين ، 2005 ، ص 35) .

ثانيا : أهم أهداف الدراسة

- 1 - معرفة دور الإعلام الخارجي في دعم العمل الدبلوماسي في السودان.
- 2 - التعرف على العلاقة التي تربط الإعلام بالدبلوماسية.
- 3 - معرفة المشاكل والمعوقات التي تؤثر على أداء الإعلام الخارجي السوداني
- 4 - محاولة لوضع سياسات هادفة وبحوث علمية تحقق الأهداف التي تساعد في تطوير أداء الإعلام.
- 5 - معرفة الوسائل الإعلامية التي يستخدمها الإعلام الخارجي السوداني ومدى فعاليتها.
- 6 - الوقوف على أسباب ضعف الرسالة الإعلامية وقنوات الاتصال الخارجي.

ثالثا : المنهج المستخدم في الدراسة

لتحقيق اهداف البحث استخدام الباحث المنهج الوصفي والمنهج التاريخي وهما منهجان متكاملان في جمع المعلومات والبيانات وتحليلها وازالة الغموض عنها.

رابعا : أهم النتائج في الدراسة :

1-اثبتت الدراسة ان هناك علاقة وثيقة بين الاعلام الخارجي والدبلوماسي وان كل منهما يؤثر على الآخر.

2-أكدت الدراسة ان الدبلوماسية تحتاج الى وسائل اتصال واعلام فاعلة.

3- هناك امكانية لوسائل الإعلام السودانية لأن يكون لها دورا مقدرا في تحقيق أهداف

العمل الدبلوماسي لو وجدت الامكانية المادية والبشرية المؤهلة.

4- تشير الدراسة الى إمكانية الأخذ في الاعتبار عند وضع السياسة الخارجية وكذلك تنفيذها

التي تثير الرأي العام سواء كان محليا أو اقليما أو دوليا.

5- تؤكد الدراسة على ضرورة تأهيل الكوادر الإعلامية والدبلوماسية وتدريبها لتواكب

التطور المستمر في العالم.

7 - أوضحت الدراسة انه لا بد من إختيار الكفاءات الإعلامية والدبلوماسية.

خامسا : علاقة الدراسة بموضوع البحث

تبدو العلاقة وثيقة بين الدراسة ، وموضوع البحث فكلاهما يتناول دور العلاقات

العامة في العمل الخارجي الدبلوماسي، ولكن يتميز هذا البحث في أنه يدرس كيفية توظيف

العلاقات العامة في تعزيز العمل الدبلوماسي في وزارة الخارجية السودانية بينما تتناول

الدراسة الإعلام الخارجي في فترة زمنية محددة (1999-2003م) فنجد أن الاختلاف في

مجتمع وعينة البحث فمجتمع البحث في الدراسة أشمل وأوسع يغطي وزارة الخارجية

السودانية كمؤسسة ووزارة سيادية بينما في هذه الدراسة عينة البحث تمثل العلاقات العامة

في الوزارة وأثرها علي العمل الدبلوماسي.

الدراسة الثانية:

أولا : موضوع الدراسة

دور إعلام الدبلوماسية الشعبية في تعزيز العلاقات الاجتماعية بين السودان ودولة الإمارات

العربية المتحدة (عقيد ، 2012 م ، ص 20)

ثانيا : أهم أهداف الدراسة

1- التعرف على اداء الجالية السودانية بالإمارات ومشاركتها الاجتماعية والثقافية التي يقوم بها السودانيون مع شعب الامارات العربية المتحدة.

2- معرفة الطرق والاساليب الاتصالية التي تقوم بها الجالية وكشف المشكلات التي تواجه هذا الأداة هناك.

3- دعم الجهود البحثية للعلاقات العامة.

4- تسليط الضوء على موضوع الدبلوماسية الشعبية التي تساهم في تطوير العلاقات بين الشعوب وذلك للإحاطة بالخطط والبرامج.

ثالثا : المنهج المستخدم في الدراسة

استخدام الباحث المنهج الوصفي في تتبع مراحل النشأ وتطور الدبلوماسية الشعبية

عبر العصور ويتضمن هذا المنهج دراسة الحقائق الراهنة.

رابعا : أهم النتائج في الدراسة :

1- للاتصال دور فعال في ربط شعبي السودان و الإمارات العربية المتحدة

2- مشاركة الجالية السودانية بالإمارات في المناسبات الوطنية والشعبية مع شعب الإمارات مجال رئيس لإقامة علاقات طيبة مع جمهورها.

3- تشكل العلاقات الدبلوماسية الشعبية بين السودان ودولة الامارات العربية المتحدة تأثيرات عديدة منها (الموقع - الوارد الطبيعية - التاريخ - اللغة - الدين)

خامسا : علاقة الدراسة بموضوع البحث

يتميز هذا البحث عن الدراسة في كيفية توظيف العلاقات العامة في تعزيز العمل الدبلوماسي في وزارة الخارجية وفي نوعية مجتمع البحث بينما تتناول الدراسة العلاقات السودانية بين شعبي السودان ودولة الإمارات العربية المتحدة وتتفق الدراسة السابقة مع الدراسة الراهنة في تعرضها لموضوعات العلاقات العامة بصفة عامة والدبلوماسية بصفة خاصة.

الدراسة الثالثة :

أولا موضوع الدراسة:

فاعلية العلاقات العامة في تطوير الدبلوماسية الشعبية (صالح ، 2012 ، ص 50):

ثانيا: أهم أهداف الدراسة:

- 1- دور الثقافة في ربط الشعوب أمر تقتضيه العلاقات فيما بينها .
- 2- مدى امكانية مد جسور التواصل الثقافي بين الدول الاسلامية بغرض التصدي للهجمات الاستعمارية تحت مسميات العولمة، وفرض الثقافات للدول المعينة لهذا المصطلح على العالم في اطار سباق الحضارات .

ثالثا : المنهج المستخدم في الدراسة:-

يعتمد البحث على المنهج التاريخي ومنهج تحليل المضمون.

رابعا: أهم نتائج الدراسة:

- 1- وظائف العلاقات العامة متداخلة مع وظائف عدد من العلوم الأخرى كالعلاقات العامة والعلوم السياسية والادارية والاقتصادية وعلم النفس والفنون.

2- لم يتوصل الباحث الى أي بحوث تخص العلاقات الدولية الثقافية .

3- التمثيل الشعبي الايراني السوداني لبي دورا مقدرا في توطيد العلاقات بين الشعبين.

خامسا: علاقة الدراسة بموضوع البحث:

أن العلاقة وسيلة بين الدراسة وموضوع البحث فكلاهما يتناول دور العلاقات العامة في العمل الدبلوماسي ولكن يتميز هذا البحث في أنه يدرس توظيف العلاقات العامة في

تعزيز العمل الدبلوماسي في وزارة الخارجية السودانية بينما تناولت الدراسة فاعلية العلاقات العامة في تطوير الدبلوماسية الشعبية فنجد أن الاختلاف في مجتمع عينة البحث، تتجسد أهمية الدراسة السابقة في الموضوع الذي تناولته والاستنتاجات التي توصلت إليها المعالجات التي اقترحتها.

مصطلحات البحث :

الدبلوماسية :

هي علم فن ادارة العلاقات بين الاشخاص الدوليين ،وهي مهمة الممثلين الدبلوماسيين أو الوظيفة التي يمارسها الدبلوماسيون ،وميدان هذه الوظيفة هو العلاقات الخارجية للدول والأمم والشعوب (الشامي ، بدون ط ، ص 32)
الوظيفة:

تعني الأداة الذي تقوم به وسيلة من وسائل الاعلام بالنسبة للجمهور في مجال معين (التعليم،الأخبار،الارشاد،التوجيه) (شليبي ، 1989 ، ص522) .

المبحث الاول نشأة تطور العلاقات العامة

أن العلاقات العامة كنشاط هي قديمة قدم البشر فقد مارسها الانسان منذ اقدم العصور كوسيلة لتحقيق التفاهم والتعاون مع باقي افراد المجتمع الذى يعيش فيه وعلى مر التاريخ فقد تفهم القادة والزعماء مدى أهمية التأثير على الرأى العام للجمهور من خلال اقناعهم بأفكارهم وارائهم. فقد كان أهل العراق قبل حوالى 1800 عام قبل الميلاد ينقشوا نشراتهم على الحجارة حتى يتمكن المزارعون من الاطلاع عليها وتعلم اخر وسائل البزار والحصاد والرى وهذا العمل يشبة الى حد كبير ما تقوم به الدوائر الحكومية في هذه الايام عند اصدار النشرات الارشادية الزراعية الى المزارعين .

وبعد ذلك أتى اليونان فكان لزعمائهم وقيادتهم القدرة على إقناع الجمهور بأرائهم وأفكارهم عن طريق الخطابة والمناقشات الحرة الى يساهم فيها جميع المواطنين .واستمر الرومان بنفس الأسلوب حيث كان القياديون يتولون إقناع الجمهور عن طريق الخطابة وغيرها بهدف إختيارهم كممثلين للشعب في البرلمان انزاك ،وقد ظهر في تلك الفترة خطباء معروفين في التاريخ أمثال (مارك انطوينو).

وعند قدماء المصريين كانت النقوش في المعابد تزخر بالانتصارات الحربية للحكام، وفي أوقات السلم كان الإعلام يوجه الى الأغراض الدينية والاجتماعية. (جودة ، 2006 ، ص 23)

اما العلاقات العامة في العصر الحديث فإنه يمكن القول أنها نشأت في الولايات المتحدة الامريكية في بداية القرن العشرين على يد رائدها (ايفى لى) والذى بدأ حياته بالعمل كمراسل صحفي عام 1903م ثم تحول الى عمل مستشار للعلاقات العامة في احدى

مؤسسات صناعة فحم الانتراسات عام 1906م وفي تلك الاثناء حصل ان قام عمال المناجم باضرابهم عن العمل من اجل مطالبهم.

وقد رفض مدير المصنع انذاك الإدلاء للصحافة. فيما يتعلق بالاضراب ،ونجح ايفى لى في اقناع مدير المصنع بتغير موقفه وتزويد الصحافة بكافة المعلومات المطلوبة.

وقد وضع (ايفى لى) آراؤه وأفكاره في إعلان مبادئ وزعة على الصحف وجاء في ذلك الاعلان (ليس هذا مكتباً سرى للصحافة ، فكل اعمالنا نقوم بها في وضح النهار، أننا نزودكم بالأخبار، وهذه ليست وكالة إعلانان خطتنا واضحة وهى تزويد الصحافة للجمهور بالمعلومات الصحية الشاملة عن الشركات والمؤسسات حول الموضوعات الهامة. وقد ساهم (ايفى لى) في وضع مبادئ العلاقات العامة وربطها بالزعة الانسانية خاصة عند قوله إننى اترجم الدولارات من السنتان والاسهم والأرباح المالية الى مصطلحات انسانية ، اي انه كان يحاول ان يفسر خدمات المنشأة الى جماهيرها المختلفة من الزواية الصحيحة والاقتصادية والاجتماعية. (جودة ، 2006 ، ص 23) .

ويقسم وادورا بيرنز تاريخ العلاقات العامة الحديثة الى أربعة مراحل:

المرحلة الاولى: تبدأ من عام 1900 الى قيام الحرب العالمية الاولى عام 1914م وقد اعتبرها بيرنز مرحلة إعداد وتخصيب.
المرحلة الثانية:

تشمل سنوات الحرب العالمية الأولى كلها وتتميز هذه المرحلة بظهور النشاط الحركى في مجال العلاقات العامة إذ تظهر التدخل الحكومى اضحاً في عدد كبير من البلاد التى شملتها الحرب ويأتى هذا الاهتمام على الأخص في الولايات المتحدة الأمريكية وذلك بدراسة الرأى العام للتعرف على مقوماته من جهة وأساليب التأثير فيه والدور الذى يمكن ان يؤديه لحشد الجمهور من أجل الحصول على التأييد من جهة أخرى .

المرحلة الثالثة:

وتقع في الفترة ما بين (1919م - 1929م) وهي مرحلة نمو بسبب قوة الدفع التي انطلقت إبان الحرب وتتميز هذه المرحلة بازدهار واضح في أساليب العلاقات العامة وظهرت الأصول الفنية والمنهج العلمى بفضل جهود (ايفي لى) (وادوار بيرنز).

المرحلة الرابعة:

وظهرت خلال الفترة التي تمتد بظهور الأزمة العالمية الكبرى وهي الأزمة الاقتصادية التي اجتاحت العالم حوالى 1935م وتتميز بظهور نوعية من الضغوط نتيجة الانهيار الاقتصادى وطبيعى فإن أى برنامج للعلاقات العامة يستلزم ميزانية تستقطع من موارد المؤسسة فكان الانهيار الاقتصادى سبباً في خفوت نشاط العلاقات العامة. وجاءت الحرب العالمية الثانية لتشهد انطلاق نشاط العلاقات العامة وحتى وقتنا الحالى فمع بداية عام 1938م أصبح مفهوم العلاقات العامة مستقراً فكان يندر أن يعقد مؤتمر دون ان يقوم فيه حديث عن العلاقات العامة وفلما ظهرت مجلة بهئية دون أن تفسح مساحة للحديث عن العلاقات العامة وأن تقرر لها موضوعاً (حجاب وهبي ، 1999، ص 21) كما ندد أن يجتمع مجلس إدارة دون أن يتداول بعمق بعض موضوعات حول قوة العلاقات العامة.

وشهدت هذه الفترة أيضاً أنشاء (جمعية العلاقات العامة الأمريكية) و(المعهد البريطانى للعلاقات العامة) سنة 1948م و(جمعية العلاقات العامة الدولية)والتي أنشت سنة 1955م والتي نظمت عدة مؤتمرات بهدف مناقشة أسس ومبادئ العلاقات العامة وتقييم مستوى الممارسة ومشاكلها وذلك يقصد تحسين وتقويم أداء الوظيفة كما تكونت في فرنسا جمعية للعلاقات العامة 1949م وفي أستراليا بدأ نشاط العلاقات العامة 1950م وفي بلجيكا

أنشئ أول مركز للعلاقات العامة سنة 1952 وبالنسبة لإيطاليا فقد أنشئت أول جمعية للعلاقات العامة سنة 1954م

وكانت هناك خلال هذه الفترة محاولات لوضع دساتير أخلاقية للمهنة تحد أدائها وقواعدها ومن أبرز الجمعيات التي اهتمت بهذا المجال جمعية العلاقات العامة الدولية وجمعية العلاقات العامة الأمريكية التي وضعت دستوراً للمهنة عام 1960م وعدلته 1963م ومحاولة المعهد البريطاني الذي أصدر في سنة 1970م دستوراً يتكون من خمسة عشر بنداً تماثل الى حد كبير دستور جمعية العلاقات العامة الأمريكي (حجاب وهبي ، 1999، ص 22)

مفهوم العلاقات العامة

هناك إتفاق من الناحية النظرية بين معظم المشتغلين بالعلاقات العامة على أن مهنتهم تنحصر في بناء صورة محببة للجمهور عن منظماتهم وذلك عن طريق الأعمال الصادقة التي تقوم بها هذه المنظمات وحرصها على وجود إتصال متبادل مستمر بينها وبين جماهيرها بحيث يمكن من خلاله الوصول إلى التوافق والتفاهم المشترك بين المنظمات والجماهير. والملاحظة في الحياة العملية كثيراً ما يطلق لفظ العلاقات العامة على أنواع مختلفة من النشاطات فهناك من ينظر الى العلاقات العامة مجرد عملية إتصالات تتم في صورة تصريحات تنشر بالصحف والمطبوعات وهناك من يعتقد أن العلاقات العامة مجرد ضرب من الدعاية والإعلام والترويج وهناك من يعتبر العلاقات العامة مردافاً للعلاقات الإنسانية.

والبحث عن تعريف للعلاقات العامة لا يستبعد من قبيل الاستمتاع بالجدل النظري أو النزف الأكاديمي بل أن له دواعية ومبرراته من وجهة النظر العملية وتبدو أهمية وجود تعريف مقبول من النقاط الآتية:

1- المساهمة في الحد من تداخل الاختصاصات وتضاربها بين إدارة العلاقات العامة

والإدارات الأخرى.

2 - إمكانية تحديد أهداف ومسئوليات الإدارة بوضوح وبالتالي وضع تنظيم إدارى عملى جيد لها.

3 - إمكانية وضع الخطط والبرامج الى يسير وفقاً لنشاط الإدارة وتحديد المخصصات المالية والعناصر البشرية اللازمة. (جودة ، 2006 ، ص 19)

4 - فقد جاء ايضا في تعريف معهد للعلاقات العامة البريطانية بأن العلاقات العامة هي الجهود الإدارية المخططة والمستمرة التى تهدف الى تعزيز التفاهم المتبادل بين المنشأة وجمهورها أما جمعية العلاقات العامة الأمريكية فقد عرفتھا بأنها نشاط الى صناعة او هيئة أو مهنة أو حكومة في أنشاء وتعزيز علاقات جيدة بينها وبين جمهورها كعملاء والموظفين والمساهمين والجمهور العام. (جودة ، 2006 ، ص 19)

دوافع الاهتمام بدراسة العلاقات العامة

1/ ظهور الأنظمة الديمقراطية:

أطلق عصر النهضة والاصلاح الدينى في أوروبا حرية العقل الانسانى في البحث والمناقشة ،وكان ذلك إيزانا بنهاية عصور القهر والاستبعاد. وبداية عهد جديد يحترم إرادة الانسان وحقه في التعبير عن رأيه دون وساطة أو وصاية وتبع ذلك قيام الثورات القومية على البلدان الأوروبية وقد أتاحت هذه الثورات مع التطور السريع في التجارة الخارجية الفرصة لظهور الطبقة الوسطى .وساعد انتشار القراءة والكتابة مع اختراع المطبعة على أن يكون لمهنة الطبقة أهمية كبرى في الحكم وبدا الرأى العام يلعب دوره الحاسم فى قيام الحكومات او إسقاطاتها .

2/ الإنتاج الكبير:

أدت الثورة الصناعية التي بدأت في أوائل القرن التاسع عشر الى تطور هائل في أدوات الإنتاج وأساليبها فقامت الصناعات الضخمة التي اجتذبت آلاف العمال وملايين المستهلكين وظهرت مشكلة العلاقات بين صاحب العمل والعمال وظروف العمل داخل المصنع. وقامت الاضرابات احتجاجاً على سوء المعاملة وقسوة أصحاب الأعمال وضغط الرأى العام لإنصاف العمال وتهئية ظروف العمل المناسبة وفي ظل الصراع بين التفكير الرأسمالى والشيوعى أصبح من الضرورى كسب تأييد الجماهير لهذا المذهب كما أدرك رجال الأعمال أهمية العنصر الإنسانى في إدارة أعمالهم ونجاح مشروعاتهم .

3/ تطور وسائل الاتصال الجماهيرى:

فقد عرف العالم في العشرينات المزياع (الراديو)، وانتشرت هذا الوسيلة الإعلامية في الثلاثينيات أنتشاراً كبيراً وظهرت الإذاعة المريئة (التلفزيون) في أعقاب الحرب العالمية الثانية ، وبدأت أنتشارها الواسع في الخمسينات والستينات. وبعد أن كان الإرسال باللونين الأبيض والأسود فقط أصبح العالم حالياًشاهد الصور على شاشة التلفزيون بالوانها المتعددة أما الصحافة التي تمتد جزورها في أعماق التاريخ، فقد ظهرت هي الأخرى تطوراً مذهلاً.

فبعد ان كانت الصحيفة تنسخ باليد في الأزمنة القديمة إستخدمت الصحافة الطباعة بعدإختراع (جوتنبرج) في منتصف القرن الخامس عشر .ثم تطورت الطباعة تدريجيا ، حيث قفزات الطباعة في تقدمها قفزات هائلة كان من نتيجتها ظهور صحافة الملايين . (عجوة ، 2000، ص 603)

4/ الانفجار السكاني :

تزايد سكان العالم في هذا القرن بشكل لم يسبق له مثيل فبعد أن كان عددهم بليون تقريباً عام 1830م أصبح بليونين في عام 1930م ثم ارتفع الى أربعة ملايين 1975م وكان من نتائج الانفجار السكاني ايضاً تزايد العبء على الحكومات التي أصبح عليها ان توسع دائرة أعمالها الموجهة للمشكلات المتجددة والمتزايدة ، كما تحتم عليها أن تشجع قيام الهيئات الأهلية الى جوارها لتساعد في حل هذه المشكلات وأصبحت مشكلة تزكير السكان من الشواغل الرئيسية للدول النامية والمتقدمة على السواء وقد انعكست هذه المشكلة على وسائل الإعلام في كثير من البلدان فأولتها عناية خاصة ، ورغم ذلك لم يحدث تقدم ملموس حتى الآن في الأخذ ببرامج تنظيم الاسرة في بعض البلاد.

فما زال تشخيص المشكلة في بعض المجتمعات قاصراً ومازال التعامل معها في البعض الآخر بلا فاعلية تأثير : هذه هي الدوافع الرئيسية للإهتمام بالعلاقات العامة دراسة وتطبيقاً ، وقد إنتشر هذا الإهتمام خارج الولايات المتحدة الأمريكية بكل ملحوظ مع بداية الخمسين يات خاصة مع نمو جماعات الضغط في كثير من الدول (عجوة ، 2000، ص 8)
مبادئ العلاقات العامة :

نظراً للتأثير الكبير الذي تمارسه وسائل الاتصال على رأى عام الجماهير، فقد أصبح من الضروري وضع بعض الضوابط التي تنظم أنشطة العلاقات العامة والتي تعكس الأطار الفكرى لمبادئ العلاقات العامة ، ومن أهم هذه المبادئ :

1. المسؤولية الاجتماعية :

أن النظريات الإدارية الحديثة تؤمن بأن المنظمة هي نظام مفتوح يتفاعل مع البيئة الخارجية التى حولة فيؤثر بها وتتأثر به. ولذلك فان هناك مسؤولية تقع على عاتق المنظمة فيما يتعلق بالمجتمع الذى يعيش فيه.

2. أأحترام رأى الفرد:

يجب أن ترتكز فلسفة العلاقات العامة على مبدأ الايمان بقيمة الفرد لأحترام حقوقه الأساسية التى ينص عليها وضمنها القانون ،وان تراعى فى ذلك واجبات الفرد ومسؤولياته فى المجتمع. فالإيمان بالشئ هو خير دافع للاهتمام به.

3. عدم إخفاء المعلومات عن الجمهور:

أن نظام إخفاء المعلومات عن الجمهور يثيرا الشك وتفسح المجال للشائعات المفترضة ، وتؤدى الى وجود شرح فى الثقة المتبادلة بسبب المنظمة وجمهورها ،وبالتالى فإن العلاقات العامة تكشف كافة المعلومات التى يحتاجها الجمهور مع الأخذ بعين الإعتبار ضرورة عدم إفشاء اسرار العمل والتى قد تضر بمصالح المنظمة امام المنافسين.

4. الألتزام بمبادئ الاخلاق السليمة:

تدعو فلسفة العلاقات العامة المنظمة الى الألتزام بمبادئ الاخلاق الكريمة كالنزاهة والصدق والعدالة (امام ، 1991، ص 30)

وهكذا فهى لاتخرج الجمهور ولا تغشه بل تسعى الى كسب ثقته بالقذوة الحسنة وليس بالأقوال فقط،فالعلاقات العامة هى إعلام وسلوك فالجانب السلوكى يتمثل فى الألتزام بالمثل والأخلاق السامية والجانب الإعلامى هو استخدام كاه وسائل الإعلام لتفسير نشاط المنظمة وتحليل رد فعل الجمهور نحوها.

5. أاتباع الأساليب العلمية فى البحوث :

أن من أهم وظائف العلاقات العامة أجراء بحوث قىاس اتجاهات رأى العام لجمهور المنظمة، وفى هذا المجال فإنه لا بد لموظفى العلاقات ان يتبعوا الطريقة العلمية فى البحث.

6. العلاقات تبدأ من البيئة الداخلية :

أن تحقيق المنظمة لاهدافها يتعلق بمعرفة الموظفين باهداف المنظمة وبالدور المطلوب منهم في هذا المجال. فالمنظمة تؤدي عملها بشكل أفضل اذا كان موظفيها يلمون بكل ما يحدث من انجازات ومشاكل فالعلاقات العامة نتيجة مسارها من الداخل الى الخارج أى الى الجماهير الخارجية وهذا ما يستدعى الاهتمام بالموظفين وتوثيق الصلات معهم والحصول على تعزيزهم وتأييدهم لإدارة المنظمة وسياساتها (امام ، 1991 ، ص 31) أهمية العلاقات العامة :

إن العلاقات العامة وما تحققة من أهداف تأخذ في الاعتبار أن المشاكل التي تواجهها الحكومات والمؤسسات معقدة وان مقدرة رجل الشارع العادى أبسط من تفهم هذه المشاكل بالكفاية المطلوبة فهل يمكن إقامة خطوط اتصال أو جسر بينهما سيما إذا كانت مشاكل الإدارة معقدة ،ومن ذلك يتضح مدى أهمية دور العلاقات العامة بالنسبة للمؤسسات عامة ،وبالنسبة للدولة بصفة خاصة فيرون العلاقات العامة يظل نشاط الإدارة العامة هي واد والرأى العام في واد آخر .

والدولة المعاصرة هي دولة خدمات وحتى تستطيع القيام بنشاط فلا بد ان تستند وتعتمد على تعاون الشعب فكيف ستحقق ذلك اذا كان الشعب مفتقداً أساساً الى العلم وتلك الأنشطة وحتى تستطيع الإدارة العامة للدولة ولأى مؤسسة أن تعمل على هذا التعاون فينبغي لها أن تتعرف باستمرار على آراء الشعب بالنسبة لنشاطها حتى يمكنها ذلك من التعديل والتطوير في أساليبها لكي يستمر تأثير الرأى العام لها. وبهذا يمكن ان نوضح أهمية العلاقات العامة في بيان بعض ما يمكن أن تحققة للإنسان والمجتمع وللتنظيمات والهيئات في النواحي الاتية:

1. تهيئة الرأى العام لتقبل أفكار وأراء جديدة وإيجاد جمهور يؤيد ويساند المؤسسات بها بقوى الروابط بينها وبين جماهيرها.

2. توضيح بحوث العلاقات العامة للمؤسسات الاتجاهات الحقيقية للجماهير وكذلك رغباتهم واحتياجاتهم، وهذا يساعد المؤسسات على إجراء تعديلات مناسبة في خططها وسياساتها بما يتماشى مع رغباتها ورغبات جماهيرها.

3. تخذ العلاقات العامة التكيف الإنساني اللازم بين المؤسسة وجماهيرها.

4. وتحقق ايضاً الى جمهور المؤسسات الداخلي خدمات إنسانية وعدالة ودعاية اجتماعية اي تهيئة أسباب الحياة الحرة الكريمة.

5. تعمل العلاقات العامة على غرس ودعم المسؤولية الاجتماعية.

وبهذا فان مسألة الاهتمام بالعلاقات العامة يختلف من دولة الي اخرى وبالتالي من مؤسسة الي أخرى ومن الطبيعى ان مدى اهتمام الدول بالعلاقات العامة ينعكس على مكانه البارزة لها في الخريطة التنظيمية سواء للدولة أو المؤسسة ام الصلاحيات التى تمنحها الإدارة للمسؤولين والعاملين في الإدارة.

إذا من الممكن ان تقع إدارة العلاقات العامة في مستوى الإدارة العليا او مستوى الإدارة الوسطى كما يمكن ان تقع في مستويات دنيا من التنظيم الادارى وعلى العموم فإن الدول المقدمة والنامية تستفيد من وظائف العلاقات العامة في مؤسساتها الى حد كبير بالرغم من الاختلافات البيئية لهذه المجتمعات (الدليمي ، 2005، ص 38)

أهداف العلاقات العامة :-

إن الهدف الاساس الذى تدور حولة كافة أنشطة العلاقات العامة هو تكوين صورة طيبة ومحبة للمنشأة لدى الجمهور وفيما يلى أهداف العلاقات العامة.

1. بناء إسم وسمعة وشهرة طيبة للمنشأة عند الجماهير التى تتعامل مع المنشأة.

2. ضمان توظيف أفضل العناصر البشرية في المنشأة وذلك لسعى أكبر الكفاءات من أجل الالتحاق بالمنشأة اذا ما اشتهرت تلك بسمعة جيدة.
3. مساعدة إدارة البيع على زيادة مبيعات المنشأة أو تحسين خدماتها للجمهور ودعم سمعتها.
4. الحصول على رضا المجتمع واعتراف الرأي العام وكسب تأييده ومحاولة جعل جمهور المنشأة متفهما لخطتها وسياساتها وخلق الانطباع المناسب والجيد عن المنشأة لدى ذلك الجمهور.
5. تقدم النصح للمنشأة عند تحديد سياستها حتى تراعى فيها اتجاهات الرأي العام بين الجماهير المتصلة بالمنشأة والاستعانة في ذلك بالمعلومات المرتدة من كتل الجماهير في توقع مستوى نجاح تلك السياسات.
6. استخدام الأساليب العلمية المتطورة في مجال العلاقات وتطبيقها. مثل عمل الاستقصاءات واتباع أسلوب المعاينة لاستقراء آراء جمهور المنشأة وتطبيق بحوث الرأي العام، وذلك بغرض المساعدة على تحقيق الأهداف التي حددتها الإدارة.
7. مواجهة الأزمات أو الطوارئ التي قد تتعرض لها الإدارة والمنشأة ومساعدتها على تجاوز تلك المواقف والأزمات باقل خسارة ممكنة
ويمثل دور العلاقات العامة في مثل هذه الظروف في التنبؤ المبكر لهذه الأزمات وذلك من خلال التحليل المستمر لاتجاهات الرأي العام من ثم معرفة تطور أى أزمة وحجم تلك الازمة وعرضها على إدارة المنشأة واقناعها بالمعلومات الواردة لها عن الرأي العام. والتنبؤ برد فعل أفراد الجمهور في ظل كل البدائل المطروحة على الإدارة كحل للمواقف او الازمة الطارئة.

وأهم من ذلك فان خبرة المشتغلين بالعلاقات العامة قد تمكنهم من تحقيق هدف أكثر بعد
اوسط ظروف الأزمة وهو تحويل الأزمة الى فرصة لدعم مركز المنشأة وسمعتها وليس
مجرد تجاوز الأزمة

خصائص العلاقات العامة : (ليري ، 2005، ص21)

1. أن العلاقات العامة تعتبر فلسفة للإدارة وهذه الفلسفة نفترض ان أي منظمة لا تنشأ
لتحقيق الأهداف المالية التي ينص عليها قانونها فحسب وإنما ينبغي ايضاً أن تلعب دوراً
اجتماعياً ولهذا فعليها ان تضع صالح رضى الجمهور في المقام الأول بالنسبة للموضوعات
التي تتعلق بسلوك المنظمة.
2. أن العلاقات العامة ليس من الأنشطة الثانوية الاهمية بل تشكل عنصراً أساسياً في
أنشطة المنشآت فهي ضرورة يقضها المجتمع الحديث.
3. أن العلاقات العامة وظيفة إدارية فهي نشاط تمارسه كل إدارة ويجب على الإدارة ان
تستخدم في كل ما تقوله او تفعله والوصول الى علاقات عامة طيبة ويعتبر أحد المسؤوليات
الكبرى لكل مدير في المنظمة.
4. ان العلاقات العامة عملية اتصال " دائم مستمر بين طرفين أساسيين هما المؤسسات
والجماهير التي تتعامل معها سواء الجماهير الداخلية للمؤسسة او الخارجية و كلامها مؤثر
ومتأثر في نفس الوقت ومن ثم فإن العلاقات العامة تتسم بالديناميكية والحيوية والاستمرارية
وقوة الفاعلية بين الطرفين .
5. يجب على إدارة العلاقات العامة أن تضع من السياسات ما يعكس فلسفة خدمة الصالح
العام لاعلى أساس الكلمات الجوفاء وإنما على أساس الأفعال.
6. القصدية فالعلاقات العامة نشاط مخطط مرسوم لإحداث تأثير مرغوب في وقت محدد
وبأسلوب معين مختار

7. العلاقات العامة هي همزة الوصل بين فلسفة المشروع والجمهور وهذا الاتصال ضروري لجعل الجمهور يتفهم أنشطة المنظمة ويرتكب كثير من المديرين خطأ كبيراً عندما يتصورون ان الجمهور لا يهتم بما تفعله المنظمة.
8. تستهدف العلاقات العامة تحقيق الرضا العام وانتزاع موافقة الجماهير أى أنها تريد بمهارة الاسلوب التأثيرى الصاعد والهابط من اجل إحداث التوافق والتكيف والتعاون.
9. تركز العلاقات العامة على حقيقة عملية هى أن الإنسان اجتماعي بطبيعة ولا يمكن أن يعيش في عزلة عن المجتمع الذى توجد فيه ولذلك يعتبر الإنسان هو محور اهتمام العلاقات العامة.
10. تركز العلاقات العامة على التخطيط القائم على الملاحظة العملية وطرق البحث العلمى التى تساعد على تلمس احتياجات الجماهير ودراسة آرائها واتجاهاتها وتحسس مشكلاتها. ونقل هذه الدراسات بأمانه وصدق الى المستويات الإدارية العليا.
11. العلاقات العامة عمليات تطبيقية للعلوم الاجتماعية والسلوكية لأنها تتعامل مع كائنات إنسانية حية ذات طابع مختلفة وتكوينات نفسية متغيرة.
12. العلاقات العامة ليست نوعاً من السحر يشفى العلل ويدارى العيوب وليست وظيفة للدفاع عن أخطاء المؤسسة وانما السمعة الحسنة التى تسببها لايمكن بناءها إلا مع مرور الزمن عن طريق الأداة الطيب أولاً والإعلام الجيد عنة بعد ذلك.
13. العلاقات العامة نشاط موقوت بمعنى أن إختبار الوقت المناسب لتنفيذ برنامج معين من برامج العلاقات العامة أمر ضرورى وحيوى لنجاح هذا البرنامج بل أن التقصير في توفير هذه القاعدة قد يعني فشل البرنامج كلة أوضعف إثارة ونتائجة على أقل تقدير ولا يعنى هذا الماطلة والتردد أوالشرع والعجلة عند تحديد الوقت المناسب لبرامج معين .

14. إن إختيار الوقت المناسب يعتمد على حسن الإدراك وكثرة الممران وطول الممارسة وكلها صفات مطلوبة في حيز العلاقات العامة (الصحن ، 2004 ، ص 44)

المبحث الثاني

المسؤولية الدولية للعلاقات العامة :

إن علم العلاقات الدولية يرتبط ارتباطاً وثيقاً بمجموعة علوم مساعدة وتنطلق من عنصر الحتمية التي لا يمكن تجاوزها. إذ أن العلاقات الدولية قد تظهر بمقتضي حتمية جغرافيه تتشابه فيها خصائص الدول والمناخ والتضاريس والمواقع الجغرافية، أو أنها تنطلق من حتمية سياسية، في إطار مفهوم القوة الذي يلزم علم السياسة أو حتمية تاريخية توضح المعطيات التاريخية للشعوب والأمم . أو حتمية إقتصادية بمقتضي الموارد التي تجمع عليها الدول التي في حيازتها .

يتطلب علم العلاقات العامة الدولية رؤية دারسية ثابتة يملكها المعنى بدراسة العلاقات الدولية لكشف الأشياء ومتضمناتها وإدراكها بصيغة موسوعية يتم عرضها في النهاية علي منطق المنهج العلمي في هذا المجال لكون العلاقات الدولية هي في أغلبيتها متداخلة حيناً ومنفصلة حيناً" فهناك العلاقات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والثقافية .

وعندئذ لا يمكن أن يتجاوز الباحث في علم العلاقات الدولية أي ميدان معرفي لإلادوم فيه استدعاه لبناء فرصة أو أحكامه أو تأويلاته . وعموماً "تتعدد الروي حول مفهوم العلاقات الدولية وما تتضمنه هذه العلاقات .وما تتصل به من حقول معرفية ولذلك طرحت بهذا الخصوص العديد من النظريات والمداخل التي أدت الى عرض مفهوم عام العلاقات الدولية والتي تتمحور معظمها حول معالم رئيسية وعلي النحو

التالي (يوسف ، 2008 ، ص 116) :

1. تعبر العلاقات الدولية عن عملية تفاعل بين الدول المتناظرة وينتج عن هذا التفاعل أشكالاً مختلفة للعلاقات منها التجارية والسياسية والثقافية وغيرها . ويعكس صيغاً مختلفة للممارسات ومدي تقارب هذه الممارسات أو تباعدها من حيث المضمون أو السياسات العامة

كما تعبر العلاقات عن إرادة السلطة في الدول المعنية من حيث كونها إدارة قوية أو ضعيفة أو سيادة أو تابعة أو متكافئة .

2. تستهدف العلاقات الدولية تحقيق غاية عليا أو موضوع محدد يعكس رغبة السلطة العليا في تحقيقها . وبذلك فإن العلاقات الدولية هي السبيل إلى تحقيق المصالح المشتركة للمجتمع والسلطة بين المجتمعات .

3. تمثل العلاقات الدولية مجموعة الصلات التي تعتقدها السلطات السياسية مع غيرها من السلطات المناظرة في المجتمع الدولي وتشتق لهذا الغرض مجموعة قواعد ومبادئ تقوم عليها هذه العلاقات .

4. قد تأخذ العلاقات الدولية أشكالاً غير التي ذهبنا إليها ، إذ إن الحرب تعد أحد مظاهر العلاقات السلبية وأخطرها وهذا الأمر حفز أساليب التحالفات والمعاهدات والاتفاقيات وغيرها .

5. العلاقات الدولية هي ظاهرة حضارية تعكس طبيعة حضارة أمة معينة ومدى تحفيزها عن غيرها . ومن النادر جداً أن تحدث عن دولة معينة دون الخوض في عرض طبيعة علاقتها وصلاتها مع غيرها من الدول (يونس ، 2008 ، ص 117)

6. تعد العلاقات الدولية أحد أشكال تنظيم المصالح المشتركة وتتعدد صور العلاقات وتعقيداتها، فضلاً عن تعدد حاجات الفرد والجماعة في إطار الدولة الواحدة، مما يعكس نسبة الاعتماد المطلق على الذات في تحقيقها. وأدى ذلك إلى ظهور مفهوم التكامل التبادلي بدلاً من التكامل الذاتي وشيوع العمليات القيادية بكافة صورها .

7. أن شيوع ظاهرة التحول إلى استخدام التقنية بشكل ومكثف وسريع أدى إلى فرض إقامة العلاقات بين الدول وتفعيلها على نحو يعزز من أشكالها .

هنالك مجموعة قواعد تساعد في إدارة العلاقات علي مستوي الأمة أو الدولة أو الدول المختلفة .

إذ أن نسيج العلاقات لم يكن هدفاً يجد زاته وإنما هو وسيلة تحقيق المصالح المشروعة بالإرادة الحرة التي تقوم علي قاعدتين رئيسيتين :

1. قاعدة السيادة :

تعني أن الحكومة أو السلطة المعنية قادرة علي اتخاذ قراراتها وسياساتها دون تأثير أو ضغط خارجي ، وتنتج هذه القاعدة أمام السلطة الإدارية الحرة في بناء علاقتها الخارجية .

2. قاعدة التبادل المتكافئ أو المتوازن :

يقوم هذا المبدأ علي منطق التعاون بين الدول وليس علي منطق الاستغلال ، وذلك بين التبادل المتكامل .

لقد تعدد الرؤي حول تفسير طبيعة العلاقات التي تشكل بين الدول ويعزي ذلك إلي اختلاف المنطق المعرفي الذي تعارف عليه الباحثون بخصوص العلاقات الدولية ومنها :

1. المدخل القانوني :

يؤكد هذا المدخل علي أساس العلاقات بين الدول يقوم علي القانون .وبه يتحدد نمط العلاقات وشكلها ومحتواها وتساهم في تكوين هذا المدخل مجموعة من الصيغ ومنها :

أ - الأعراف الدولية : وتتمثل القواعد المتعارف عليها علي أنها موافقة للتصرف العام ويكتسب عندئذ القبول العام علي المستوي المحلي أو الدولي. (يونس ، 2008 ، ص 118)

ب - القانون الطبيعي :

هو المصدر الذي يتوفر للجميع وفقاً للقواميس أو القوانين الطبيعية .

ويعد العقل أحد أشكال هذا القانون وهو مصدر ازلي. وغالباً ما نجد أن مختلف التسويات أو النزاعات بين الدول تتم علي أساس معطيات العقل .

2. المعاهدات والاتفاقيات الدولية المختلفة :

تشكل احد مصادر بناء القانون الدولي . ويتم إبرام المعاهدات والاتفاقيات علي أساس ثنائي أو تعددي أو جماعي .

أن تنظيم العلاقات الدولية عبر الحدود لا يمكن أن يكون من خلال تدوين مقتضياتها في إطار الالتزام الأخلاقي في دول تختلف في أيديولوجياتها ومعتقداتها والتي تصل في بعض الأحيان إلي التضاد والتناقض

وأما يتطلب وجود مؤسسات أو منظمات دولية تأخذ أشكالها التخصصية في إطار المهام والوظائف التي تتولي إدارة العلاقات بين الدول ، في حين تغيب هذه الضرورة عندما تنظر إلي ماضي الأمة الإسلامية التي مضت في مسيرة طويلة احتكمت في علاقتها إلي القرآن الكريم والسنة النبوية المطهرة وما انبثق عنها من قواعد شرعية وفقهية نظمت علاقات هذه الأمة .

المدخل المؤسسي :

يتولي هذا المدخل ترتيب العلاقات الدولية من خلال مهام تقوم بها مجموعة منظمات دولية ومنها منظمة الأمم المتحدة وما ينبثق منها من مؤسسات كالجمعية العامة والتي تشترك فيها كافة الدول والأعضاء ،ومهمتها مناقشة كافة القضايا ذات الصلة بالعلاقات الدولية وكذلك مجلس الأمن المكون من خمسة عشر عضواً منهم عشرة أعضاء دائمين ، وخمسة أعضاء يتم انتخابهم دورياً من قبل الجمعية العامة لمدة عاميين ومن ضمنهم عضو مستمر من البلاد العربية وكذلك المجلس الاقتصادي والاجتماعي والثقافي والذي يتولي الإشراف علي العلاقات الدولية ذات الطابع الاقتصادي والاجتماعي والثقافي ،وهناك مجلس الوصايا الذي يتولي مهام الإشراف علي الأقاليم غير المستقلة

ج- المدخل السياسي :

يتناول هذا المدخل العلاقات علي أنها عملية تنظيم القوي بين الدول إذ تتسم العلاقات بينها أحيانا بالصراع والتنافس وتحكمها اعتبارات المصالح والأهداف ولهذا تأخذ أشكال القوة أوجه مختلفة.

منها عسكرية ومادية ومعنوية وتكنولوجية هذا المدخل له أنتقاداً شديداً بخصوص صلاحيته في إدارة العلاقات الدولية إذ يقتضي الأمر وضع نظرية التعاون والانسجام كأساس مشترك بين الدول وعندئذ ينتظم السلوك الدولي علي نحو متحضر، مع مراعاة توازن المصالح العادلة في إطار الأدوار والمهام والحقوق والإلتزامات بين الدول
(يونس ، 2008 ، ص 121)

المبحث الثالث

مشكلات ومعوقات عمل العلاقات العامة

تتطلب إدارة علاقات المنظمات ب جماهيرها الداخلية والخارجية معرفة وفهم العلاقات المتداخلة والمتراصة بين بعض الأمور التي تنسم بالتعدد وذلك مثل طبيعة العلاقات العامة لهذه المنظمة فنجد، أن أدائها وسلوكها يعتبران من أهم العناصر التي تؤثر في الرأي العام وفي تحديد درجة القبول العام التي تحظى به المنظمة، وهذا القبول العام يعتبر مطلباً رئيسياً لا بد من توافره حتي تتمكن المنظمة من الاستمرار في مداولة انشطتها المتعددة، ولا يتحقق ذلك إلا إذا تمت معرفة الآراء والاتجاهات السائدة نحو المنظمة لدى الجماهير المتعددة ، وفي نفس الوقت الاستخدام الأمثل لهذه المعرفة رسم سياستها وخططها وبرامجها وأنشطتها المختلفة لتحقيق التوافق بين المصلحة العامة للمنظمة وجماهيرها ، وتعرض الكثير من المؤسسات لمشكلات مختلفة تعكس دورها علي جهاز العلاقات العامة بها، وهذه المعوقات والمؤثرات والضغوط تؤثر سلباً علي أداء العلاقات العامة لرسالتها البحثية والتخطيطية والاتصالية والتنظيمية والتنسيقية والتقويمية والبيئية والاجتماعية والإدارية مما يعرقل أنشطتها وبرامجها ويحد من الوصول إلي أهدافها ،مما يحتم القائمين علي أمرها العمل الجاد لتشخيص هذه المشكلات والضوابط التي تحقق ما تصبوا لية، كما أن هنالك ضغوط يتعرض لها القائم بالعلاقات العامة وهو مايعرقل عملة للقيام بدورة في نجاح برامج العلاقات العامة ونتناول مجموعة المشكلات التي تتعرض لها العلاقات العامة في الدول النامية علي النحو التالي (مصطفى ، 2009، ص 287) :

- 1 - عدم تبلور مفهوم العلاقات العامة في أذهان القيادات الإدارية حيث ينظروا إليها كأنها جهاز نشر أو عمل دعائي لا يفرق بين الحق والباطل أو أنها جهاز مراسم مهمتها استقبال الضيوف وتوديعهم .

- 2 - تترد الإدارة العليا في جهل العلاقات العامة التي تمارس صلاحيتها بصورة كاملة من إجراء البحوث ووضع الخطط وتنفيذها وتقويمها .
 - 3 - تعتمد معظم المؤسسات إلى قصر دور العلاقات العامة على العلاقات الخارجية وتفعيل دورها الداخلي والتي ليس لها صلة بها وإسناد بعض المهام وذلك مثل توريد المواد والمدخلات من المواني ومتابعة الإعفاءات الجمركية واستخراج السندات المالية ونحوها، فهذه قضايا تنفيذية تقع ضمن الاختصاصات وإدارات أخرى .
 - 4 - عدم توفر الكوادر المؤهلة أو قلة الإمكانيات المحددة في إدارة العلاقات العامة ،وهو ما يعوق قيامها بدور المنوط بها .
 - 5 - مسئولية العلاقات العامة في متابعة وتقييم العمل الإداري يجعلها غير محبوبة ومحل شك من الإدارات الأخرى في المؤسسة
 - 6 - عدم قيام بعض المؤسسات بوضع خطط لممارسه نشاط العلاقات العامة بها
 - 7 - قلة نسبة تقويم أنشطة العلاقات العامة وبرامجها بالرغم من أهمية التقويم في نجاح العلاقات العامة
 - 8 - تداخل أختصاصات أجهزة العلاقات العامة مع اختصاص أجهزة أخرى .
 - 9 - عدم الأخذ بالتخصص الأكاديمي في العلاقات العامة في كثير من المؤسسات وأن العاملين يواجهون صعوبات في العمل(مصطفى ، 2009، ص 290)
- وقد تناول بعض الباحثين مشكلات العلاقات العامة والحلول لهذه المشكلات وفق التقسيم التالي :
- أولاً : المشكلات المهنية : وتتمثل فيما يأتي : (المتوكل ، 2008 ، ص 54-56)
- 1/ تعدد المفاهيم المستخدمة للعلاقات العامة وهي مشكلات مهنية في العلاقات العامة يقود إلى صعوبة تنظيم العلاقات على أسس علمية .

2/ الفهم القاصر لدور العلاقات العامة:-

فالعلاقات العامة من الوظائف التي أسي فهمها إلا أن ذلك يعد جانباً إيجابياً لأنه يعبر عن مدى الأهمية التي تتمتع بها العلاقات العامة

3/ مشكلة الإعداد العلمي القائم بالعلاقات العامة :

لقد أثبتت كثير من الدراسات العلمية أن الممارسين للعلاقات العامة في معظم المؤسسات بالمجتمعات النامية لا ينتمون إلى مجال العلاقات العامة أو الإعلام بشكل عام، إضافة إلى عدم وجود الأعداد الكافية من العاملين

4/ عدم وجود تنظيم مهني للعلاقات العامة :

وهذه المشكلة لها علاقة بالمشكلة السابقة حيث يستطيع أي خريج في مجال الالتحاق بالعلاقات العامة، حيث لا توجد رقابة على تغنين (غياب النصوص القانونية) ممارسة هذه المهنة من خلال نقابة أو مؤسسه أو اتحاد فعال

5/ تنوع جمهور العلاقات العامة:

فالقائم بالعلاقات العامة يختلف عن غيره في انه يتعامل مع جماهير كثيرة ومتنوعة ومصالحها مختلفة ،عليه أن يدرس اتجاهاتهم ويعرف احتياجاتهم وميولهم ،والقائم بالعلاقات العامة يواجه عقبات كثيرة في تعامله مع جماهير المؤسسة ويتمثل ذلك في الآتي :

أ - تشتت الجمهور

ب- صعوبة معرفة رأى الجمهور

ج- صعوبة تحليل سلوك الجمهور

د- تغير اتجاهات الجمهور

6/ عدم القدرة على تلبية جميع احتياجات الجمهور فعدم رغبة الإدارة العليا في رفضها للتحديث مع الجماهير من المشاكل الأساسية التي تواجه العلاقات العامة وهذا يؤدي إلى فقد ثقة الجمهور فيها ،وهى من أكبر المشاكل التي تواجه المؤسسات في مجتمعنا ،المعاصر لذا يقع على عاتق العلاقات العامة كيفية جعل الإدارة العليا التفكير بجديه في بناء جسور الثقة بينها وبين هذه الجماهير .

7/ التدخل مع الإدارات الأخرى :

كثير ما ينشأ تقارب في الاختصاصات بين العلاقات العامة وبين بعض الإدارات الأخرى في المؤسسة، وهذا يؤثر على فاعلية العلاقات العامة ويسلبها الكثير من اختصاصاتها ، ومن الإدارات التي تتدخل أعمالها مع العلاقات العامة إدارة الإعلام ، إدارة الأفراد أو المستخدمين ، الإعلان ، الترويج .

8/ صعوبة تطبيق الأسلوب العلمي :

يلاحظ تزايد الاهتمام بتطبيق أساليب البحث العلمي في العلاقات العامة إلا أنه هنالك بعض الصعوبات التي تواجه ممارس العلاقات العامة عند محاولة الأخذ بهذا الأسلوب في حل مشكلاتهم ، ومن ضمن هذه المشكلات ما يلي :

أ - عدم توفر مقاييس دقيقة :

حيث لا تتوفر لدى الباحثين في العلوم الاجتماعية عامة والعلاقات العامة علي وجه الخصوص مقاييس دقيقة كما هو الحال في العلوم الطبيعية .

ب - صعوبة إجراءات البحوث التجريبية :

حيث تواجه العلاقات العامة صعوبة الحصول علي تعاون الأفراد في إعطاء بيانات صحيحة ، والتي تؤدي إلي نجاح البحث ، إضافة إلي التغيرات المستمرة في الظروف الاجتماعية والاقتصادية .

ج- تحيز الباحث :

حيث يحدث التحفيز في مراحل البحث المختلفة سواء عند تحليل المشكلة أو صياغة الأسئلة التي تواجهها أو تسجيل الإجابات تفسيرها (المتوكل ، 2008 ، ص 57).

ثانياً : المشكلات الإدارية : (عطية ، 1999 ، ص 10)

وتتمثل المشكلات الإدارية التي تواجه العلاقات العامة فيما يلي :

1/ مدي فهم الإدارة العليا لطبيعة عمل العلاقات العامة :

أثبتت الدراسات الميدانية التي أجريت في مصر والسودان والعراق والإمارات العربية المتحدة والسعودية ، إلي ان العلاقات العامة في هذه المجتمعات هي أن الادارة العليا في المؤسسات الموجودة لا تفهم طبيعة العلاقات العامة وطبيعة دورها، لعدم الفهم أثارة السلبية علي فاعلية العلاقة العامة بالمؤسسات المختلفة ويتمثل عدم فهم الإدارة العليا لعمل العلاقات العامة في قصور مفهومها كما أنها تنتظر إلي أنشطة العلاقات العامة نظرة مادية وأنها لا تجلب للمؤسسة أرباحاً مادية ملحوظة .

2/ مكانة العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للمؤسسة :

تعتبر مكانة العلاقات العامة في المؤسسة مؤشراً للدلالة علي مدي الاهتمام بها من قبل الإدارة العليا، ويتبين ذلك من خلال مدي وجود أجهزة متفرعة للعلاقات العامة والمستوي الإداري لها، سواء كان قسم أو إدارة ،إضافة إلي الجهة الإدارية التي تتبع لها العلاقات العامة، ويفضل أن تكون تابعة لرئيس المؤسسة مباشرة ،وكذلك يساعد علي حل مشكلاتها وتفادي الإجراءات المعقدة ،ويمكن للعلاقات العامة من المشاركة في رسم السياسة العامة للمؤسسة وتمثيلها بصورة إيجابية مع الجماهير المختلفة .

3/ نقص المخصصات المالية :

تحتاج العلاقات العامة لتنفيذ برامجها إلي موارد مالية لا يستطيع مدير العلاقات العامة تحديدها إلا إذا كان لديه تصور تقريبي لحجم البرامج والأنشطة المراد تنفيذها ، وعدم توافر هذه الإمكانيات يؤثر علي إمكانية تنفيذ الأنشطة والبرامج ، كما يتوقف تحديد المخصصات المالية للعلاقات العامة علي نوع الخبرات العاملة، وحجم الجمهور المستهدف ونسبة الحوافز والإمكانيات المالية للموسسة ومكانتها في السوق.

4/ عدم توافر التدريب :

طبيعة العلاقات العامة وكثرة أعبائها تحتم تنمية مهارات العاملين بها ، وهو ما يؤكد علي أهمية عملية التدريب المستمر للقائمين بالعلاقات العامة .
فالتدريب هو نشاط يهدف إلي تطوير قدرات الفرد علي أداء العمل . وهو بخلاف التعليم الذي يهدف إلي إعطاء أي مجموعة من المعارف الأساسية التي تجعل الفرد عضواً صالحاً في المجتمع .

5/ غياب التخطيط :

هو الوظيفة الأولى من وظائف المدير ، وهو نوع من التفكير الغرض منه رسم السياسة ، أو وضع مشروع معين علي ضوء الحقائق والمعلومات المتوفرة ، مع الأخذ في الاعتبار متغيرات المستقبل المادية والبشرية .

6/ عدم الاستخدام الأمثل لوسائل الاتصالات الحديثة وقلتها :

فعدم الاستخدام الأمثل لوسائل الاتصالات الحديثة يؤدي إلي ظهور المشاكل الإدارية ، وقد وفرت ثورة تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات ووسائل وأساليب فنية متعددة مما ينعكس علي فعالية العلاقات العامة ونجاحها في تحقيق أهدافها المتعددة ، ويتطلب توفر هذه الأجهزة وجود الإمكانيات المالية وأقناع الإدارة بأهميتها، إضافة إلي مدي إجادة العاملين لاستخدامها في تحقيق أفضل النتائج عند تنفيذ برامج العلاقات العامة وأنشطتها .

7/ انعدام تقييم الأداة :

نشيد هنا إلي أن القيام بعملية تقييم لما قامت به العلاقات وتقوم به يعكس جدية الإدارة العليا في تحقيق نجاح للمؤسسة، وحرصها وحصولها علي تقدمها ومكانتها المتميزة في المجتمع الذي تعمل فيه .

8/ مؤثرات بيئة العمل الإدارية :

من هذه المؤثرات أسلوب القيادة ، الرقابة المكافآت المالية ، التربية ، زملاء العمل ، والوضاء ، ونؤكد أن هذه المؤثرات إذا ما تمت بالصورة الايجابية المثلي . وتم علاج المؤثرات السالبة منها فسوف تقود الي التخلص من الضغوطات والعوائق التي تعاني منها العلاقات العامة وتهيئ لها أفضل بيئة عملية تمارس من خلالها أنشطتها وبرامجها) عطية ، 1999 ، ص 13)

ثالثاً : المشكلات الاجتماعية :

وتتمثل أهم المشكلات الاجتماعية علي العلاقات العامة فيما يلي :

1. البيئة :

هي جميع العوامل الخارجية التي تؤثر في الشخصية ، سواء كانت عوامل طبيعية ، أو اجتماعية ، أو ثقافية ، فهي عنصر من العناصر التي تشكل الشخصية ، و البيئة الاجتماعية تؤثر في شخصيات المؤسسة بصورة عامة والعاملين بالعلاقات العامة خاصة في علاقاتهم ومعاملاتهم مع الآخرين داخل المؤسسة وخارجها ونشير هنا إلي أن هذه العوامل البيئة إذا كانت إيجابية تنعكس إيجابياً علي العاملين في العلاقات العامة .

2. العادات والتقاليد :

فلكل بيئة ظروفها وعاداتها وتقاليدها الراسخة ، وقد يشكل بعضها عائقاً اجتماعياً للقائمين بالعلاقات العامة ، حيث يخضع الفرد لهذه العادات ، وعلي رجال العلاقات العامة أن

يدركوا العادات والتقاليد والأعراف والمعتقدات الاجتماعية والقيم السائدة في المجتمع الذي يعملون فيه حتي لا يصطدموا بعوامل البيئة الاجتماعية وتحول دون وصولهم لأهدافهم التي يسعون لتحقيقها مع المجتمع.

3. التنشئة الاجتماعية :

وهي علاقة تفاعلية يتعلم بواسطتها الفرد المتطلبات الاجتماعية والثقافية التي تجعله عضواً فعالاً في المجتمع ، فهي المسؤولة عن إدراك الفرد بمبادئ العمل النافع ، وبفضل التنشئة الاجتماعية يكتسب القائمين ثقافة الجماعة التي ينتمون إليها، ويسلكو سلوكاً اجتماعياً يتماشى معها ،ومن الدعائم الأساسية للتنشئة الاجتماعية للقائمين بالعلاقات العامة الأسرة ، المدرسة ، والقيم الدينية الأخلاقية منها و التوجيهية .

4. جماعة الأقران :

من المشكلات التي تؤثر على القائم بالعلاقات العامة جماعة الإقران التي يصادفها فهي في سلوكه التمثيل في إنتاجه وتفكيره واتجاهاته، وقيمه، ومن أهم اسباب ارتباط رجل العلاقات العامة بإقرانه شعوره بالود معهم ودوره الاجتماعي بينهم ، وتوسيع دائرة معارفه ، و البعد عن بيئة العمل وتحقيق مصالحهم المختلفة .

5. التعصب القبلي :

والذي يحدد العديد من المعاملات مع الآخرين ، ويمكن إرجاع الأسباب الرئيسية للتعصب القبلي إلى مجموعة من العوامل تتمثل فيما يلي :

أ/ تنشئة الطفل في بيئته المنزلية على الإيمان بالفوارق الاجتماعية .

ب/ المبالغة في الخوف من الفوارق و القائمة بين الجماعات .

ج/ إهمال احتقار الطبقات الدنيا في الجماعات الخارجية .

د/ الجمود الخلقي الذي يعود إلى المعايير الاجتماعية .

ه/ العجز عن تحليل المشاكل الاجتماعية تحليلاً علمياً

وقد يؤدي التعصب القبلي إلى هدم العلاقات الاجتماعية ، لذا لابد من مقاومته بأساليب متعددة منها :

أ/ بث دور التعاطف بين أفراد المجتمع بنشر التربية السليمة وتحقيق التعايش والتفاعل في المجتمع ككل .

ب/ محاربة الشائعات ونشر المعلومات الصحيحة عن الجماعات المختلفة .

ج/ دراسة الأساليب والعوامل التي أدت إلى التعصب عند الجماعات المتعددة .

د/ إحترام حقوق الإنسان و حرياته بلا تمييز بسبب الجنس أو الدين وتقريب المسافات بين الأفراد و الجماعات و الشعوب المختلفة

6. الوضع الاجتماعي :

فالقائمون بالعلاقات العامة يتأثرون بمراكزهم في النظام الاجتماعي وينعكس ذلك على أعمالهم وشخصياتهم و الوضع الاقتصادي أيضا يحدد مكانة رجل العلاقات العامة في المجتمع .

7. ظروف الحياة الحديثة :

وتتميز هذه الظروف بالتنافس وتعد الحياة بصورة عامة. وكبر حجم المؤسسات وسيطرة الآلة علي حياة الأفراد والتغير السريع المستمر ،فعلي القائم بالاتصال أن يتكيف مع المناخ الاجتماعي والظروف السائدة حتي يقلل من المشكلات التي تواجهه لتحقيق أهدافه الشخصية والعملية والعلمية بدون تضارب بينهما وبين أهداف الآخرين (عطية ، 1999 ،

ص 16)

رابعاً : المشكلات النفسية :

يمكن حصر العوائق النفسية التي تؤثر علي سلوك القائمين بالعلاقات العامة في النقاط التالية

أ - السمات الشخصية :

تؤثر السمات الشخصية التي يتمتع بها الشخص في التغلب علي الضغوط التي يتعرض لها في حياته ، وهناك عدة عوامل تلعب دوراً واضحاً في تحديد الشخصية تشمل ما يلي :

(1) القدرات العقلية :

هي إما قدرات موروثة أو مكتسبة ، والقدرات العقلية كبيرة علي سلوك القائمين بالعلاقات العامة وهو يتعامل مع جمهوره ، وعند اتخاذه لقرارته ومواجهة المواقف المتعددة والمشاكل المختلفة والسعي لحلها .

(2) المكونات الشخصية :

هي من العوامل التي تساعد في تركيب مكونات الشخصية الصفات الفطرية الأساسية التي يولد بها الفرد مثل ذكائه ودوافعه والاتجاهات التي تؤثر علي علاقته بالآخرين .

(3) النواحي الجسمية :

والتي تمثل في بنية الجسم من حيث النمو والنضج وحالة الجهاز العصبي والغدد الصماء والمظاهر الحركية والأمراض الجسمية ، فكل هذه النواحي تميز صاحبها في شخصيته تبعاً لحالتها، فسلامتها وصحتها تصبح من العوامل المؤثرة في التخفيف من الضغوط التي تواجه القائمين بالعلاقات العامة.

ب - الرضاء الوظيفي :

فالرضا الوظيفي حالة يتكامل فيها الفرد مع وظيفته . فالرضاعن العمل يحقق زيادة الإنتاج للعاملين بالعلاقات العامة ويساهم بقوة في تحقيق الأهداف الاستراتيجية للمؤسسة .

ج - الروح المعنوية :

وتعرف بأنها اتجاهات الأفراد نحو بيئة العمل ونحو التعاون النابع من ذاتهم. لبذل أقصى الطاقات في تحقيق الأهداف الموضوعية بمعرفة المؤسسة التي يعملون بها.

د - مدي تلبية الحاجات الأساسية :

من العوامل المسببة للضغوط النفسية علي القائمين بالعلاقات العامة ،عدم تلبية الحاجات الأساسية لديهم والتي في حاجات فسيولوجية بدنية مثل الحاجة إلي الطعام ، الهواء ، الماء ،الراحة ،السكن وغيرها.

هـ - الحاجة النفسية :

فالقائم بالعلاقات العامة لا يتأثر فقط بما يجري في العمل أو بعوامل البيئة التي يعيش فيها فحسب ، ولكنه يتأثر أيضا بحالته النفسية وتنعكس علي سلوكه في عملة وتعامله ،مما يشكل عليه ضغطاً نفسياً يؤدي إلي عرقلة علاقاته بالآخرين ، لذا لابد من تهيئة الجو المناسب للقائمين بالعلاقات العامة للعمل بالرضا التام والنفس السليمة مما ينعكس إيجابيا علي حاجاتهم النفسية والعاطفية وتلبية رغباتهم حتي يحققوا أنشطتهم وبرامجهم بالصورة المطلوبة (مصطفى ، 2009 ، ص 295)

المبحث الاول

وظيفة أجهزة العلاقات العامة

عند تحديد مسؤوليات جهاز العلاقات العامة وما يؤدي من أعمال ومهام ذلك ان العلاقات كأنشطة تمارس في المؤسسات والهيئات والمنظمات يجب أن يسند الى جهاز متخصص في أداء هذه الأعمال ان توصيف المهام والأعمال الذي يقوم به جهاز العلاقات العامة يحدد طبيعة المسؤوليات التي يتحملها هذا الجهاز.

وفي دراسة سابقة ظهرت عام 1966م يوسف سام بلاك مسؤوليات جهاز العلاقات العامة على النحو التالي :

1. يقوم جهاز العلاقات العامة في المؤسسة أو الهيئة بالعمل في كافة الأنشطة والعمليات المختلفة التي من شأنها تنمية وتطوير فهم المؤسسة أو خارجها.
2. التدخل العلمى للتوجيه في تعديل أفكار الجماهير نحو المؤسسة أو الهيئة .
3. العمل المستمر من أجل اكتشاف مصادر سوء الفهم الذى يوجد لدى الجماهير نحو المؤسسة او الهيئة .
4. العمل علي توسيع نطاق التأثير الذى تمارسه المؤسسة أو الهيئة وذلك عن طريق استخدام وسائل وأدوات الاتصال المباشر والإعلام الجماهيري المختلفة .
5. العمل المتصل لتنمية وتطوير وتحسين الإتصال المستمر بين الجمهور وثبيت المؤسسة.
6. إن العلاقات العامة لا تقف عقبة في وصول الحقائق إلى الجماهير كذلك فهي ليست ضرباً من الدعاية يقدر ما هي جهود تعتمد علي الصدق والموضوعية مستندة الى القيم الاخلاقية وتعمل لفائدة المجتمع (شعبان ، 2008 ، ص 35)

7. العلاقات العامة قد تفيد في المجالات التجارية غير انها ليست بالضرورة أحد أهدافها التجارى- فهي لا تقوم من أجل تحسين نظم البيع والتجارة .

8. العلاقات العامة قد تؤدي الى تحسين الديمقراطية ولكنها لا تستخدم في مجال الدعاية للمؤسسات الحزبية والسياسية ويجب أن لا تشترك أجهزة العلاقات العامة في مثل هذه الأنشطة التي تجدها الى مشكلات حزبية .

وإيماناً من الدولة بأهمية الدور الذى يمكن أن تقوم به وظيفة أجهزة العلاقات العامة في تأثير في الجماهير وتدعيم للروابط والعلاقات بين الحكومة وبين جماهير المواطنين فإنها قد أصدرت قانوناً ينظم إنشاء بعض المؤسسات المسئولة عند تدعيم العلاقات العامة ومن هنا تم إنشاء وزارة الارشاد في عام 1952م وكذلك إنشاء أجهزة متخصصة للإعلام كالهيئة العام للاستعلامات، وكذلك انشأت الوزارات والمصالح الحكومية أقسام وإدارات للعلاقات العامة. لقد وضح حتى الان أن العلاقات العامة في اى مؤسسة أو هيئة مجالان للعمل ؛

فالعلاقات العامة تعمل مع نوعين من الجماهير وتلك هى مسئولية جهاز العلاقات العامة .فيتعامل من ذلك الجهاز مع أعضاء الجمهور الداخلي للمؤسسة ويتعامل مع الجمهور الخارجي لنفس المؤسسة ومن هنا فإن تنظيم العلاقات العامة يجب ان تضع في اعتبارة عند تشكيل جهاز العلاقات العامة هذه المهام والوظائف الاساسية(شعبان ، 2008 ، ص36) ويقصد بوظائف العلاقات العامة عملية تحويل الأهداف الى مجموعة من الأنشطة العملية التى تمارسها العلاقات العامة خلال العام وتثبت البحوث العملية حقيقتين وهما:

أ. أختلاف الوظائف للعلاقات العامة من منظمة لأخرى حتى لو كانت المنظمات متماثلتان في النشاط والحجم .

ب. أن هناك عادة اختلاف بين الوظائف المحددة رسميا لافراد العلاقات العامة في وصف الوظائف التى يمارسونها بالفعل.

- والخلاصة ان مدير العلاقات العامة مسئول عن تحويل الأهداف التي حددتها لوحده (إدارته) الى أنشطة تمارس يومياً بكفاءة وفاعلية ، وهذه الوظائف لا تخرج كثيراً عما يلي:
1. تعريف الجمهور بالمنظمة ، وشرح السلعة أو الخدمة التي تنتجها بلغة سهلة بسيطة بغية أهتمام الجمهور بها .
 2. شرح سياسة المنظمة للجمهور ، وشرح أى تعديل أو تغيير فيها ، بغية قبولة إياها وتعاونها معها.
 3. مساعدة الجمهور على تكوين رؤية وذلك بمدد بكافة المعلومات ، ليكون راية مبينا على أساس من الواقع وأساس من الحقائق.
 4. التأكد من أن جميع الأخبار التي تنشر على الجمهور صحيحة وسليمة من حيث الشكل والموضوع.
 5. مد المنشاء بكافة التطورات التي تحدث في الرأي العام .
 6. حماية المنشأة ضد أى هجوم قد يقع عليها نتيجة نشر أخبار كاذبة او غير صحيحة عنها.
 7. تهيئة جو صالح بين المنشأة والأفراد ، وبين الأفراد وبعضهم البعض داخل المنشأة.
 8. أخبار الإدارة العليا للمنشأة برد فعل سياستها بين فئات الجمهور المختلفة.
 9. بحث وتحليل وتلخيص جميع المسائل التي تهم الإدارة العليا والمستويات ورفعها إليها
 10. مساعدة وتشجيع الاتصال بين المستويات الإدارية العليا والمستويات الدنيا وبالعكس.
 11. التأكد من ان أهداف المنشأة وأغراضها وأعمالها تلقى الاهتمام الكافي من فئات الجمهور المختلفة.
 12. تعمل كمنسق بين الإدارات المختلفة في المنشأة لتحقيق الأنسجام بين بعضها البعض وبينها وبين الجمهور الداخلي والخارجي.

13. تعمل كمستشار شخص لأعضاء مجلس الإدارة ولجميع الأفراد في المستويات الإدارية العليا

ويرى كل من سنتر وبروم أن العلاقات العامة تنهض بمجموعة وظائف هي:

1. تسهيل وتأمين انتقال الاراء بين طرفين هما:

الجمهور والمنظمة وذلك بهدف خلق التوازن بين سياسات المنظمة من جانب واحتياجات الجمهور من جانب آخر.

2. أطلاع المسؤولين في المنظمة على السبل المناسبة لتنفيذ البرامج العلمية والاتصالية بهدف مضاعفة درجة القبول نحو المنظمة.

3. تقديم المشورة وتنفيذ البرامج المعدة بهدف الاستفادة من توسيع دائرة التفاعل بين السياسات والعمليات التنفيذية من جهة وزيادة العلاقات الايجابية من جهة أخرى . (شعبان ، 2008 ، ص 38)

ومن ضمن وظائف أجهزة العلاقات العامة أيضا .

1. تخطيط برامج العلاقات العامة.

2. إجراء البحوث والدراسات بما في ذلك أستطلاع اراء العاملين وال جماهير الخارجية وتوصيلها للادارة العليا.

3. الإعلام والنشر عن المؤسسة وموظفيها وأنشطتها وانجازاتها وتاريخها وخططها المستقبلية بإستخدام كافة وسائل الاتصال الحديثة.

4. متابعة توصيل وجهة نظر المؤسسة قراراتها وسياساتها للجماهير.

5. توصيل وجهة نظر الجماهير وموافقتهم واتجاهاتهم ومقترحاتهم للادارة .

6. متابعة ما ينشر في وسائل الإعلام وإعداد الملفات والتقارير عنها ورفعها للادارة العليا.

7. القيام بوظيفة الاستعلامات والإجابة على أسئلة جماهير المؤسسة والرد على ما ينشر حول المؤسسة .
8. أستقبال الضيوف وإعداد البرامج والضيافة اللازمة لهم .
9. تنفيذ البرامج الثقافية والترفيهية والرياضية والاجتماعية للعاملين .
10. الترتيب للقاءات مسؤولي المؤسسة بالعاملين والصحفيين ورجال الإعلام.
11. تنظيم المؤتمرات المتخصصة والمؤتمرات الصحفية والندوات والمحاضرات والمعارض والاشتراك بها.
12. الإشراف على مطبوعات المؤسسة.
13. تنظيم الحملات الإعلامية والحملات الإعلانية.
14. دعم النشاط التسويقي والإعلانى للمؤسسة.
15. العمل المستشار للإدارة العليا (الصيرفي ، 2005 ، ص 78-79)

المبحث الثاني

فعالية العلاقات العامة في المؤسسات

الصورة الذهنية والمكانة الاجتماعية وترسيخها من خلال العلاقات العامة
مفهوم الصورة الذهنية:

وهي تعنى شكل أو صفة الشئ كما فهمها الإنسان وتزويدها وأستقرت في ذهنة أو عقلة
فهي صورة ذهنية أو صورة عقلية لان الصورة موجودة فيها.

وكان العلماء العرب في مقدمة من أستخدام الصورة الذهنية بشكل واضح حيث
ميزوها بانها عبارة عن صور موجودة في ذهن الإنسان عن الأشياء وبينو أهمية الادراك في
حصول الصورة في العقل الإنساني.

ورغم تقدم العرب غور أسبار الصورة الذهنية إلا ان عدد العلماء في الغرب نشرو
بعض المؤلفات كان لها أثرها في تحديد ونشر مفهوم الصورة الذهنية ومنها كتاب تطوير
صورة المنشأة للكتاب الامريكي لى بريستول 1960م.

وتكوين الصورة الذهنية عملية جركية تتغير حسب تطور الواقع الاجتماعي وتغيير
الأوضاع الأقتصادية والفكرية والظروف السياسة والثقافية لذلك فهي لا تتصف بالثبات
والجمود وانما تتسم بالمرونة والتفاعل المستمرة فتتطور وتنمو وتتسع وتعدد وتقبل التغير
طوال الحياة ولذلك فالصورة الذهنية نتاج عمليات تفاعلية نتيجة تأثر معارف الإنسان بعوامل
عديدة منها المكان الذى يحيا فيه موقعة من العالم الخارجي والعلاقات الشخصية وروابط
الاسرة والجيران والأصدقاء المحطين به والزمان والمعلومات التاريخية والاجتماعية التى
يحصل عليها (الدليمي ، 2005 ، ص 65)

ويؤسس الإنسان صورته الذهنية عن الاشياء أو الأشخاص عن طريق التجارب
المباشرة والتجارب غير المباشرة وترتبط هذه التجارب بعواطف الأفراد وإتجاهاتهم ونتيجة
خبرات الفرد واطلاعاته تكون صورة ذهنية مخترنة تتضمن معارف ومعلومات بانتظار

صور وافدة جديدة والتي يمكن أن تؤثر في الصورة المختزنة ولذلك فإن نوعية المعلومات (9) المختزنة لدينا عن الآخرين هي التي تقدر صورهم في عقولنا فإن كانت هذه المعلومات إيجابية كانت الصورة إيجابية والعكس صحيح أيضا وهذا لا يعنى عدم وجود بعض الصور الغامضة أو غير واضحة المعالم بسبب تناقص في المعلومات التي تلقاها الفرد فالتنافس والأنسجام في محتويات الصورة من حيث نوعية المعلومات والتجارب الشخصية المباشرة تؤدي الى تكوين صورة قوية متماسكة وهذا ما ينعكس بدوره على الوضع النفسى للفرد فيبدو في حقيقته شخصا مستقرا نفسياً

تعريف الصورة الذهنية: (عوجة ، 1997 ، ص 6-8)

إذا كان مصطلح الصورة الذهنية لا يعنى بالنسبة لمعظم الناس سوى شئ عابرا وغير حقيقي او شئ مجرد وهم ، فان قاموس ويبستر في طبيعته الثانية قد عرض تعريفاً لكلمة image بانها تشير الى التقديم العقلي لاي شئ لا يمكن تقديمه للحواس بشكل مباشر. أو هي أحياء أو محاكاة لتجربة حسية كما أنها تجربة حسية إرتبطت بعواطف معينة وهي أيضا أسترجاع لما اختزننته الذاكرة أو تخيل لما ادركته حواس الرؤية أو السمع أو اللمس أو الشم أو التذوق وهناك تعريف اخر للصورة الذهنية قدمه كينيث بولرنج من خلال تعريفه لصورة المرشح في الانتخابات بانها (مجموعة الانطباعات الذاتية التي تتكون عنه في أذهان الناجسين ، وهذه الانطباعات يمكن ان تكون أفكارا عن القيم السياسية للمرشح او عن شخصية او قدرته القيادية ، ويتكون الكثير من هذه الانطباعات في مناصب رئاسة الدولة من خلال ماتبئة وسائل الاتصال الجماهيرية.

ويرى بولرنج "ان الصورة الذهنية تتبني على خبرات الانسان السابقة منذ لحظة الميلاد وربما قبل ذلك والانسان جنين في بطن أمة ، وتلقي الكائنات الحية رسائل مستمرة عن طريق الأحاسيس والصور تكون غير واضحة في البداية ثم يبدا الانسان بعدها يدرك

وجوده كشيء وسط عالم الأشياء ويكون هذا بداية التصور الذى يمكن وصفه بالادراك ،فاذا ما تقدم العمر بالانسان ازداد هذا التصور ليشمل في النهاية كل شيء موجوداً او حتى متخيل. ويرى جفكيز أن مفهوم الصورة الذهنية في العلاقات العامة يعنى (الانطباع الصحيح) والحقيقة أنها الانطباع الذى يتكون عند الأفراد بغض النظر عن كونه صحيحاً أو غير صحيح ،لانه كما يكون الانطباع صحيحاً اذا كونته معلومات صادقة ودقيقة يمكن ان يكون غير صحيح اذا كونته معلومات مضللة كما ان تأثير العواطف في تحديد معالم الصورة الذهنية يضيف اليها بعد اخر في رؤية المواقع عدم تكوين الصورة بناء على المعلومات التى تلقاها الأفراد وإنما تشوة هذه المعلومات وتترك على نحو لا يتفق مع الحقيقة بتأثير الاستعدادات السابقة لأفراد والاتجاهات ذات الصلة بما ينتج ادراكة ولعل جفكيز يقصد بالانطباع الصحيح ذلك الانطباع الذى ينبغى ان تحرص على تحقيقه العلاقات العامة في ممارستها التى يجب ان تستند الى المعلومات الصادقة.ويعدد (جفكيز) أنواع الصورة الذهنية فيما يلي(عجوة ، 1997 ، ص 8-10):

- الصورة المرآة : وهى الصورة التى ترى المنظمة نفسها من خلالها.
- الصورة الحالية : وهى التى يرى بها الآخرين المنظمة.
- الصورة المرغوبة : وهى التى تود المنظمة أن تكون لنفسها في اذهان الجماهير.
- الصورة المثلى: وهى أمثل صورة يمكن أن تحقق إذ أخرجنا في الاعتبار منافسة المنظمات الأخرى وجهودها في التأثير على الجماهير ولذلك يمكن أن تسمى بالصورة المتوقعة .

الصورة المتعددة :وتحدث عندما يتعرض الأفراد لممثلين مختلفين بالمنطقة يعطى كل منهم أنطباعاً مختلف عنها ومن الطبيعي أن لا يستمر التعدد طويلاً فاما يتحول الى صورة إيجابية أو صورة سالبة أو أن يجمع بين الجانبين صورة متعددة لا إيجابية ولا سلبية.

طبيعة الصورة الذهنية:

وتتوقف قوة الصورة أو ضعفها عند الأفراد الذين تتكون لديهم تبعاً لدرجة الاتصال بينهم وبين المؤسسات المختلفة ، ومدى اهتمامهم بهذه المؤسسات أو تأثرهم بنشاطها. ويمكن التعريف على هذه الصور وقياس التغيرات التي تطرأ عليها رغم ان هذه التغيرات تكون غالباً بطيئة. كما أنه من الطبيعي أن يصعب على الفرد تكوين صورة عن شئ لم يعرفه، كما أن الصورة التي تتكون عن أشياء بعيدة تكون غالباً ضعيفة وقابلة للغير وقد نشأ الاهتمام بالصورة الذهنية في عصرنا هذا من حقيقة مؤداها أن الناس يفترض أن تكون لديهم صور صحيحة عن أشياء كثيرة كالولايات المتحدة الأمريكية، او الاتحاد السوفيتي، او الشعوب الافريقية وغيرها كثير وقد لا يعرف الناس شيئاً عما تقدم ذكر من الشعوب ادا اتحادات وشركات او غيرها، ولكنهم إذا ما تلقوا معلومات كثيرة عنها وتكونت بالتالى صور معينة في أذهانهم فانه يصعب تغيير هذه الصور تغيير حاسماً في الظروف العادية.

فصورة العربى أو الاسرائيلى عند الشعب الأمريكى تكونت نتيجة للدور الذى مارسته لفترة طويلة _وسائل الاتصال الجماهيرية في الولايات المتحدة، ونتيجة للأحداث التى شهدتها المنطقة العربية ونقلتها هذه الوسائل، هذه الصورة يصعب تغييرها بين يوم وليلة. فمن الضروري ان يبذل الأفراد جهداً مميزاً لانهم بصدد الانقلاب على قيم أنفق عليها وقد يؤدى هذا الاستغلال في التفكير الى الانحراف بهم عن فكر أصدقائهم الذين هم الى حد ما اصدقاء لانهم شركاء في نفس التفكير والميول والاتجاهات والمصالح والأهتمامات.

ولذلك فان عملية تغيير الصور تكون في بعض الحالات مؤلمة ،وقد تحدث صدعاً في العلاقات بين الاصدقاء ،وقدتؤدى الى توتر العلاقات بينهم كما أن بعض الأشخاص في ظروف عمرية أو صحية اوفي ظل صراع عاطفى يرفضون أى محاولة لتغيير الصور التى

تكونت لديهم ،على الرغم من ان ذلك قد يؤدى الى التضحية بفقد هؤلاء الذين يلحون عليهم لاحداث التغيير .

فالأنسان في أغلب الأحوال يميل الى التمسك بما لديه من صور كما انه يتعصب لهذه الصورة ويحيز لها ،فلا يقبل التعرض لاي رسالة لاتتفق معها كما انه يتركز المواقف والتفاصيل التى تزعم الصورة الذهنية التى تكونت في وقت ما

وأستقرت وأصبحت ذات اثر كبير في تقديره لما يحدث بعد ذلك،ورؤيته للواقع وتخيـلة للمستقبل ،وهذا لا يعنى ان الصورة التى تكونت في أذهان الأفراد تظل ثابتة في معالمها اى تغيير في مختلف الظروف والاحوال فالصورة عملية ديناميكية وليست عملية استاتيكية ،ولذلك فهى لا تتصف بالثبات والجمود وانما تتسم بالمرونة والتفاعل المستمر ،فتتطور ،وتتمو ،وتتسع ،وتتعدد،وتتعمق ،وتقبل التغيير طوال الحياة.

العلاقات العامة والصورة الذهنية:- (عجوة ، 1997 ، ص 12)

يرى بول جاريت أحرر أحد رواد العلاقات العامة، والذي تولى مسئوليتها في شركة جنرال موتورز الامريكية 1931م أن العلاقات ليست وسيلة دفاعية لجعل المؤسسة تبدو في صورة مخالفة لصورتها الحقيقية وانما هي الجهود المستمرة من جانب الإدارة لكسب ثقة الجمهور من خلال الأعمال الى تخطى باحترامة.

وقد أكد هذا التعريف كما يقول الدكتور على عجوة على أهمية الجهود التى تبذل من أجل تكوين صورة طيبة في أذهان الجماهير تعبر عن الواقع الفعلى المشرق للمؤسسة بلا خداع أو تزيف. ومن ثم فإن مفهوم الصورة الذى تسعى العلاقات العامة الى بلورته في أذهان الجماهير يستند الى الحقيقة ويلتزم بالصدق والصراحة والوضوح ،وهى مبادئ أساسية أجمعت عليها دساتير العلاقات العامة في مختلف المجتمعات .

ورغم أن تغيير صورة المؤسسة قد لاقى رواجاً كبيراً واستخداماً عدد كبير من رواد العلاقات العامة في مناقشاتهم وممارساتهم المهنية إلا أن دلالة هذا المصطلح قد تعرضت للتشوية الذى تعرضت له مهنة العلاقات العامة نفسها (حجاب ، 2007 ، ص 183-185) وقد فسر إدوارد بيرنيز وهو أحد الاسماء اللامعة التى أسهمت في تقنين العلاقات العامة هذا التشوية الذى أصاب مصطلح صورة المؤسسة بسبب كثرة استخدام هذا التعبير ويقول إن استخدام هذه الكلمة يجعل القارئ يعتقد أن العلاقات العامة .

تعتمد على الخداع والأوهام ،وتقلل هذه الكلمة من قيمة مهنة العلاقات العامة التى تعتمد على الحقائق المؤكدة في مجالات السلوك والاتجاهات والأفعال ،والتي تتطلب قدرة على تقويم الرأي العام وتوجيه النصح للعملاء او العاملين حول كيفية كسب تأييد المجتمع لأهداف المنشأة وإعلام الجمهور واستمالته.

ومن الثابت أن الانحرافات التى تحدث في ممارسة أى مهنة تسئ الى صورة هذه المهنة وتخلق الضرر بسمعة المشتغلين بها. ورغم ذلك فلم يحكم أى مهنة بالإعلام لمجرد انحراف عدد من المشتغلين بها أو الانضمام بعض الغرباء أو الدخلاء إليها. وإذا كانت إحدى المجالات الصادرة في الولايات المتحدة الأمريكية قد نشرت تحقيقاً ذكرت فيه ان شركات الأعمال في حاجة الى تغييرات أساسية في سياستها أكثر من حاجتها الى الأعيب العلاقات العامة، فإن ذلك لا يعنى نهاية الأمل في إنقاذ هذه المهنة التى أصبحت ضرورة هذا العصر ولا شك ان ما تعانيه صورة مهنة العلاقات في الولايات المتحدة الأمريكية من تشوية وتفسيرات خاطئة هو أمر يتكرر في كثير من المجتمعات على نطاق أكبر ففي مصر يعتقد الكثيرون ان العلاقات العامة لا تعنى سوى المظهر الجميل والشد على أيدي الضيوف ،وتقديم الخدمات المختلفة ،وترتيب الرحلات، وقد كان للممارسات غير العلمية من اناس لم

يؤهلو عملياً في مجال العلاقات العامة أثر كبير في تكوين هذه الصورة عن مهنة العلاقات العامة.

ولتحسين الصورة الذهنية للمنظمة لا بد من النظر الى موضوع هوية الشركة وفي هذا مجال يؤكد ألسيون على أن هوية الشركة مقابل الصورة الذهنية للشركة ويقول أحياناً ما يختلط علينا فهم الفرق بين مصطلح " هوية الشركة "ومصطلح الصورة الذهنية للشركة" نظراً لتداخل الشديد بينهما فمصطلح "الهوية" يشير إلى ما تكاد المنظمة نشرة (سواء كان بقصد أو بغير قصد) عبر طرق متعددة بينما صورة الشركة الذهنية تعكس الطريقة التي يراها بها الآخرون حقيقة ،فالصورة هي التصور الذى يدركه المرء، وتتواجد فقط داخل عقل متلقيها. ولكى يكون الجمهور تلك الصورة فإنهم يفسرون الهوية داخل نطاق أوسع وذى إتجاهات أشمل وأعم.

تكوين الصورة الذهنية:(حجاب ، 2007 ، ص 186)

ليست الصورة الذهنية مجرد كم من المعلومات فقط ،ولكن يتم إضفاء هذه المعلومات وتجميعها والاحتفاظ بها وفقاً لما يتفق مع البيئة التى يعيش فيها الإنسان ويتكيف معها. لان الصورة الذهنية تتألف من مكونات كثيرة من المعلومات والحقائق والمعارف والاتجاهات النفسية والتصورات والأنماط الجامدة، ويتم إكتسابها عن طريق الخبرة المتراكمة لدى الفرد عبر سنوات حياته ،ويتأثر تكوين الصورة الذهنية بالبيئة التى يعيش فيها الفرد وموقعة من العالم ،وطبيعة الوقت ونوعية المعلومات التاريخية للحضارات الإنسانية لدية، وطبيعة العلاقات الشخصية والاسرية وعلاقات الصداقة والسلوكيات السائدة في المجتمع ونوعية المشاعر والأحاسيس والأنفعالات ، وتتأثر الصورة الذهنية بمجموعة عوامل تؤدي الى إحداث تغيرات فيها سواء بالسلب او بالايجاب اهمها:

أ. الأحداث المثيرة (الوقائع الحالية):

مثل الحروب والكوارث والأحداث السياسية الهامة وغير ذلك من الأحداث المثيرة للانتباه لأهميتها أو غرابتها وعدم اعتياد الناس عليها.

2. الأحداث المتركمة:

ويستغرق حدوثها أو تأثيراتها فترة طويلة من الوقت أو تتكون من عدة مكونات وأحداث صغيرة يومية أو شبة أسبوعية أو لا يظهر تأثيرها إلا عندما تكتمل أو تقترب من الاكتمال

ومن هنا تظهر خطورة وسائل الإعلام في تشكيل الصورة الذهنية للأفراد وجعلها تشكل الإطار الدلالي لديهم عن طريق المعلومات والآراء التي تنشرها وتزيعها في إطار اهتمام الوسيلة أو عدم الاهتمام بموضوعات معينة وإغفال الأخرى ، الأمر الذي يؤثر بدرجة أو بأخرى على تشكيل الصورة الذهنية لدى الأفراد.

دور وسائل الإعلام وتشكيل الصور الذهنية: (حجاب ، 2007 ، ص 187)

تقوم وسائل الإعلام بامداد الفرد بالمعلومات المختلفة عن كافة مناحي الحياة ، وقد تزايد تعرض الفرد لوسائل الإعلام بصورة هائلة منذ فترة الخمسينات والستينات من هذا القرن ، وأصبحت أهم مصادر المعرفة والمعلومات لديه خاصة بعد التطور التكنولوجي وثورة الاتصالات والمعلومات التي تعيشها الآن ومن ثم تزايد فاعليتها وقدراتها التأثيرية على الجمهور ومن ثم قدرتها على خلق آراء وأتجاهات لديهم وأصبحت هذه الصورة الذهنية هي نفسها التي تستهدفها تجاة الأشخاص والأشياء والمنظمات والدول ويتأكد دور وسائل الإعلام من خلال مجموعة من العوامل منها:

- الجهود الإعلامية للشركات المنافسة ، وتأثيرها على صورة المنظمة.

- التغطية الإعلامية للأحداث الخاصة بالمنظمة في وسائل الإعلام الجماهيرية ومدى

سلبيتها أو ايجابيتها.

- حجم الأهتمام الذى تولية وسائل الإعلام الجماهيرية لأخبار المنظمة.
- وتقوم وسائل الإعلام بدور كبير في مجال صنع وترويج الصور الذهنية وتضخيم هذه الصورة المنطبعة لدى جماهيرها ، وطبعها بقوة في أذهانهم الى الحد الذى يشعر فيه المتلقي أنه فعلاً التقى بالشخصيات التى تتناولها وسائل الإعلام

الابعاد النفسية والاجتماعية للصور الذهنية:

لقد منح الله سبحانه وتعالى الإنسان جهازاً عصبياً فريداً يميزه عن بقية مخلوقاته ،وممكنه من استعمال اللغة من خلال الرموز للدلالة على المعانى والتعبير عن أفكار وعواطفه. ويتفق علماء النفس أن الرموز اللغوية هي أرقى أنواع الرموز وأكثرها قدرة على نقل الأفكار والاتجاهات والآراء واللغة عندهم ومجموعة الرموز التى تنقل المعانى من إيهام الأحاسيس الى نور الفكر ، وان الرموز المصورة لا تقوم مقام الألفاظ اللغوية وأن أدق الرموز للتعبير عن الأفكار هي الكلمات اذ إستخدمت إستخداماً عقلياً واعياً.

وجاء في القرآن الكريم وتجسيدا لفكرة الانفاق وتقريباً لمعنى الجنة لبعض النفوس التى لا تؤمن إلا بالمحسوس قوله تعالى : (مثل الجنة التى وعد المتقون فيها أنهار من ماء غير أسن وأنهار من لبن لم يتغير طعمه وأنهار من خمر لذة للشاربين وأنهار من عسل مصفى ولهم فيها من كل الثمرات ومغفرة من ربهم(15)) سورة محمد ، الاية 15 .

لذا على المؤسسات أن تقدم نفسها للجماهير من خلال المعتمد على الكلمات في معظم الأحيان والرموز غير اللفظية في بعض الحالات ،وهذه الرموز ترجمة لصور ذهنية تحمل معلومات عن واقع معين . وبالتالي تتم رؤية واقع المؤسسة بطريقة غير مباشرة فيما يتم إغفال جوانب أخرى من الواقع الذى تعيشه المؤسسة ،وهنا يتميز التقديم غير المباشر بثلاث صفات أساسية هي الجزئية والتلوين وعدم الدقة ،فالصورة الجزئية تمثل جزءاً من الواقع الكلى بمعنى أن أي رسالة لمؤسسة ما لا تمثل الإجزاء من المنظومة المعلوماتية

الشاملة لتلك المؤسسة وتعتبر في نفس الوقت مؤشراً للصورة الكلية التي يصعب جمع المعلومات الكاملة عنها.

اما التلوين فإن أي رسالة إعلامية وبالاخص عبر وسائل الاتصال الجماهيرية تتأثر معانيها وتتغير معالمها فتضاف لها بعض المعانى وقد تفقد بعضها ،وذلك بسبب المنافسة من المؤسسات الشبهة أو من خلال الدعاية المضادة لها (قناة الجزيرة تطلق على ما يحدث في ليبيا " ثورة " وأن من قام بها " ثوار " أما قناة العربية فتصفه (بالحرب الليبية).

اما ما يتعلق لعدم الدقة ففى بعض الأحيان يلجأ رجل العلاقات العامة الى صياغة أفكار رسالته متحرياً الدقة لنقل أفكاره لجمهوره، فالمصدر يضع أفكار رسالته في رموز لغوية والتي تنقل بواسطة وسيلة إعلامية الى المتلقى الذى يتعرض لها ويعمل على فك الرموز وفق إطارة الدلالى ويستخلص منها الأفكار التى تكون تصويراً ذهنياً لواقع معين، وهنا تكون عملية الاتصال قابلة للتشويش، فتنتج صورة ذهنية تتصف بعدم الدقة بسبب الكلمات او الأساليب غير المناسبة لمتلقي الرسالة (مصطفى ، 2016 ، ص 289)

المبحث الثالث الدبلوماسية

أصولها – مفهومها – تعريفها تطورها :

نشأت العلاقات الدولية منذ أن نشأت الجماعات البشرية وقامت القبائل وتطورت وعرفت الحرب والسلم والصفقات التجارية ،ونستطيع أن نقول أن هذه العلاقات قديمة قدم وجود الإنسان وتطور المفهوم الحديث إلى علاقات بين الدول ،وأن الدول كل منها يضع السياسة الخارجية التي تخدم مصالحه ويحترم اهدافه ويحدد الأدوات التي تحقق تنفيذ هذه السياسة ولكننا في عصرنا الحديث نجد أن الدبلوماسية من أهم أدوات تنفيذ السياسة الخارجية خاصة في وقت السلم لأنها ترمى الى إقامة السلم وصيانة السلام العالمي وهى الوسيلة للحفاظ على العلاقات الطيبة بين الدول ورعاية مصالحها المشتركة. ومن هنا لابد لنا من الأهتمام بدراسة معرفة أصولها ومفهومها وتطورها حتى يومنا هذا لتتعرف على التطور التاريخي والموضوعي للدبلوماسية.

والدبلوماسية كما وردت في كتاب السفير عبد الفتاح شبانة كلمة يونانية الاصل مشتقة من (Diploma) وتعنى الوثيقة ، والدبلوماسية هى علم وفن ،فهى علم إدارة العلاقات الدولية بين الدول بالوسائل السلمية والتعامل مع الغير والتفاوض معه، ولها قواعدها وأسسها الى تتطور باستمرار وفقاً لما يطرأ على المجتمع الدولي وما يسوده من مبادئ ،وقديماً قيل (إنما نتكلم المواضع عندما يصمت الدبلوماسي) وأن الحرب استكمالاً لجهد الدبلوماسيين بطريقة أخرى (محمد زين ، 2005 ، ص 49)

كما قيل (أن الدبلوماسية هى فن التوفيق بين المصالح المتعارضة ، ويعرفها ايضا الدكتور فؤاد شباط في كتابه الدبلوماسية ويعرف الدبلوماسية معناها الوثيقة أو الشهادة التي تتطوى على نفسها والتي كانت تصدر عن الشخص الذى بيده السلطة العليا في البلاد،

وتخول حاملها امتيازات خاصة ، ولم تدخل هذه اللفظة المعجم الدولى إلا منذ أوسط القرن السابع عشر عندما حلت محل لفظة المفاوضة .
الدبلوماسية ومفهومها :

تعريف بأنها التفاوض في الاتفاقيات بين الدول السياسية وأنها إدارة العلاقات الدولية عن طريق المفاوضات وانها عملية التمثيل والتفاوض التى تجرى بين الدول والتى تتناول علاقاتها ومعاملاتها ومصالحها كما يمكن القول بأن الدبلوماسية تعنى القدرة على إستخدام الزكاء واللباقة في إدارة العلاقات الرسمية بين حكومات الدول المستقلة ومن أجل توظيف الدبلوماسية يجب تعلم أصولها وفنونها باعتبارها علم وفن حيث لا قيمة للعلم بدون تطبيق أو ممارسة سيما المقترنه بالفن والموهبه والإبداع لدى ممارسيها.

وتلعب الدبلوماسية دوراً فعالاً في تنفيذها أهداف السياسة الخارجية للدول وهذا الدور يتطلب بالضرورة استعمال مجموعة من الأدوات وتوظيف جملة من الموارد منها شبكة السفارات والقنصليات والملحقيات. إضافة إلى مجموعة من وسائل الاتصال الدولى وأستثمار الخبراء والمستشارين والمتخصصين في الشؤون الخارجية.

وتعمل الدبلوماسية في الأغلب على معالجة الخلافات بين الدول وفتح المسالك بينها في وقت السلم ولهذا فإن مهمة المبعوث الدبلوماسي أيا كانت وظيفته تفرض عليه بذل كل الجهود باستمرار لإيجاد قنوات سليمة ودية للعلاقات بين دولته والدولة التى يعقد لديها والعمل على تتميتها بكل السبل والوسائل المتاحة بشكل سليم وصولاً إلى الأهداف المطلوبة
(محمد زين ، 2005 ، ص 50)

تعريف الدبلوماسية:

عند الدكتور عدنان البكرى في كتابه (العلاقات الدبلوماسية والقنصلية) أن الدبلوماسية عملية سياسية تستخدمها الدول في تنفيذ سياستها الخارجية في تعاملها مع الدول والأشخاص الدوليين الآخرين وإدارة علاقتها الرسمية بعضها مع بعض ضمن النظام الدولي (شلبي ، 1989 ، ص 522)

وايضاً هي علم وفن ادارة العلاقات بين الأشخاص الدوليين، وهي مهنة الممثلين الدبلوماسيين، أو الوظيفة التي يمارسها الدبلوماسيون وميدان هذه الوظيفة العلاقات الخارجية للدول والأمم والشعوب (خلف ، 1997، ص 73) .

ايضاً هي علم وفن إدارة العلاقات الرسمية بين الدول يدرس كيفية إدارة وتنظيم تلك العلاقات وتبادل البعثات وتسوية الخلافات ،وفن يعكس أسلوب ممارسة العلاقات الدبلوماسية بواسطة السفراء المبعوثين كل بطريقته الخاصة (الشامي ، 1995 ، ص 32) التطور التاريخي للدبلوماسية:

تمتد أصول الدبلوماسية الى التاريخ القديم حيث نشأت المجتمعات المستقرة ،إذ كان من الضروري أن تتفاعل تلك المجتمعات في إطار علاقات التعاون كل المشاكل التي تظهر بينهما من حين لآخر ذلك أن قيام بعض المصالح المشتركة أو المتضاربة في بعض الاحيان بين تلك المجتمعات أدى بالضرورة الى ظهور حركة تفاعل سلمي تمثلت في مظاهر عديدة كتبادل المنافع والاتفاق على تحقيق الأهداف المشتركة وحل النزاعات التي تنشأ من حين لآخر بسبب الصراع على القيم السائدة في ذلك الوقت ،كالصراع على مناطق الصيد أو مصادر المياه (مصباح ، 1994 ، ص 20)

الدبلوماسية في العصور القديمة:

عرفت المجتمعات البدائية في العصور القديمة الدبلوماسية بطريق الفطرة ،وإن كانت هذه الدبلوماسية ثابتة لان الشعوب يومئذ ما كانت توفد البعثات وتستقبلها إلا حيث تدعو

الحاجة الماسة كلما تحدث مشكلة تتطلب حلاً، أوضحت مسألة تهم الطرفين المتنازعين، فتقدم تلك البعثات ذات الصلة الوقتية تلك المهام من مبدئها الى منتهاها ،دون أن تكون هناك حاجة الى إقامة دائمة لممارسة العمل الدبلوماسي على أرض تلك الدولة، وكان ذلك أمراً حتمياً بحكم بدايئة المجتمع آنذاك إذ لم تصل له درجات التطور والمصالح المشتركة الى الحد الذي يبرر إنشاء وإقامة علاقات دبلوماسية دائمة -وإنه على الرغم من الحالة الفطرية التي كان يعيشها أقوام العصور القديمة الا انهم أقاموا وزناً كبيراً لعملية التفاوض لضمان نجاح مفاوضاتهم بالطرق الودية أستهدافاً لتحقيق المصالح المشتركة فاجتهدوا في إختيار الأكفاء من ذو المواصفات لتلتقي مع ما يرمون إليه من غايات وادركوا بفطرتهم كذلك ضرورة توفير الضمانات والحصانات للرسل لتكون عوناً لهم على أداء رسالتهم ولذلك ظهرت بينهم قواعد حسن الاستقبال وكرم الضيافة للرسل المبعوثين حتى يتهيأ الجو صافياً لإنجاح عملية المفاوضات (مصباح ، 1994 ، ص21)

الدبلوماسية في عهد الاغريق:

عرف اليونان القدماء نظاماً سياسياً لم تعرفه الأقوام التي سبقتهم ويتركز هذا النظام في شكلة العام على وجود مجموعة من المدن المجاورة المنتشرة في جبال اليونان وسواحلها ووديانها وفي الجزر الغربية وكان يطلق عليها (دول المدينة) وبطبيعة المعطيات الجغرافية والاجتماعية التي كانت سائدة في بلاد اليونان الأمر الذي دفعها الى ضرورة البحث في سبل التعاون وحل المشاكل التي تواجه حركة التفاعل فيما بينهما ، وبين جيرانها من الشعوب الأخرى غير الإغريقية ، ولذلك عرف اليونان القدماء العلاقات الدبلوماسية وأسهموا في إرساء دعائمها وتطويرها، من خلال تبادل الشعارات والرسل بين مختلف دول المدينة وبين الشعوب الأخرى المجاورة لها وفي هذا الإطار تكونت في عهد الإغريق مجموعة من القواعد الخاصة بالتمثيل الدبلوماسي، كالقواعد المتعلقة بحصانة السفراء وبأصول معاملتهم

وإستقبالهم ،الى جانب الحرص على إختيار المبعوثين والرسل في المستوى المناسب لاداء المهام التى توكل اليهم.

وتتمثل مظاهر الدبلوماسية عند الإغريق فيما يلي:

1. وجود مجموعة من القواعد الخاصة بالتمثيل الدبلوماسي وفي مقدمتها القواعد الخاصة بحصانة السفراء وبأصول معاملتهم وإستقبالهم .
2. اللجوء الى أسلوب التحكيم عند نشوب النزاعات.
3. عقد المؤتمرات الإقليمية لأجل التوصل الى مبادئ عامة تحفظ المصالح المشتركة وتلتزم الأعضاء بتطبيقها.

ولقد عرفت هذه الحضارة بظهور الفلاسفة كسقراط، افلاطون، وارسطو، وظهور قائد عظيم هو الإسكندر المقدوني الذى أستطاع وبالقوة توحيد المدن والدول الإغريقية تحت راتية في دولة واحدة وهذه القوة والمرتفع الجغرافي المميز لا بد لها من تقديم الكثير من ثقافتها وحضاراتها للآخرين .

فأنهم قدموا الكثير للدبلوماسية ويدل التاريخ على أن هذه الحضارات أوثت الحضارات التى جاءت بعدها أصول وقواعد وتنظيم الدبلوماسية مثل كيفية إختيار السفراء وإيفاد السفارات وتطوير مفهوم الحصانات الدبلوماسية(عيدات ، 1994 ، ص25) الدبلوماسية في عهد الرومان:

ترك الرومان تراثا غنيا للتقدم الإنسانى في مجالي الثقافة والقانون، ولكنهم لم يعلموا على تطوير الأسلوب الدبلوماسي ،ولم يتركوا لمن بعدهم مجموعة من القواعد الدبلوماسية المستقرة ولعل السبب في ذلك هو أسلوب الرومان في فرض آرائهم عن طريق السيطرة عن طريق الحجة والاقتناع والمفاوضة واتجاه الامبراطورية الرومانية الى فرض عاداتهم

على الشعوب المستعمرة بالقوة والقهر ومن هنانجوا في وضع صنع قانونية تربط الأمم التابعة لهم عن طريق المعاهدات والالتزام بها وأحترام نصوها.

ورغم قصور الرومان في تطوير الدبلوماسية التي كانت تستخدم بالمدن الإغريقية إلا أنهم أدخلوا بعض الأضواء على الوسائل الدبلوماسية فأصبح السفراء بعينهم مجلس الشيوخ، ويزودهم بالتعويض والتعليمات اللازمة، ويختارهم من الشخصيات البارزة التي في مستوى أعضاء المجلس ووضعت قواعد أستقبال السفراء في روما وحصانة أشخاصهم ولكن بقيت لأجل قصير، وأهتم الرومان بالمراسم والشكليات فأصبح السفير يحجز عند مشارف المدينة حتى يؤذن له بالدخول وينزل في دار الضيافة حتى يسمح له بالغاء خطابة أمام مجلس الشيوخ.

وهكذا يمكن القول أن الرومان كانوا حسب رأي د. أبوهيف أحد من طوروا الدبلوماسية من ناحيتها النظرية بانشاء وظائف أمناء المحافظات المدربين لتدريب ودراسة الانقاضات والوثائق الدولية فأعدت بذلك فئة من المتخصصين في السوابق الدولية وشؤون الإجراءات والمراسم الدبلوماسية وساعد على أبراز الجانب العلمي للدبلوماسية بعد أن كانت قاصرة على فن التمثيل والمفاوضة (خلف ، 1997 ، ص 31-32) .

الدبلوماسية عند البيزنطيين:

نجد الدبلوماسية البيزنطيين على العكس تماماً بالمقارنة مع حالة سلفهم الرومان فإذا كان الرومان لم يعيروا اهتماماً بالغاء الدبلوماسية إعتقاداً على قوتهم فإن البيزنطيين رأوا في الدبلوماسية السبيل الوحيد والأمثل للحفاظ على كيانهم وملكهم بسبب ما كانوا يعانونه من ضعف لأن الدبلوماسية في نظرهم هي أمض الأسلحة في أضعاف خصومهم من جيرانهم الشعوب البربرية المتربصين بهم الروائد. فلجأوا الى سلاح الفرقة بتأليب بعض الشعوب على البعض الآخر نشر الفرقة بين بعضهم لشق طريق وحدتهم حتى تتحقق مأربهم، ولكن

هذا الهدف لم يكن سهل المنال ، لانه كان يتطلب قدراً من اللياقة والكياسة فضلاً عن الاستطاعة حتى يمكن إقناع كل طرف بمساوئ معاداته للطرف الآخر وتعداد مزايا صداقته لإمبراطوية بيزنطا ولذلك أنصرف جل أهتمام البيزنطيين الى تكوين الجهاز الفعال القادر على كشف المعلومات وتزويده بالاكفاء ممن يملكون القدرة على القيام بهذا العمل على أكمل وجهه، من ثم سارع أباطرة بيزنطا الى إيفاد رسول طلب منه البقاء فترة من الزمن في عواصم الأعداء لرصد الأخبار وتزويد القسم الخاص بالشئون الخارجية بالتقارير المطلوبة في عاصمة البيزنطيين (القسطنطينية) وفي ضوء تقييم ما يرد من معلومات في هذه التقارير يتم رسم خطوط السياسة ، ويزود المبعوثين بارشاداتهم لتكون عوناً لهم في تعاملهم مع مسؤولي تلك الديار لم تكن الدولة البيزنطية على قدر من القوة التي تمكنها من مواجهة التحديات الخارجية المحيطة بها حيث كانت من جهة الغرب مهددة من طرف دولة الفرنجة والإمبراطورية الرومانية الغربية التي أخذت في السعي لاسترداد مجدها ومكانتها المرموقة، ومن الشرق كانت تواجه الدولة العباسية التي كانت في أوج قوتها ، إضافة الى التهديدات الموجهة إليها من بعض الجماعات المستقلة بالقرب من حدودها (بركات ، 1991، ص 48)

لذلك لجأ البيزنطيون الى ممارسة الدبلوماسية لكسب ود صداقة القوى الخارجية المحيطة، وقد تركزت جهودهم بشكل كبير، على محاولة تحديد القوة العربية في مواجهة القديمة والعمل على شراء صداقة القبائل المجاورة بالتملق والمال والعمل على نشر الديانة المسيحية بين أكبر عدد منهم.

ويمكن تلخيص مظاهر النشاط الدبلوماسي البيزنطي في النقاط التالية:

1. الأهتمام بالجانب المراسمي من حيث الاستقبال والضيافة للسفراء والأجانب وأعضاء بعثاتهم .

2. الأهتمام بإعداد السفراء المحترفين من حيث أسلوب المعاملة وكيفية الملاحظة وتقديم التقارير المفضلة عن البلاد التى يتم إرسالهم اليها فقد أقيمت لهم إدارة متخصصة بهذا الشأن .

3. حق المبعوث الدبلوماسي في ممارسة التجارة في البلاد الموفد اليها وذلك لكى يتمكن من الانفاق على متطلبات العمل الذى يقوم به وهذا ناتج عن قلة ما تخصصه الدولة البيزنطية من مبالغ مالية بهذا الخصوص.

غير أن ما يؤخذ عن الدبلوماسية البيزنطية هو أنها اتصفت بأساليب الكذب والتضليل والخداع وهو ما يمكن إعتبارة الوجه السلبي لهذه الدبلوماسية إذ أنه يدخل في دائرة الأساليب الأخلاقية (بركات ، 1991، ص50)
الدبلوماسية في العصر الحديث:

تطورت الدبلوماسية من مؤتمر فينينا عام (1815م) وحتى الحرب العالمية الأولى فقد شكل مؤتمر فينينا تحولاً ايجابياً في تاريخ تطور الممارسة الدبلوماسية فقد انبثقت عن المؤتمر معاهدة فينينا لنفس العام والتي بلورت التعامل القائم ونظمت قضايا الأسبقية وترتيب درجات المبعوث التى كانت مصدر للنزاعات وأصبح من خصائص الدبلوماسية في هذه المرحلة.

1. أن المبعوثين الدبلوماسيين أصبحوا يمثلون دورهم وليس ملوكهم.
2. أصبحت البعثات الدبلوماسية أجهزة رسمية تتبع للدولة وهي المؤسسة المتخصصة بالشؤون الخارجية.

3. تطور الدبلوماسية في مرحلة ما بعد الحرب العالمية الأولى، حيث كانت الدبلوماسية تتسم بالسرية في معظم نشاطها كما كانت محدودة النطاق حيث بدأت تتغير تحت تأثير التغيرات الجديدة التى حدثت في المجتمع الدولي وظهور قوى سياسية جديدة وقيام الثورة

الروسية 1917م وكشف قادتها الالتزامات السرية للحكومة القيصرية وإعلانهم رفض هذه الالتزامات.

4. بعد إنتهاء الحرب العالمية الثانية وقيام منظمة الأمم المتحدة في عام 1945م ظهرت بعض التطورات المتقدمة ، حيث بدأ العمل على تقنين موضوع العلاقات والحصانات الدبلوماسية وتحت صياغة اتفاقيتي فيينا للعلاقات القنصلية 1963م. لقد شهدت العصور الحديثة تطورات مهمة في تاريخ الدبلوماسية كظهور التمثيل الدبلوماسي الدائم ، وإنعقاد المؤتمرات ، وقيام المنظمات الدولية وما نجم عنها من تطورات إيجابية في العمل الدبلوماسي

تطورات الدبلوماسية من مؤتمر فيينا عام 1815م ومن الحرب العالمية الاولى. لقد شكل مؤتمر فيينا 1815م نقطة تحول ايجابية في تاريخ تطور الممارسة الدبلوماسية فهذا المؤتمر انبثقت عنه معاهدة فيينا لنفس العام التي بلورت التعامل القائم وتضمن الأسبقية وترتيب درجات المبعوثين الدبلوماسيين التي كانت مصدراً للنزاعات التي نشبت في السابق.

ولقد رتبت لائحة فيينا رؤساء البعثات الدبلوماسية حتي فئات ثلاث تبعاً لدرجتهم وبصرف النظر عن مركز الدولة الموفدة لهم، ونصف على أن تتقدم كل فئة الفئة التي تليها وعلى أن يكون الترتيب بين مبعوثي الفئة الواحدة على أساس الأقدمية وتشمل هذه الفئات الثلاث.

1. السفراء ومبعوثي البابا.

2. الوزراء المفوضين ومن في حكمهم.

3. القائمين بالاعمال (شبانة ، 2002 ، ص 12) .

تطور الدبلوماسية في مرحلة ما بعد الحرب العالمية الاولى:

- شهدت الدبلوماسية في فترة ما بعد الحرب العالمية الأولى جملة من التطورات الإيجابية التي ميزتها على ما كانت عليه في المراحل السابقة. لذلك أصبحت تعرف هذه المرحلة بالدبلوماسية المعاصرة تميزاً لها عما كانت عليه في السابق.
- ولا شك أن النمط التقليدي للدبلوماسية ، الذي كان سائر ، قبل الحرب العالمية الأولى ، يختلف اختلافاً كبيراً عن النمط المعاصر فالدبلوماسية التقليدية كانت تتسم بالسرية في معظم جوانبها كما أنها كانت محدودة النطاق وقد أستمريت هذه الدبلوماسية حتى نهاية الحرب العالمية الأولى حيث بدأت تحول وتتغير تحت تأثير جملة العوامل من أهمها مايلي:
1. ازدياد قوة الرأي العام العالمي والأحاساس الشعبى الواسع الانتشار بأن الدبلوماسية السرية قد سببت في كثيراً من الحروب.
 2. التغيرات السياسية والاجتماعية الواسعة المدى أخذت تظهر في العالم نتيجة للتطورات والتغيرات التي حدثت في المجتمع الدولى سواء على صعيد أنظمة الحكم أو على صعيد العلاقات الدولية وذلك بسبب التقدم العلمى وانتشار الثقافة في وسائل المواصلات التي نتأج مهمة فيما يخص النشاط الدبلوماسي.
 3. نمو روح المصالح المشتركة بين الأمم.
 4. تدهور النفوذ النسبى للدولة الأوروبية في العلاقات وظهور قوى سياسية جديدة.

خصائص الدبلوماسية الحديثة:

لقد تميزت الدبلوماسية التقليدية بشكل عام بالطابع الأستقراطى وبالأسلوب السرى وكانت تمارس في وسط سياسى وأيدلوجي وأقتصادى متجانس بالإضافة الى حصر العمل الدبلوماسي على القارة الأوروبية ولكن مع بداية القرن العشرين وخاصة في أواخر الحرب العلمية الاولى، بدأت الدبلوماسية تأخذ منحى آخر ، لا سيما في ظل التغيرات التي بدأت

تحصل على صعيد الثورات وحركات التحرر من الاستثمار وهكذا أخذت الدبلوماسية تتطور ضمن وسط دولى متشعب الأنظمة السياسية والاقتصادية والاجتماعية (غالي ، 2009 ، ص 108)

أهم خصائص هذا التطور للدبلوماسية الحديثة وهى:

أولاً: أنفتاح عهد الدبلوماسية المكشوفة أو العلنية التى بدأت مع الحرب العالمية الأولى والتي دشنت مرحلة جديدة ،من رأى العام أن يتدخل ويؤثر في مجريات السياسة الدولية وأحداثها.

ثانياً: لم تعد الدبلوماسية الحديثة تجري في وسط سياسى وأيدلوجى متجانس الجانب ويقتصر على القارة الأوروبية ، بل أصبحت تجرى في وسط دولى متعدد ومتنوع الأنظمة السياسية والاقتصادية ومتعدد التنظيمات الدولية والأقليمية .

ثالثاً: أن تطور وظائف الدولة وإشاع تداخلها في شتى الميادين أدى ألى تطور وظيفة العمل الدبلوماسى ، ولقد أصبح الدبلوماسي اليوم موظفا بكل معنى الكلمة ، يخضع لمبادئ وقواعد الوظيفة العامة ويتمتع بمزايا السلك الدبلوماسى الخارجي وهو رجل أختصاص .وكفاءة يكتسبها عن طريق الاعداد والتدريب والتأهيل والخبرة.

رابعاً: هذا التطور العام في العمل الدبلوماسي دفع الى نشوء وقيام جهة خاصة مؤقتة الي جانب البعثات الدبلوماسية الدائمة ، كما أدى الى نشوء وقيام سفارات متعمدة لدى المنظمات الدولية والإقليمية ،حيث بدأت هذه المنظمات الدولية والإقليمية وهذه البعثات الخاصة والمؤقتة تؤثر على عمل دور السفارات بمفهومها التقليدى.

وهكذا فقد أصبحت الدبلوماسية كناية (عن مجموعة القواعد والأعراف الدولية والإجراءات والمراسم والشكليات التى تهتم بتنظيم العلاقات بين أشخاص القانون الدولى أى الدول والمنظمات الدولية والممثلين الدبلوماسين ، مع بيان مدى حقوقهم وواجباتهم وإمтиازاتهم وشروط ممارسة مهامهم الرسمية والأصول التى يترتب إتباعها لتطبيق أحكام

القانون الدولي ومبادئه والتوفيق بين مصالح الدول المتبانية كما هي وقت إجراء المفاوضات السياسية في المؤتمرات (غالي ، 2009 ، ص 108)
دور الدبلوماسية في تدعيم العلاقات الدولية:

تقوم الدبلوماسية في عصرنا الحاضر بدور مميز وهام في نطاق العلاقات وتدعيمها ،ومعالجة كافة الشؤون التي تهم مختلف الدول ،وعن طريقها يمكن التوفيق بين المصالح المتعارضة ووجهات النظر المتبانية ،وبتفسير حل المشكلات وتسوية الخلافات أشاعة الود والتفاهم بين الدول وبوساطتها تستطيع كل دولة أن توطد مركزها وتعزز نفوذها في مواجهة الدول الأخرى وأخير تستطيع تدعيم السلع وتجنب الحرب،أضافة الى ذلك يتمثل عمل الدبلوماسية بمراقبة مجريات الأمور والحوادث وبحماية مصالح الدولة وبالمفاوضة في كل ما يهمها.

مهام البعثة الدبلوماسية:

- 1/ تمثيل الدولة الموفدة للبعثة لدى الدولة المعتمدة لديها .
- 2/ التفاوض مع حكومة الدولة الموفدة لديها في كل ما يهم الدولة الموفدة .
- 3/ تتبع الحوادث في الدولة الموفد لديها وأبلاغ الدولة بكل ما يهمها أن تكون على علم به من هذه الحوادث .
- 4/ مراقبة تنفيذ الدولة الموفد لديها لالتزامها تجاه الدولة الموفدة .
- 5/ احترام دستور الدولة المبعوث لديها.
- 6/ حماية رعايا الدولة الموفدة للبعثة .
- 7/ عدم التدخل في الشؤون الخاصة للدولة .
- 8/ أن يحترم العادات والتقاليد.
- 9/ أن يتجنب كل تدخل في الخلافات السياسية الداخلية.

10/ العمل على تدعيم حسن الصلات ،وعلي ارساء وتوطيد العلاقات الاقتصادية والثقافة

والعلمية بين الدولة الموفد لديها.

مهام الوظيفة الدبلوماسية:

تتلخص مهنة الدبلوماسية في المهام المناطة بالموظف الدبلوماسي:

1/ المفاوضات :

وهي السبب الأصيل لوجود الدبلوماسيين ،أى الرغبة في وجود ممثل فى عاصمة أجنبية

يتمتع بصلاحيه التفاوض علي اتفاقات مع الدولة المضيفه والتعامل مباشرة مع الحكومة

الأجنبية .

2/ التمثيل:

إن المبعوث الدبلوماسي هو التمثيل لحكومة دولته وهو لا يفعل ذلك في المناسبات الرسمية

فقط بل له ان يقدم احتجاجات أو إستفسارات الى الحكومة المضيفه ويبرز سياسات حكومته

الى الدوله المضيفه .

3/ جمع المعلومات :

من أهم الواجبات الأساسية على الدبلوماسي هو تقديم تقارير الى حكومة عن الأحداث

السياسية وعن الأوضاع السياسية والقضايا المرتبطة بها فهو عين دولته التي تنتظر بها

وأذائها ولسانها.

4/ الحماية من واجب الدبلوماسي ان يراعي مصالح وأشخاص وممتلكات رعاية دولته في

الدولة المضيفه سواء من خلال ممتلكاتها ومشاريعها أو بحماية رعاياها ومواطنيها وتسهيل

أموارهم.

5/ العلاقات العامة :

يقوم الدبلوماسي باستمرار بجهود لتوفير حسن النية لدولته ولسياستها.

6/الإدارة :

إن رئيس البعثة الدبلوماسية هو الرئيس الإدارى الأعلى لها ،وعلي ذلك تقع على عاتقة
المسؤولية الإدارية النهائية للبعثة

أولاً: الدراسة الميدانية

نشأة وتطور وزارة الخارجية

عرف السودان الدبلوماسية من زمن بعيد إذا كان يستقبل رسل الملوك والأباطرة ويبعث بالوفود والرسل للبلاد المجاورة والبعيدة وفي ظل اتصال السودان القديم بالعالم الخارجي كان يؤثر ويتأثر بما يدور في مختلف العصور والحضارات وقد تشمل اتصالاته بالبعثات التجارية المختلفة وظلت العلاقات التجارية والنشاطات الحربية التوسعية تطغي على علاقات السودان بمصر. وانتقل السودان في حقبة تاريخية أخرى إلى دولة توسعية بإمداد رقعة إلى مصر وكانت الأراضي المعروفة في آسيا. وفي الفترة التي أعقبت الحقبة المروية حيث أنتقل الثقل السياسي والحضاري في السودان لمنطقة البجرواية لتوسع التعامل مع العالم الخارجي وظل الشمال على صلة دائمة بمصر وكانت هناك سفارات متصلة بين الرومان والأغريق وبين مملكة مروي، كما كانت هنالك علاقات تجارية بين السودان وأثيوبيا والهند والممالك الآسيوية، فقد كانت مروي مركزاً للتجارة وبين مناطق شمال وجنوب أفريقيا وبين شرقها وغربها لذلك فقد كانت الفترة المروية غنية بعلاقاتها بالعالم الخارجي (محمد احمد ، 2009 ، ص 111)

نشأة الوزارة :-

صار السودان دولة كاملة الاستقلال بقيام أول حكومة منتخبة برئاسة الزعيم اسماعيل الأزهرى ،ومن ثم بدا في علاقاته مع الدول الخارجية .كدولة كاملة السيادة ،بناء على ما جاء في الملحق الخاص باتفاق الحكم الذاتي وتقرير المصير في 1953م تقرر قيام وزارة الخارجية لتكون مهامها كل ما يتعلق بالشئون الخارجية للسودان .

بدأت وزارة الخارجية عملها في الخارج بإقامة وكالات حكومة السودان وكان ذلك خلال مرحلة الحكم الثنائي ومرحلة حق تقرير المصير وكانت الوكالات كالاتي :

-وكالة السودان بالقاهرة (برئاسة السيد/بابكر الديب)

- وكالة السودان بلندن (برئاسة السيد/علي أرو)

-وكالة السودان بأسمره (برئاسة السيد/محمد عثمان يس)

-وكالة السودان بجدة (برئاسة السيد/حامد السيد)

وأسترشدت وزارة الخارجية عند تأسيسها بتجارب العديد من البلاد التي سبقتها في الاستقلال مثل المملكة المتحدة ،مصر ،الهند ،باكستان ،لبنان وغيرها من الدول الشبيهة بظروف السودان (سنهوري ، ص 7-8)

بدأت هيكله وزارة الخارجية السودانية في عام 1956م برئاسة محمدعثمان يس ب أول وكيل للوزارة ويتكون الهيكل كالاتي :-

*تتكون من الداخل من الإدارات المركزية بالديوان العام .

*البعثات الخارجية وتتكون من السفارات والمفوضيات والمكاتب الدائمة لدي الهيئات الدولية والقنصاليات بأقسامها وكانت سفارات السودان في البداية اربعة سفارات في كل من (لندن،مصر ،أمريكا ،روسيا)والسفراء فيها علي التوالي (السيد عوض ساتي ،بابكر الديب ،محمد انيس ،محمد حمدالنيل)وتتقسم الخدمة الخارجية من حيث **موظفيها إلي ثلاث مجموعات .**

1-المجموعة الأولى :تتكون من رجال السلك الدبلوماسي ،وذلك من سكرتير ثالث إلي سفير وتشمل كذلك الوكيل ونوايه ومساعدية في ديوان الرئاسة .

2-المجموعة الثانية: تشمل الموظفين التنفيذيين من كتبة ومحاسبين وملحق فنيين.

3-المجموعة الثالثة: تشمل الموظفين المحليين في السفارات بالخارج وهناك آخرين ساهموا في تكوين وزارة الخارجية 1956م. أما أول مدير تنفيذي هو السيد عبد الله وقيع الله، وكان يشرف علي الشؤون الكتابية وتسجيل الملفات والشفرة هذا كما أستعانت الوزارة بالسيد عمر عديل لاستلام العهد والأثاث من سرايا الحاكم العام وبعدها صار سفيراً وممثل السودان في الأمم المتحدة .

كما أن أول مدير للمراسم هو السيد/إبراهيم جبريل و يعا ونة السيد/محمد مطر .
وحرىّ بنا أن نتحدث عن وزارة الخارجية السودانية بعد الاستقلال حيث أن مهامها وإختصاصاتها تعددت وصارت تباشر أعمالاً مهمة بالنسبة للصالح العام ،ومن هذه المستجدات أنها أصبحت تشرف بصورة مباشرة علي طلبة العلم بالخارج والمبتعثين من حكومة السودان للدراسة في الجامعات والمعاهد الأجنبية هذا كما أصبح من مهامها التفاوض باسم حكومة السودان في كل ما يحتاج لة الوطن من مساعدات اقتصادية ،ومالية ،وتعليمية ،وغيرها من مرافق الحياة الأخرى.
إختصاصات وزارة الخارجية

1-تطوير التعاون السياسي والاجتماعي والاقتصادي والثقافي بين السودان ودول العالم وفق الموانئ الدولية إقامة العلاقات مع كافة الدول علي أساس التكافؤ والاحترام المتبادل والمنفعة الوطنية المشتركة .

2- رعاية مصالح المواطنين السودانيين بالخارج وإدارة شئون رعايا الدول الأجنبية بالسودان .

3-السعي لتحقيق التقارب والتكامل الاقليمي عن طريق سياسات محددة الأهداف.

4-الإشراف الكامل علي تمثيل السودان بالخارج وقيادة تنسيق العمل الخارجي في البعثات الدبلوماسية .

5-العمل علي إقامة نظام دولي يحقق العدالة في جميع المجالات .

6-الإسهام النشط في رعاية حقوق الإنسان ومناهضة العنصرية .

7- تنوير مؤسسات الدولة وأجهزتها والرأي العام بنشاط العمل الخارجي وعلاقاته بالعمل الداخلي .

8-تنظيم وتنسيق الاتصالات بين أجهزة الدول والبعثات الدبلوماسية المقيمة في السودان وتسهيل مهامها .

9-العمل علي تدريب الكوادر العاملة في مجالات العمل الدبلوماسي والعلاقات الخارجية .ويتم تنفيذ مهام وزارة الخارجية عبر الإدارات العامة التي يتولي مسئولية قيادتها كفاءات دبلوماسية متخصصة وبإشراف السادة وزراء الدولة بحيث يكون كل منهم مسئولاً عن عدد الإدارات ويكون السد الوزير مهمته الإشراف العام علي أدائها (حامد ، 2004 ، ص 103) من أهم ماتقوم به وزارة الخارجية السودانية :

تتولي وزارة الخارجية تنفيذ السياسة الخارجية للدولة ودارسة كافة الشؤون المتعلقة بها والسهر علي العلاقات مع الدول الأجنبية والمنظمات والهيئات الدولية والإقليمية ورعاية مصالح مواطنيها وحمايتهم في الخارج وتتضمن المهام الرئيسة لوزارة الخارجية في الاتي:

1/ اعداد وتبليغ التعليمات الدبلوماسية والقنصلية .

2/تنظم تبادل التمثيل الدبلوماسي والقنصلي مع الدول الأجنبية .

3/القيام بالاتصالات والمفاوضات لعقد المعاهدات والاتفاقيات الدولية.

4/ إصدار جوازات السفر الدبلوماسية والخاصة .

5/منح تأشيرة الدخول والخروج والإقامة للدبلوماسيين الأجانب وأعضاء أسرهم وأعضاء البعثات والهيئات الدبلوماسية والاقليمية .

6/الإشتراك في وضع السياسة الخارجية السودانية والقيام بتنفيذها.

7/التعريف بجمهورية السودان للخارج وجمع التقارير وتقديم المعلومات التي تتعلق بالتطورات التي تؤثر علي أمن السودان .

8/الترويج للاستثمار في السودان والتعريف بالمجالات المحتملة وقانون الاستثمار .

9/تسعي وزارة الخارجية السودانية لتحقيق أكبر قدر ممكن من التضامن العربي وسط الشعوب العربية بمصالح اقتصادية مشتركة وتعزيز دور منظمة الوحدة الأفريقية .

10/إستخدام كل سبل التعاون الأفريقي وتشجيع المصالح العربية والأبقاء علي علاقات متينة مع الأقطار الإسلامية .هذه مهام وزارة الخارجية وقد يستجد بعضها ويتجدد مع تطور وتشابك العلاقات والمصالح داخلياً وخارجياً.

ثانياً: العلاقات العامة بوزارة الخارجية :

العلاقات العامة هي إحدى الإدارات المتخصصة بوزارة الخارجية ،ولقد أنشأت هذه الإدارة بعد تكوين وزارة الخارجية 1956م حيث كانت تعمل مع إدارة الإعلام وكانت تعرف بإدارة الإعلام والعلاقات العامة ،وأستمرت هذه الإدارة لسنين طويلة تقدم خدمات تتمثل في الاتي -

*خدمات الإعلام والنشر .

*خدمات المراسم وتشمل الضيافة ،والإحتفالات وإكمال إجراءات السفر للسفراء والدبلوماسيين وأعضاء وضيوف الوزارة .

أما ماحدث في الفترة الأخيرة ومواكبة للتطور الذي حدث في العالم من تكنولوجيا وثورات اتصالات أدت إلي تطور الإنسان نفسه خاصة في دول العالم الثالث مما دفع

الحكومات إلي العمل علي مواكبة الأحداث وذلك من خلال وضع بنية تحتية قوية خاصة فيما يختص بنظم الحكم والسياسة ،فأنشئت وزارة الخارجية هيكلاً تنظيمياً للوزارة بة عدد من الإدارات المتخصصة لكل إدارة عمل محدد تؤديه.

فأنشئت إدارة العلاقات العامة تحت مظلة الإدارة العامة للمراسم بوزارة الخارجية ،ويعمل بهذه الإدارة تسعة أفراد ،ثلاثة منهم في العلاقات لعامة وستة في المراسم ،وهؤلاء يقومون بعمل العلاقات العامة بالوزارة وتعمل العلاقات العامة والمراسم عملاً متكاملًا لايمكن أن ينفصل وذلك لأن المراسم تعمل علي إصدار الأوراق والمذكرات للسفارات والوكالات .

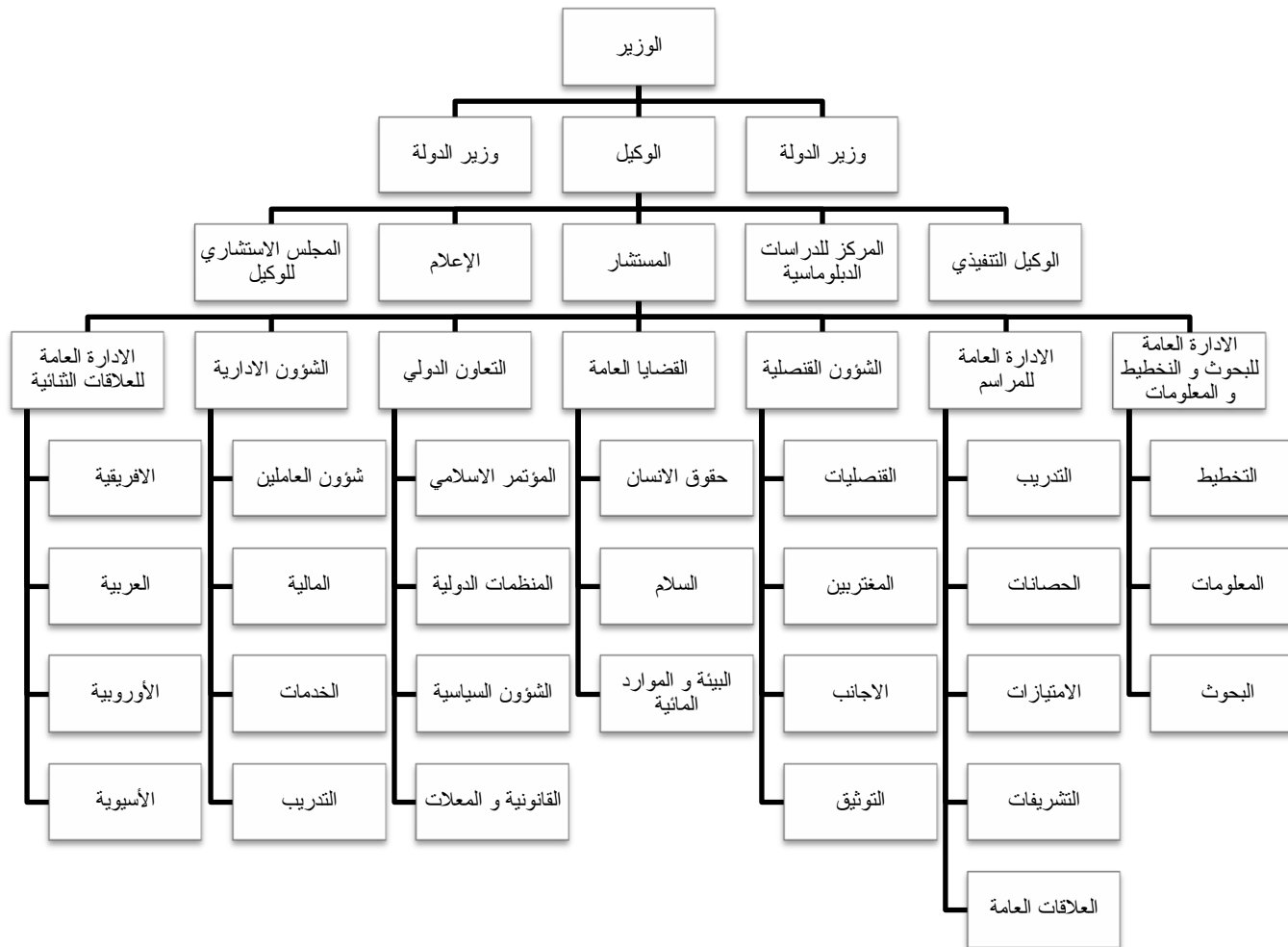
وتجئ أهمية إدارة الإعلام بالوزارة في أنها تقوم بدور الإعلام والنشر ويتضح من ذلك الدور التكميلي لكل من الإدارات الثلاث :العلاقات العامة،المراسم ، الإعلام جنباً إلي جنب في مسيرة العمل الدبلوماسي.

ومما يجدر ذكره أن الطابع الخدمي هو الغالب علي العلاقات العامة بوزارة الخارجية ،أتضح ذلك من خلال ماقدم من معلومات عن العلاقات العامة بواسطة المستشارين والمسؤولين في

شكل (4/1) يوضح موقع إدارة العلاقات العامة بوزارة الخارجية



الهيكل الإداري لوزارة الخارجية :



شكل (2/4) يوضح الهيكل الإداري لوزارة الخارجية

ثالثاً: إجراءات الدراسة الميدانية

يشتمل هذا المبحث على الخطوات والإجراءات التي تم اتباعها في تنفيذ الدراسة الميدانية، ويشمل ذلك وصفاً لمجتمع وعينة البحث، و تصميم أداة الدراسة، وإجراء إختبارات الثبات والصدق لهذه الأداة للتأكد من صلاحيتها والأساليب الإحصائية التي تم بموجبها تحليل البيانات واستخراج النتائج. وذلك على النحو التالي:

أولاً : أداة الدراسة

إعتمدت هذه الدراسة على وسيله الإِستبانة كأداة رئيسة للحصول على البيانات والمعلومات اللازمة لموضوع الدراسة وتحقيقاً للغرض السابق للإِستبانة قام الباحث بتصميم إِستمارة تهدف إلى قياس رأى أفراد العينة المبحوثة حول موضوع الدراسة (توظيف العلاقات العامة في تعزيز العمل الدبلوماسي). وتتكون الإِستمارة من قسمين: القسم الأول:

ويشتمل على البيانات الخاصة بأفراد عينة الدراسة: وهى البيانات الشخصية المتعلقة

بوصف عينة الدراسة وهى:

1/ النوع .

2/ العمر .

3/ الحالة الاجتماعية .

4/ المستوى التعليمي .

5/ المهنة .

6/ سنوات الخبرة.

القسم الثاني:

ويشمل عبارات الدراسة الأساسية: وتتكون من عدد (11) عبارة.

كما تم قياس درجة الاستجابات المحتملة على الفقرات إلى تدرج خماسي حسب مقياس ليكرت الخماسي (Likart Scale)، في توزيع أوزان إجابات أفراد العينة والذي يتوزع من أعلى وزن له والذي أعطيت له (5) درجات والذي يمثل في حقل الإجابة (أوافق بشدة) إلى أدنى وزن له والذي أعطى له (1) درجة واحدة وتمثل في حقل الإجابة (لاأوافق بشدة) وبينهما ثلاثه اوزان. وقد كان الغرض من ذلك هو إتاحة المجال أمام أفراد العينة لإختيار الإجابة الدقيقة حسب تقدير أفراد العينة. كما هو موضح في جدول رقم (1).

جدول رقم (1/4) مقياس درجة الموافقة

درجة الموافقة	الوزن النسبي	النسبة المئوية	الدلالة الإحصائية
أوافق بشدة	5	أكبر من 80%	درجة موافقة عالية جدا"
أوافق	4	80-70%	درجة موافقة عالية
محايد	3	69-50%	درجة موافقة متوسطة
لأوافق	2	49-20%	درجة موافقة منخفضة
لأوافق بشدة	1	أقل من 20%	درجة موافقة منعدمة

المصدر: إعداد الباحث 2016

وعليّ يصبح الوسط الفرضي للدراسة:

الدرجة الكلية للمقياس هي مجموع درجات المفردة على العبارات ($1+2+3+4+5$)
 $5 = (5/15) = 3$ وهو يمثل الوسط الفرضي للدراسة ، وعليه إذا زادت متوسط العبارة عن الوسط الفرضي (3) دل ذلك على موافقة أفراد العينة على العبارة .

ثانيا : تقييم أدوات القياس:

وللتأكد من صلاحية أداة الدراسة تم استخدام كل من إختبارات الصدق والثبات وذلك

على النحو التالي:

1/ صدق أداة الدراسة

يقصد بصدق أو صلاحية أداة القياس أنها قدرة الأداة على قياس ما صممت من أجله وبناء على نظرية القياس الصحيح تعنى الصلاحية التامة خلو الأداة من أخطاء القياس سواء كانت عشوائية أو منتظمة , وقد إعتمدت الدراسة في قياس صدق أداة الدراسة على كل من :
(أ). إختبار صدق محتوى المقياس (content validity)

بعد أن تم الانتهاء من إعداد الصيغة الأولية لمقاييس الدراسة وحتى يتم التحقق من صدق محتوى أداة الدراسة والتأكد من أنها تخدم أهداف الدراسة تم عرضها على مجموعة من المحكمين والخبراء المختصين بلغ عددهم (4) محكمين¹ في مجال الدراسة, وقد طلب من الخبراء إبداء آرائهم حول أداة الدراسة ومدى صلاحية الفقرات وشموليتها وتنوع محتواها وتقويم مستوى الصياغة اللغوية أو أية ملاحظات يرونها مناسبة فيما يتعلق بالتعديل أو التغيير أو الحذف وفق مايراه المحكم لازما". وبعد أن تم استرجاع الإستبيان من جميع الخبراء تم تحليل إستجاباتهم والأخذ بملاحظاتهم وإجراء التعديلات التي أقرحت عليه، مثل تعديل محتوى بعض الفقرات , وتعديل بعض الفقرات لتصبح أكثر ملائمة , وحذف بعض الفقرات وتصحيح أخطاء الصياغة اللغوية . وقد إعتبر الباحث الأخذ بملاحظات المحكمين وإجراء التعديلات المشار إليها بمثابة الصدق الظاهري , وصدق المحتوى للأداة و إعتبر

¹المحكمين هم :

1/ أ.د / حسن احمد الحسن ، جامعة امدرمان الإسلامية ، كلية الإعلام
2/ د. صالح موسى ، جامعة السودان للعلوم و التكنولوجيا ، كلية علوم الاتصال .
3/ د. محمد احمد عمر ، جامعة القران الكريم ، كلية الإعلام
4/ د. محمد عوض ، جامعة الرباط الوطني ، كلية الإعلام

الباحث أن الأداة صالحة لقياس ما وضعت له .وبذلك تمّ تصميم الإستبانة في صورتها النهائية (انظر ملحق (1)).

(2). إختبار الثبات :

يقصد بالثبات هو أي أن المقياس يعطي نفس النتائج إذا أعيد تطبيقه على نفس العينة(عبد الفتاح ، 1981، ص 560) في نفس الظروف والشروط وبالتالي فهو يؤدي إلى الحصول على نفس النتائج أو نتائج متوافقة في كل مرة يتم فيها إعادة القياس. أو بعبارة أخرى أن ثبات الإستبانة يعنى الإستقرار في نتائج الإستبانة وعدم تغييرها بشكل كبير فيما لو تم إعادة توزيعها عدة مرات خلال فترات زمنية معينة وبالتالي كلما زادت درجة الثبات واستقرار الأداة كلما زادت الثقة فيه، وقد قام الباحث بحساب معامل ثبات الإختبار بثلاث طرق وهي: طريقة إعادة تطبيق الإختبار، وطريقة التجزئة النصفية، وطريقة التباين، وذلك كما يلي:

(1) طريقة إعادة تطبيق الإختبار:

تمكن الباحث من إعادة تطبيق الإختبار على عدد 25 فرد من عينة الصدق والثبات، وذلك بعد أسبوعين من تطبيق الإختبار الأول، وقد إستخدم الباحث معادلة (بيرسون) للارتباط، وذلك كما يلي:

$$\left[\text{معامل ارتباط (بيرسون) (ر)} = \frac{(\text{مجم ح س} \times \text{مجم ح ص})}{(\text{مجم ح}^2 \text{س} \times \text{مجم ح}^2 \text{ص})^{1/2}} \right]$$

وبإستخدام برنامج التحليل الاحصائي (spss) تم تقدير معامل الارتباط وبلغ (0.85) وهذا يشير إلى أن معامل الثبات المحسوب يعتبر معامل مرتفع وهو دليل على ثبات المقياس، وهذا يعني أن :معامل الصدق الذاتي للإختبار= (0.85) $\frac{1}{2}$ = 0.92 ، وهذا يعني أن المقياس صادق ذاتياً وثابت قياسياً.

(2) طريقة التجزئة النصفية:

حيث تم تقسيم الاختبار إلى فقراته الفردية والزوجية ثم استخدمت درجات النصفين،

في حساب معامل الارتباط بينهما، فنتج معامل ثبات نصف الاختبار ($r \frac{1}{2}$)، يلي ذلك استخدام معادلة (سبيرمان براون) "Spearman Brown" لحساب معامل ثبات الاختبار كله وهي:

$$\left[\frac{r \frac{1}{2} \times 2}{r \frac{1}{2} + 1} = 1 \right]$$

حيث أن

2: عدد أقسام الاختبار.

$r \frac{1}{2}$: معامل الارتباط بين نصفي الاختبار.

1 : معامل ثبات الاختبار كله.

وقد قام الباحث باستخراج هذا المعامل، باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS، وبلغت قيمته (0.81) :

$$\left[\frac{0.81 = 0.69 \times 2}{0.69 + 1} \right]$$

وهو معامل ثبات مرتفع وبأخذ الجذر التربيعي نحصل على معامل الصدق الذاتي

وهو (0.90) ومن ثم يمكن القول بأن المقاييس التي اعتمدت عليها الدراسة تتمتع بالثبات

الداخلي لعباراتها مما يمكننا من الاعتماد على هذه الإجابات في تحقيق أهداف الدراسة

وتحليل نتائجها.

(3) طريقة التباين باستخدام معادلة (إلفا كرونباخ) Cronbach's Alpha:

وقد تم استخدام في هذه الدراسة معامل (إلفا كرونباخ) " (Cronbach,s Alpha)، والذي يأخذ قيمةً تتراوح بين الصفر والواحد صحيح، فإذا لم يكن هناك ثبات في البيانات فإن قيمة المعامل تكون مساويةً للصفر، وعلى العكس إذا كان هناك ثبات تام في البيانات فإن قيمة المعامل تساوي الواحد صحيح. أي أن زيادة معامل (إلفا كرونباخ) تعني زيادة مصداقية البيانات من عكس نتائج العينة على مجتمع الدراسة. كما أن انخفاض القيمة عن (0.60) دليل على انخفاض الثبات الداخلي. وتعتمد معادلة (إلفا كرونباخ) على تباينات أسئلة الإختبار، وتشتط أن تقيس بنود الإختبار سمة واحدة فقط، ولذلك قام الباحث بحساب معامل الثبات لكل محور على إنفراد، ثم قام بحساب معامل ثبات المقياس ككل، وبالرغم من أن الباحث إستخدم البرنامج الإحصائي SPSS لحساب معاملات الثبات، من خلال صيغة معادلة (إلفا كرونباخ) :

$$\left[\begin{array}{l} \text{معامل الثبات} = \frac{\text{ن} - 1}{\text{تباين الدرجات الكلية}} \left(\text{مجموع تباينات الأسئلة} \right) \\ \text{ن} - 1 \end{array} \right]$$

حيث أن

ن: عدد أسئلة الإختبار.

والجدول الآتي يوضح قيم معاملات (إلفا كرونباخ) لجميع عبارات الدراسة:
جدول رقم (2/4) نتائج إختبار ألفا كرونباخ لعبارات الدراسة

العبارات	ألفا كرونباخ
1/تساهم العلاقات العامة بوزارة الخارجية في دعم سياسة السودان الخارجية	0.84
2/المهام الدبلوماسية تحتاج إلى وسائل الاتصال في العلاقات العامة	0.83
3/درجة تفهم الإدارة العليا بوزارة الخارجية لأهمية العلاقات العامة وتعزيز العمل الدبلوماسي والسعي لتطوير أساليب ممارستها	0.83
4/تنسيق إدارة العلاقات العامة مع الإدارات الأخرى في العمل الدبلوماسي	0.84

0.82	5/أساليب ممارسة العلاقات العامة في وزارة الخارجية لاتزال دون مستوى الطموح
0.83	6/استخدام العلاقات العامة بوزارة الخارجية لكافة وسائل الاتصال الحديثة لتعزيز العمل الدبلوماسي السوداني
0.84	7/يقتصر نشاط العلاقات العامة بوزارة الخارجية على تقديم خدمات عمل البرتوكول والمراسم
0.83	8/مهام العلاقات العامة بالوزارة غير ملموسة ويتداخل مع الوظائف الأخرى لإدارات الوزارة
0.83	9/أهم الوسائل الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة بوزارة الخارجية
0.82	10/دور العلاقات العامة بوزارة الخارجية في تعزيز ودعم سياسة السودان الخارجية
0.81	11/جهود العلاقات العامة بالوزارة تعتبر فعالة لدى العمل الدبلوماسي
0.85	إجمالي العبارات

المصدر : إعداد الباحث من نتائج التحليل 2016.

من الجدول (2/4) نتائج إختبار الثبات أن قيم (إلفا كرونباخ) لجميع العبارات اكبر من (60%) وتعنى هذه القيم توافر درجة عالية جدا" من الثبات الداخلي لجميع العبارات سواء كان ذلك لكل عبارة على حدا أو على مستوى جميع عبارات الدراسة حيث بلغت قيمة ألفا كرونباخ للمقياس الكلى (0.85) وهو ثبات مرتفع ومن ثم يمكن القول بان المقاييس التي إعتمدت عليها الدراسة تتمتع بالثبات الداخلي لعباراتها مما يمكننا من الإعتماد على هذه الإجابات في تحقيق أهداف الدراسة وتحليل نتائجها.

ثالثا :- مجتمع وعينة الدراسة:

1/ مجتمع الدراسة.

يقصد بمجتمع الدراسة المجموعة الكلية من العناصر التي يسعى الباحث أن يعمم عليها النتائج ذات العلاقة بالمشكلة المدروسة , والمجتمع الأساسي للدراسة ويتكون من:

1. وزارة الخارجية السودانية.

عينة الدراسة.

تمَّ إختيار مفردات عينة البحث من مجتمع الدراسة الموضح في الفقرة السابقة عن طريق العينة العشوائية وهي إحدى العينات الاحتمالية والتي يختارها الباحث من مجتمع الدراسة بطريقة عشوائية تعمل على تمثيل المجتمع . وتم توزيع عدد (120) إستبانة لمجتمع الدراسة و تلف منها (8) نسخ و تم استبعادها ، وتم استرجاع عدد (112) إستبانة بنسبة استرجاع بلغت (93)%. بيانها كآآتي:

جدول (3/4) الاستبيانات الموزعة والمعادة

النسبة %	العدد	البيان
93	112	استبيانات تم إعادتها بعد تعبئتها كاملة
7%	8	استبيانات غير صالحة للتحليل
100%	120	إجمالي الاستبيانات الموزعة

المصدر : إعداد الباحث 2016.

3/ خصائص عينة الدراسة.

من خلال البيانات العامة التي تم جمعها عن المبحوثين بواسطة الجزء الأول من إستبانة الإستفتاء، وبإستخدام التكرارات الإحصائية تم تحديد خصائص عينة الدراسة، وذلك بهدف التعرف على صفات مجتمع المبحوثين من حيث التركيبية العلمية والعملية والاجتماعية، حيث إن هذه الصفات تمثل متغيرات قد يؤثر تغييرها في نتيجة هذه الدراسة إذا ما أعيد تطبيقها في وقت لاحق، وكذلك قد يؤثر تغييرها في نتائج الدراسات المماثلة إذا ما طبقت على نفس مجتمع هذه الدراسة واتخذت نتيجة هذه الدراسة كمحك لنتائجها. وفيما يلي توزيع عينة الدراسة تبعا" للمتغيرات الشخصية:

رابعاً : أساليب التحليل الإحصائي المستخدم في الدراسة:

لتحليل البيانات وإختبار فروض الدراسة، تمّ استخدام الأدوات الإحصائية التالية:

(1)/ إجراء إختبار الثبات (Reliability Test) لأسئلة الإستبانة وذلك بإستخدام " كل من: أ/ إختبار الصدق الظاهري.

والتحقق من أن العبارات التي إستخدمت لقياس مفهوماً "معيناً" تقيس بالفعل هذا

المفهوم ولا تقي إبعاد أخرى ويتميز هذا التحليل بقدرته على توفير مجموعة من المقاييس

التي تحدد مدى انطباق البيانات للنموذج الذي تم الكشف عنه واستبعاد أي نماذج أخرى بديلة

يمكن أن تفسر العلاقة بين عبارات المقياس بناء على استجابة مفردات عينة الدراسة.

(ب). إختبارات الصدق والثبات:

إعتمدت الدراسة على كل من:

- معامل ارتباط سبيرمان لإختبار الصدق البنائي.

- معادلة ألفا-كرونباخ (Cronbach's Alpha) لإختبار الثبات الداخلي.

(2)/ أساليب الإحصاء الوصفي: وذلك لوصف خصائص مفردات عينة الدراسة من خلال :

أ/ التوزيع التكراري لعبارات فقرات الإستبانة

وذلك للتعرف على التوزيع التكراري لإجابات أفراد العينة على عبارات فروض الدراسة.

ب/ الوسط الحسابي الموزون:

تم إعتماد هذا الأسلوب الإحصائي لوصف آراء أفراد العينة حول متغيرات الدراسة

باعتباره أحد مقاييس النزعة المركزية , وهو أكثر عمومية من الوسط الحسابي , حيث أن

الوسط الحسابي الاعتيادي يعد حالة خاصة من الوسط الحسابي المرجح عندما ينظر إلى كافة

المفردات بنفس الأهمية (الوزن).

ج/ الانحراف المعياري

تم استخدام هذا المقياس لمعرفة مدى التشتت في آراء المستجيبين قياساً بالوسط الحسابي المرجح .

(5)-إختبار (كاي تربيع) لدلالة الفروق

وتم استخدام هذا الإختبار لإختبار الدلالة الإحصائية لفروض الدراسة عند مستوى معنوية 5% ويعنى ذلك أنه إذا كانت قيمة (كاي تربيع) المحسوبة عند مستوى معنوية اقل من 5% يرفض فرض عدم وهذا يعنى (وجود فروق ذات دلالة معنوية وتكون الفقرة ايجابية). إما إذا كانت قيمة (كاي تربيع) عند مستوى معنوية اكبر من 5% فذلك معناه قبول فرض عدم وبالتالي عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية وتكون الفقرة سلبية .

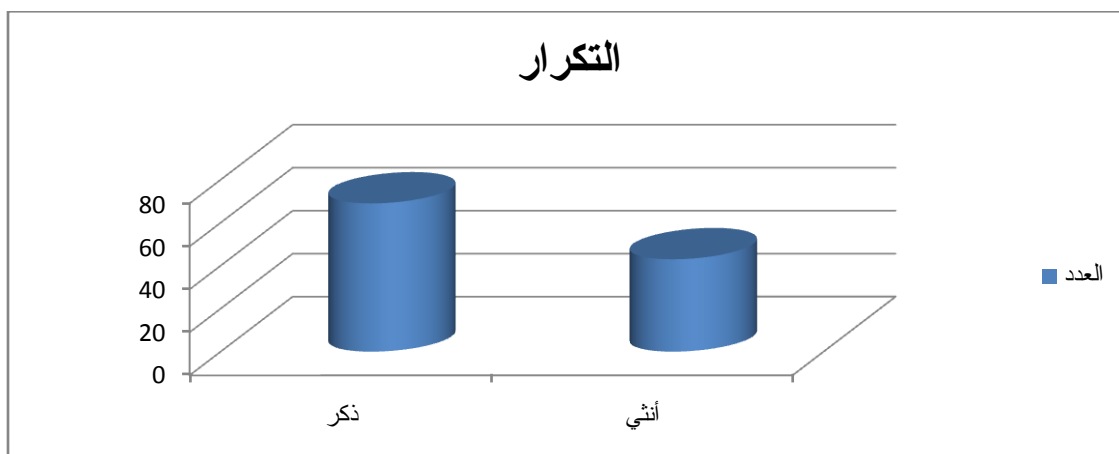
/ توزيع أفراد العينة حسب النوع

جدول رقم (4/4) يوضح التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة حسب النوع

النوع	التكرار	النسبة %
ذكر	69	61.6
أنثي	43	38.4
المجموع	112	100

المصدر: إعداد الباحث من نتائج الاستبيان 2016.

شكل رقم (3/4) التوزيع التكراري لأفراد العينة وفق متغير النوع



يتضح من الجدول رقم (4/4) والشكل رقم (3/4) أن غالبية أفراد العينة المبحوثة

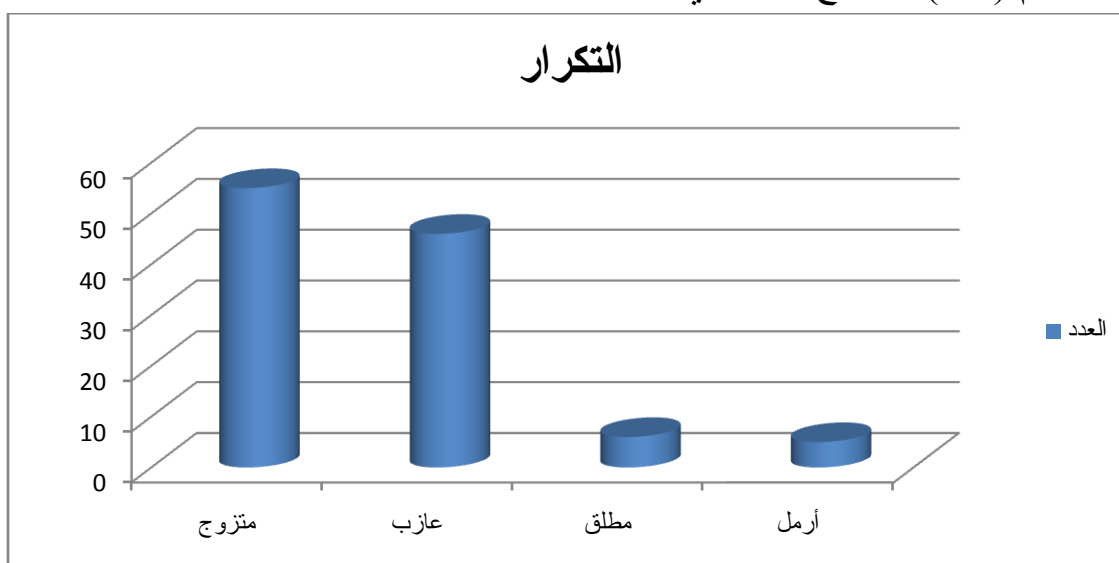
من الذكور حيث بلغت نسبتهم (61.6) % من أفراد العينة بينما بلغت نسبة الإناث في العينة (38.4) % من اجمالي العينة المبحوثة ، و يلاحظ أن ذلك يتناسب مع مشاركة كل من الذكور و الإناث في مجال العمل الدبلوماسي فذلك يأتي مؤشر لطبيعة العمل الدبلوماسي.

2/توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية	التكرار	النسبة %
متزوج	55	49.1
عازب	46	41.1
مطلق	06	5.4
أرمل	05	4.4
المجموع	112	%100

المصدر: إعداد الباحث من نتائج الاستبيان 2016.

شكل رقم (4/4) التوزيع التكراري لأفراد العينة وفق متغير الحالة الاجتماعية



يتضح من الجدول (5/4) والشكل رقم (4/4) أن غالبية أفراد العينة من المتزوجين

حيث بلغت نسبتهم (49.1) % من أفراد العينة الكلية بينما بلغت نسبة غير المتزوجين (41.1) % من اجمالي العينة المبحوثة. أما أفراد العينة من الحالات الأخرى (مطلق، أرمل) فقد بلغت نسبتهم (9.8) % و ربما يكون السبب الرئيسي لذلك هو وجودهم لفترات طويلة خارج السودان و توفير الإمكانيات المناسبة لهم .

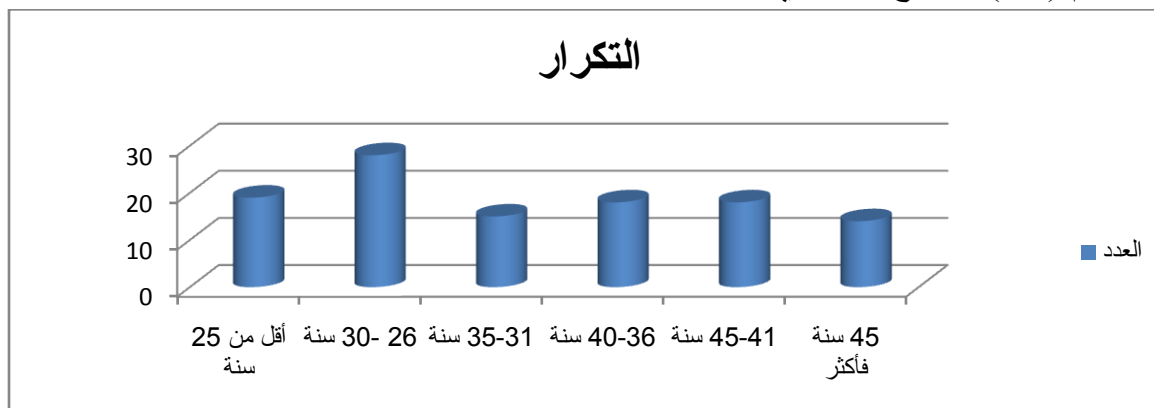
3/توزيع أفراد العينة حسب العمر

جدول رقم (6/4) التوزيع التكراري لأفراد العينة وفق متغير العمر

العمر	التكرار	النسبة %
أقل من 25 سنة	19	17
26 - 30 سنة	28	25
31-35 سنة	15	13.4
36-40 سنة	18	16.1
41-45 سنة	18	16.1
45 سنة فأكثر	14	12.5
المجموع	112	%100

المصدر: إعداد الباحث من نتائج الاستبيان 2016.

شكل رقم (5/4) التوزيع التكراري لمتغير العمر



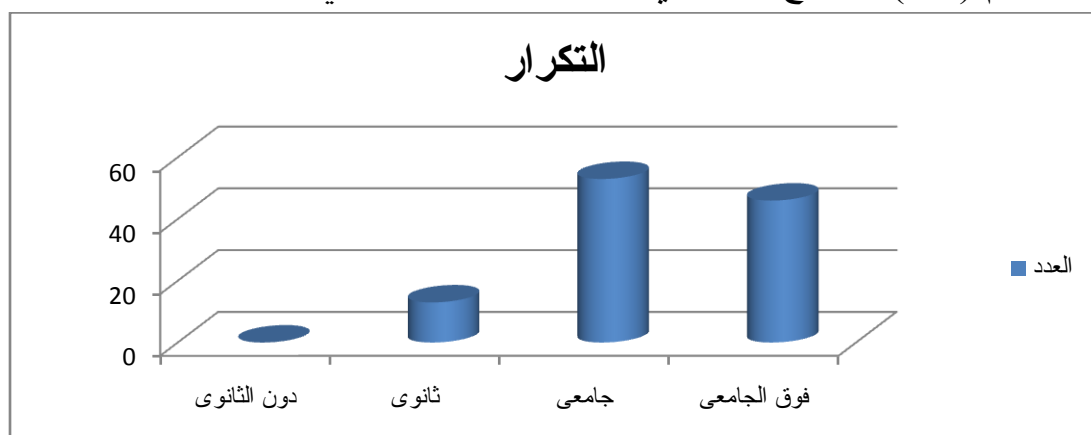
يتضح من الجدول (6/4) والشكل رقم (5/4) أن أفراد العينة الذين تتراوح أعمارهم (أقل من 25 سنة) يبلغ عددهم (19) بنسبة (17) % بينما بلغ عدد الذين تتراوح أعمارهم ما بين (26-30) سنة (28) بنسبة (25) % إما أفراد العينة والذين تتراوح أعمارهم ما بين (31-35) سنة فقد بلغ عددهم (15) بنسبة (13.8) %. أما أفراد العينة الذين تتراوح أعمارهم ما بين (36-40) سنة بلغ عددهم (18) بنسبة (16.1) % من اجمالي العينة المبحوثة. كما تضمنت العينة نسبة (16.1) % من الذين تتراوح سنوات خبرتهم ما بين (41-45) سنة ونسبة (12.5) % تتراوح أعمارهم ما بين (45 سنة فأكثر) يتضح من كل ذلك أن غالبية أفراد العينة تتراوح أعمارهم ما بين (31-45) سنة حيث بلغت نسبتهم (45.6) % مما يدل على جودة العينة وقدرة أفرادها على فهم عبارات الاستبانة والإجابة عليها تعكس النسبة العالية لمشاركة الفئة العمرية في المرتبة الاولى اهمية النضوج العقلي و الفكري في اداء العمل الدبلوماسي التي تتطلب الخبرة و التجارب .

4/ توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي
جدول رقم (7/4) يوضح التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفق متغير المستوى التعليمي.

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة %
دون الثانوي	0	0
ثانوي	13	11.6
جامعي	53	47.3
فوق الجامعي	46	41.1
المجموع	112	100

المصدر: إعداد الباحث من نتائج الاستبيان 2016.

شكل رقم (6/4) التوزيع التكراري لمتغير المستوى التعليمي



يتضح من الجدول رقم (7/4) والشكل رقم (8/4) أن أفراد العينة من المستوى التعليمي (الجامعي) بلغت نسبتهم (47.3) % من أفراد العينة بينما بلغت نسبة حملة التعليم فوق الجامعي في العينة (41.1) % . أما المستويات التعليمية الأخرى (الثانوي ودون الثانوي) فقد بلغت نسبتهم (11.6) % من اجمالي العينة المبحوثة. ويتضح من كل ذلك أن غالبية أفراد العينة ممن يحملون درجات جامعية وفوق الجامعية حيث بلغت نسبتهم (88.4)% مما يدل على جودة التأهيل العلمي لأفراد العينة وبالتالي قدرتهم على فهم عبارات الإستبانة بشكل جيد والإجابة عليها بدقة مما يدل على المستوى التعليمي و الأكاديمي نال المرتبة الأولى في العينة و هذا ما يؤكد حقيقة تطور العمل الدبلوماسي لاعتماده على هذا النوع من افراد العينة .

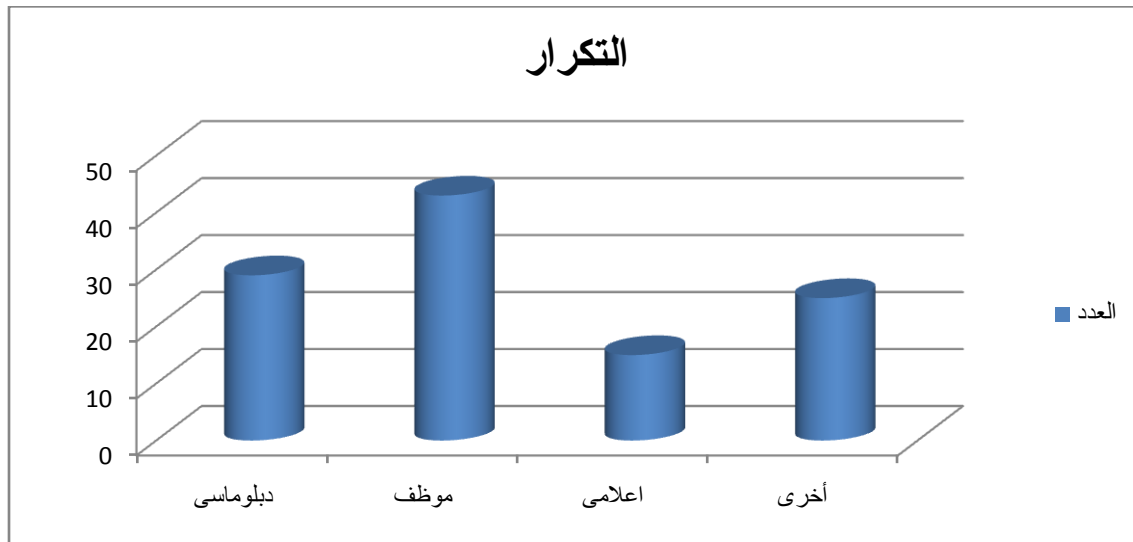
5/ توزيع أفراد العينة حسب الدرجة المهنة

جدول رقم (8/4) يوضح التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة حسب المهنة

المهنة	التكرار	النسبة %
دبلوماسي	29	25.9
موظف	43	38.4
اعلامي	15	13.4
أخرى	25	22.3
المجموع	112	100

المصدر: إعداد الباحث من نتائج الاستبيان 2016.

شكل رقم (9/4) التوزيع التكراري لمتغير المهنة



يتضح من الجدول رقم (8/4) والشكل رقم (9/4) أن أفراد العينة من الدبلوماسيين بلغ عددهم (29) بنسبة (25.9) % بينما بلغت نسبة الموظفين في العينة (38.4) % أما الإعلاميين والوظائف الأخرى فقد بلغت نسبتهم (35.7) %. من اجمالي العينة المبحوثة. ويتضح من ذلك أن غالبية أفراد العينة المبحوثة من الدبلوماسيين والموظفين حيث بلغت نسبتهم (64.3) % العينة وهذه دلالة على مدى معرفة وإدراك أفراد العينة بطبيعة موضوع الدراسة و يلاحظ ان النسب المئوية العليا انحصرت في اهم عينة في البحث وهم الدبلوماسيين وهي الفئة الاقدر على معرفة دور العلاقات العامة في مجال العمل الدبلوماسي اما الفئات الاخرى من الإداريين فهي تمثل الوظائف المساعدة للعمل .

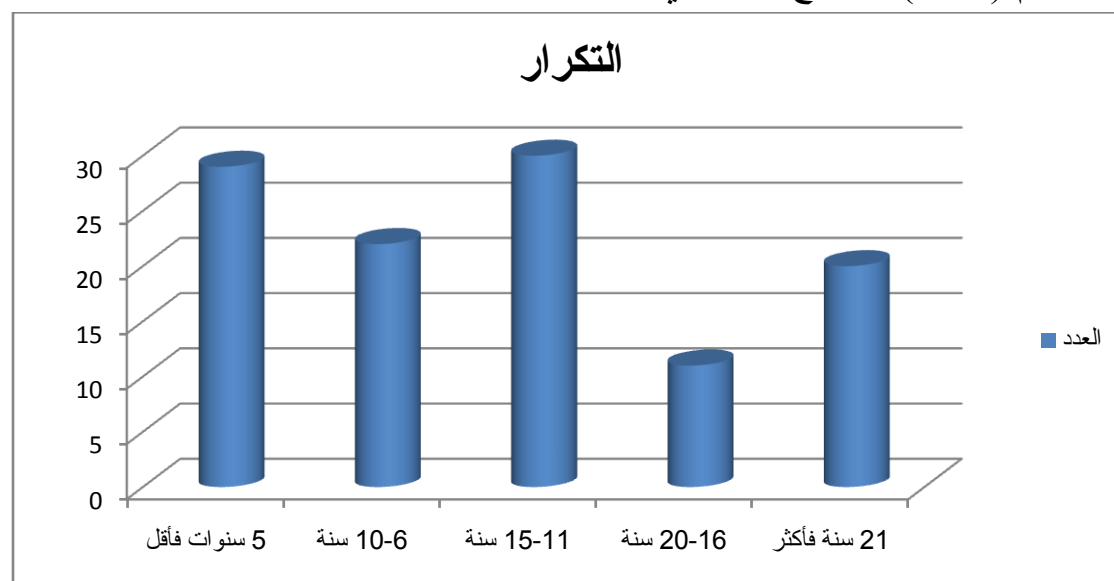
6/ توزيع أفراد العينة حسب سنوات الخبرة

جدول رقم (9/4) يوضح التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة حسب عدد سنوات الخبرة

سنوات الخبرة	التكرار	النسبة %
5 سنوات فأقل	29	25.9
6-10 سنة	22	19.6
11-15 سنة	30	26.8
16-20 سنة	11	9.8
21 سنة فأكثر	20	17.9
المجموع	112	100

المصدر: إعداد الباحث من نتائج الاستبيان 2016.

شكل رقم (10/4) التوزيع التكراري لمتغير المهنة



يتضح من الجدول (9/4) والشكل رقم (10/4) أن أفراد العينة المبحوثة والذين تتراوح سنوات خبرتهم ما بين (5 سنوات فأقل) بلغت نسبتهم (25.9) % من أفراد العينة الكلية بينما بلغت نسبة الذين تتراوح سنوات خبرتهم ما بين (6-10) سنة (19.6) % إما أفراد العينة والذين تتراوح سنوات خبرتهم ما بين (11-15 سنة) فقد بلغت نسبتهم (26.8)

% كما تضمنت العينة نسبة (9.8%) من الذين تتراوح سنوات خبرتهم ما بين (16 - 20 سنة) ونسبة (17.9%) من الذين تتراوح سنوات خبرتهم ما بين (21 سنة فأكثر) ويتضح من ذلك أن غالبية العينة تتراوح سنوات خبرتهم ما بين (6-15) سنة حيث بلغت نسبتهم (46.3)%. وهذه النسبة تدل على نضج أفراد العينة مما يمكنهم من الإجابة على أسئلة الإستبانة بشكل موضوعي.

خامسا : التحليل الاحصائي لعبارات الدراسة:

وذلك لوصف خصائص مفردات عينة الدراسة حيث يتم حساب كل من الوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل عبارات محور الدراسة ويتم مقارنة الوسط الحسابي للعبرة بالوسط الفرضي للدراسة (3) حيث تتحقق الموافقة على الفقرات إذا كان الوسط الحسابي للعبرة اكبر من الوسط الفرضي (3)، وتتحقق عدم الموافقة إذا كان الوسط الحسابي أقل من الوسط الفرضي. وإذا كان الانحراف المعياري للعبرة يقترب من الواحد الصحيح فهذا يدل على تجانس الإجابات بين أفراد العينة. بالإضافة استخدام إختبار (كاي تربيع) لمعرفة مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد عينة على عبارات الدراسة.

رابعاً: تحليل بيانات الدراسة الأساسية

يشتمل هذا المبحث على تحليل البيانات الأساسية للدراسة للتمكن وذلك من خلال تلخيص البيانات في جداول والتي توضح قيم كل متغير لتوضيح أهم المميزات الأساسية لإجابات أفراد العينة في شكل أرقام ونسب مئوية لعبارات الدراسة . وفيما يلي التوزيع التكراري لعبارات الدراسة:

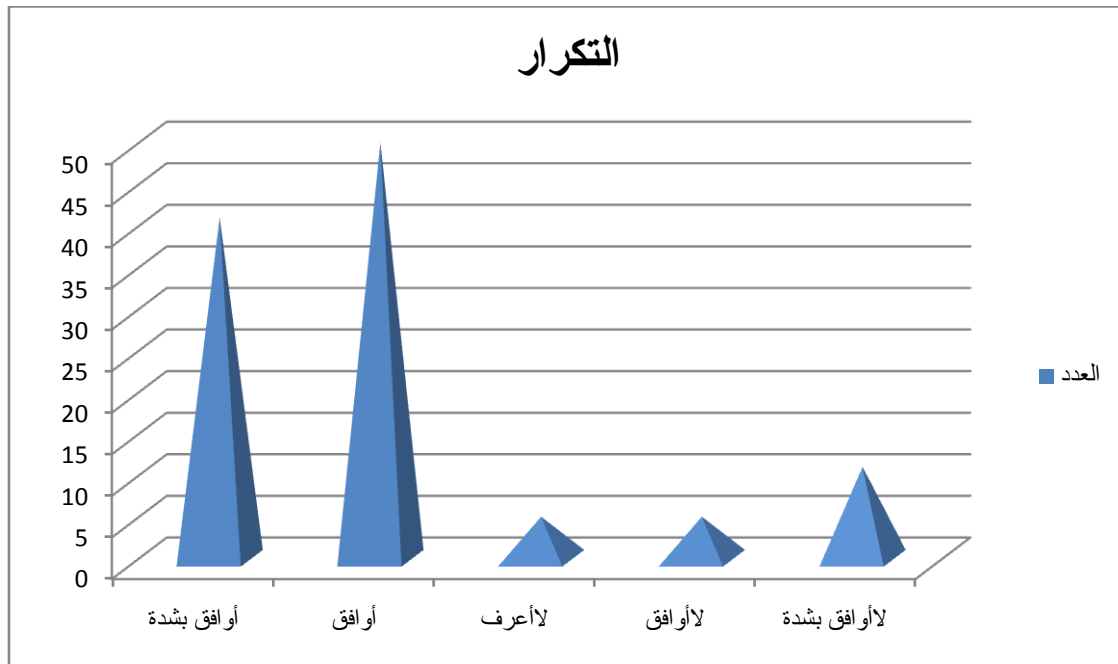
1/ تسهم العلاقات العامة بوزارة الخارجية في دعم سياسة السودان الخارجية ولمعرفة مدى مساهمة العلاقات العامة بوزارة الخارجية في دعم سياسة السودان الخارجية تم توجيه هذا السؤال لأفراد عينة الدراسة فكانت إجاباتهم كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (10/4) التوزيع التكراري لإجابات أفراد العينة على العبارة

الإجابة	التكرار	النسبة %
أوافق بشدة	41	36.6
أوافق	50	44.6
لا أعرف	5	4.5
لا أوافق	5	4.5
لا أوافق بشدة	11	9.8
المجموع	112	100

المصدر: إعداد الباحث من نتائج الاستبيان 2016.

شكل رقم (11/4) التوزيع التكراري لإجابات أفراد العينة على العبارة



يتضح من الجدول رقم (10/4) والشكل رقم (11/4) أن نسبة الموافقين والموافقين بشدة بلغت (81.2) % بينما بلغت نسبة غير الموافقين وغير الموافقين بشدة (14.3) %. إما أفراد العينة والذين لم يبدوا إجابات محددة فقد بلغت نسبتهم (4.5) %. وهذه النتيجة تدل على أن غالبية أفراد العينة يوافقون بشدة على أن (العلاقات العامة بوزارة الخارجية تساهم في دعم سياسة السودان الخارجية) حيث بلغت نسبتهم (81.2) %، وينبع ذلك من أهمية دور العلاقات العامة ودعم وتعزيز المجهود الدبلوماسي، كما يعكس مدى تفهم أفراد العينة لدور العلاقات العامة بوزارة الخارجية.

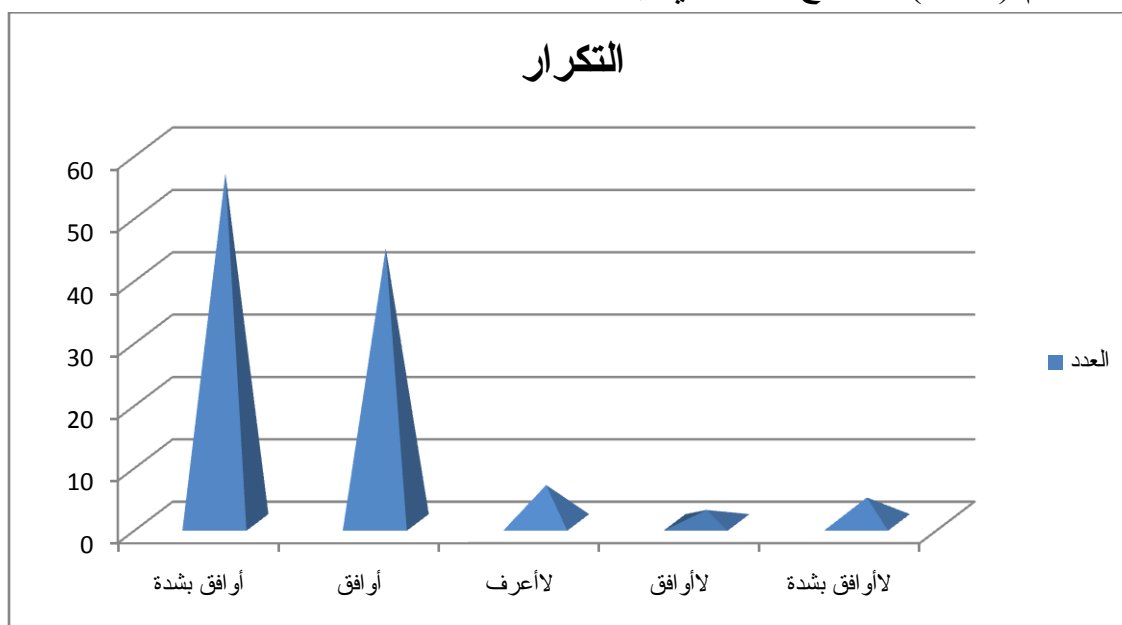
2/ حاجة المهام الدبلوماسية الى وسائل الاتصال في العلاقات العامة ولمعرفة مدى حوجة المهام الدبلوماسية إلى وسائل الاتصال في العلاقات العامة تم توجيه هذا السؤال لأفراد عينة الدراسة فكانت إجاباتهم كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (4/ 11) التوزيع التكراري لإجابات أفراد العينة على العبارة

الإجابة	التكرار	النسبة %
أوافق بشدة	56	50
أوافق	44	39.3
لأعرف	6	5.4
لأوافق	2	1.8
لأوافق بشدة	4	3.6
المجموع	112	100

المصدر: إعداد الباحث من نتائج الاستبيان 2016.

شكل رقم (4/ 12) التوزيع التكراري لإجابات أفراد العينة على العبارة



يتضح من الجدول رقم (4/ 11) والشكل رقم (4/ 12) أن نسبة الموافقين والموافقون بشدة بلغت (89.3) % بينما بلغت نسبة غير الموافقين وغير الموافقين بشدة (5.4) %. إما أفراد العينة والذين لم يبدوا إجابات محددة فقد بلغت نسبتهم (5.4) %. وهذه النتيجة تدل على أن غالبية أفراد العينة يوافقون بشدة على أن (المهام الدبلوماسية تحتاج إلى وسائل الاتصال في العلاقات العامة) حيث بلغت نسبتهم (89.3) %، وعموماً فإن إجماع غالبية

المبحوثين علي أن الوزارة تستخدم الأنترنت مع وجود موقع خاص يمكن من خلاله الحصول علي المعلومات والأحداث الجارية.

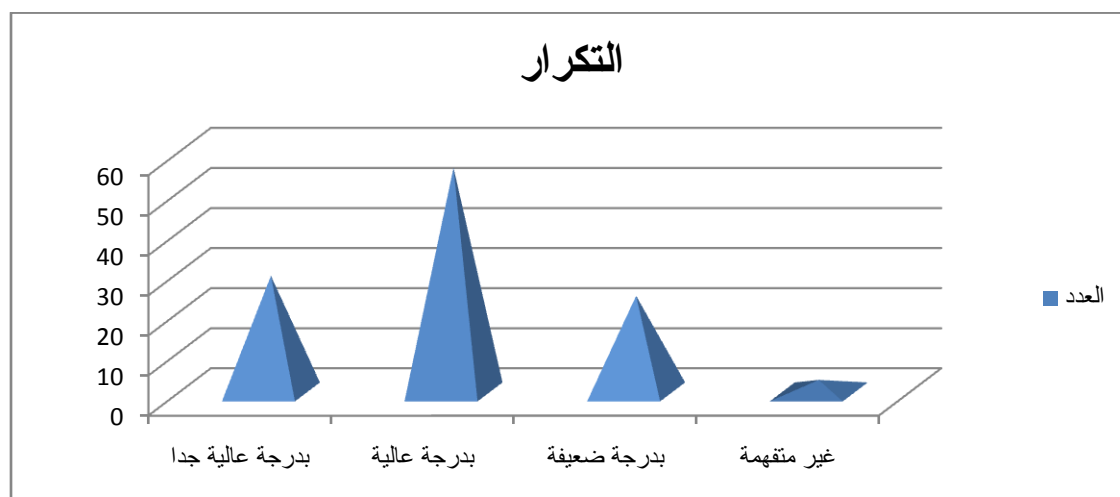
3/ درجة تفهم الإدارة العليا بوزارة الخارجية لأهمية العلاقات العامة في تعزيز العمل الدبلوماسي والسعي لتطوير أساليب ممارستها.

ولمعرفة درجة تفهم الإدارة العليا بوزارة الخارجية لأهمية العلاقات العامة في تعزيز العمل الدبلوماسي تم توجيه هذا السؤال لأفراد عينة الدراسة فكانت إجاباتهم كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (12/4) التوزيع التكراري لإجابات أفراد العينة على العبارة

الإجابة	التكرار	النسبة %
بدرجة عالية جدا	29	25.9
بدرجة عالية	56	50
بدرجة ضعيفة	24	21.4
غير متفهمة	3	2.7
المجموع	112	100

المصدر: إعداد الباحث من نتائج الاستبيان 2016.



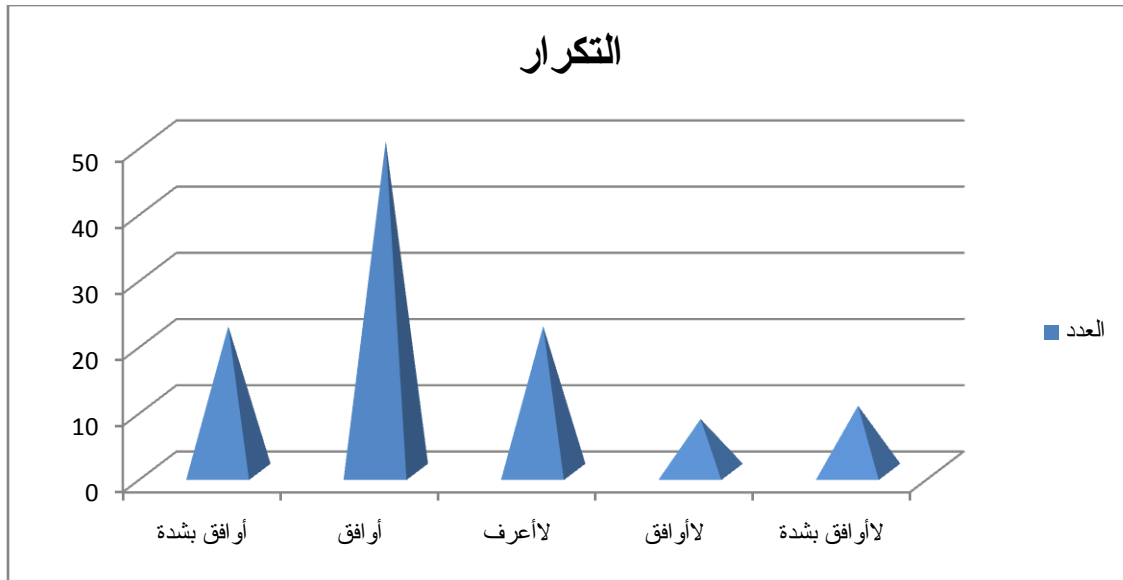
يتضح من الجدول رقم (12/4) والشكل رقم (13/4) أن نسبة الموافقون بدرجة عالية جدا بلغت (25.9) % بينما بلغت نسبة الموافقون بدرجة عالية (50) % . إما أفراد العينة والذين وافقوا بدرجة ضعيفة فقد بلغت نسبتهم (21.4) % . أما غير المتفهمون فقد بلغت نسبتهم (2.7) % وهذه النتيجة تدل على أن غالبية أفراد العينة يوافقون بدرجة عالية على (تفهم الإدارة العليا بوزارة الخارجية لأهمية العلاقات العامة في تعزيز العمل الدبلوماسي والسعي لتطوير أساليب ممارستها) حيث بلغت نسبتهم (75.9) % و عموما بإجماع غالبية المبحوثين على اهتمام الإدارة العليا بالعلاقات العامة بوزارة الخارجية يؤكد ذلك ، و هذا امر طبيعي خصوصا و ان العلاقات العامة تتبع لإدارة المراسم و هي من الإدارات المهمة بالوزارة اصف الى ذلك ان نجاح اي مؤسسة يعتمد على العلاقات العامة .

4/ تنسق إدارة العلاقات العامة مع الإدارات الأخرى في العمل الدبلوماسي ولمعرفة مدى تنسيق إدارة العلاقات العامة مع الإدارات الأخرى في العمل الدبلوماسي تم توجيه هذا السؤال لأفراد عينة الدراسة فكانت إجاباتهم كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم(4/ 13) التوزيع التكراري لإجابات أفراد العينة على العبارة

النسبة %	التكرار	الإجابة
19.7	22	أوافق بشدة
44.6	50	أوافق
19.7	22	لا أعرف
7.1	8	لا أوافق
8.9	10	لا أوافق بشدة
100	112	المجموع

المصدر: إعداد الباحث من نتائج الاستبيان 2016.



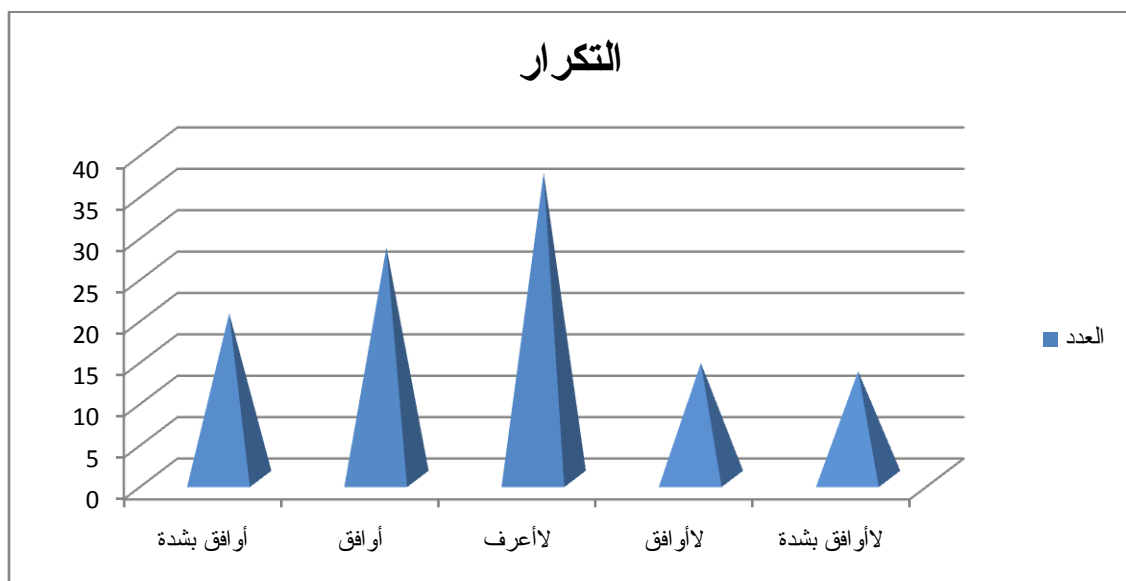
يتضح من الجدول رقم (13/4) والشكل رقم (14/4) أن نسبة الموافقين والموافقون بشدة بلغت (64.3 %) بينما بلغت نسبة غير الموافقين وغير الموافقون بشدة (16) % . إما أفراد العينة والذين لم يبدوا إجابات محددة فقد بلغت نسبتهم (19.7) % . وهذه النتيجة تدل على أن غالبية أفراد العينة يوافقون على أن (إدارة العلاقات العامة تتسق مع الإدارات الأخرى في العمل الدبلوماسي) حيث بلغت نسبتهم (64.3 %) يتضح من الجدول أن التنسيق يتم بصورة جيدة لضمان سير العمل .

5/ أساليب ممارسة العلاقات العامة في وزارة الخارجية لاتزال دون مستوى الطموح ولمعرفة مستوى ممارسة العلاقات العامة في وزارة الخارجية تم توجيه هذا السؤال لأفراد عينة الدراسة فكانت إجاباتهم كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (4/ 14) التوزيع التكراري لإجابات أفراد العينة على العبارة

النسبة %	التكرار	الإجابة
17.9	20	أوافق بشدة
25	28	أوافق
33	37	لأعرف
12.5	14	لأوافق
11.6	13	لأوافق بشدة
100	112	المجموع

المصدر: إعداد الباحث من نتائج الاستبيان 2016.



يتضح من الجدول رقم (4/14) والشكل رقم (4/15) أن نسبة الموافقين والموافقون بشدة بلغت نسبتهم (42.9) % بينما بلغت نسبة غير الموافقين وغير الموافقون بشدة (24.1) %. إما أفراد العينة والذين لم يبدوا إجابات محددة فقد بلغت نسبتهم (33) %. وهذه النتيجة تدل على أن غالبية أفراد العينة يوافقون على أن (أساليب ممارسة العلاقات العامة في وزارة الخارجية لاتزال دون مستوى الطموح) حيث بلغت نسبتهم (42.9) % و هذا يعطى مؤشر ايجابي لعمل العلاقات العامة بالوزارة .

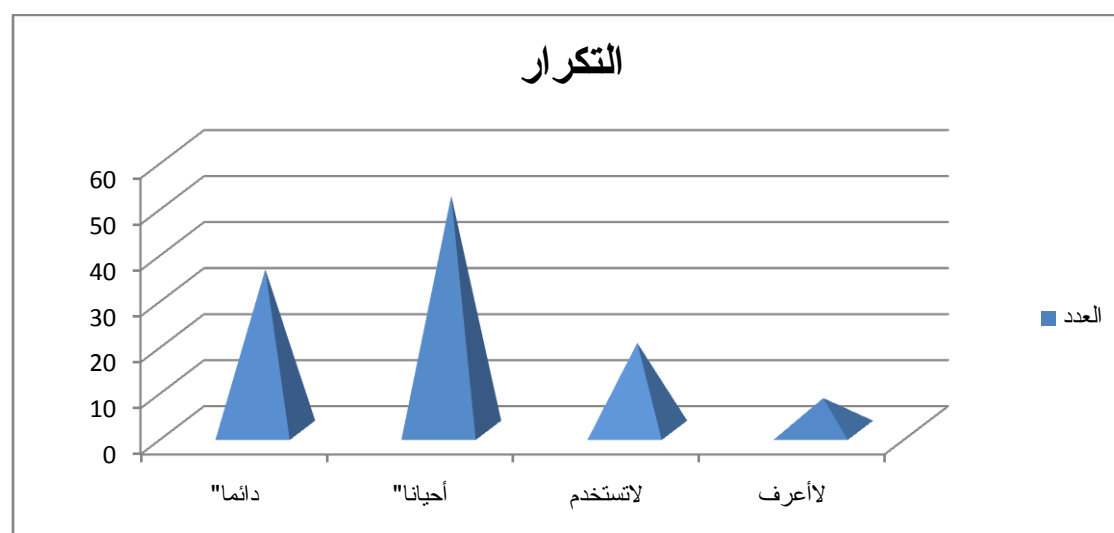
6/ استخدام العلاقات العامة بوزارة الخارجية لكافة وسائل الاتصال الحديثة لتعزيز العمل الدبلوماسي السوداني

ولمعرفة مدى استخدام العلاقات العامة بوزارة الخارجية لكافة وسائل الاتصال الحديثة لتعزيز العمل الدبلوماسي تم توجيه هذا السؤال لأفراد عينة الدراسة فكانت إجاباتهم كما هو موضح في الجدول التالي :

جدول رقم (4/ 15) التوزيع التكراري لإجابات أفراد العينة على العبارة

الإجابة	التكرار	النسبة %
دائماً	35	31.3
أحياناً	51	45.5
لاستخدم	19	17
لأعرف	7	6.2
المجموع	112	100

المصدر: إعداد الباحث من نتائج الاستبيان 2016.



يتضح من الجدول رقم (4/ 15) والشكل رقم (4/ 16) أن غالبية أفراد العينة

المبحوثة أوضحوا بأن استخدام العلاقات العامة بوزارة الخارجية لكافة وسائل الاتصال

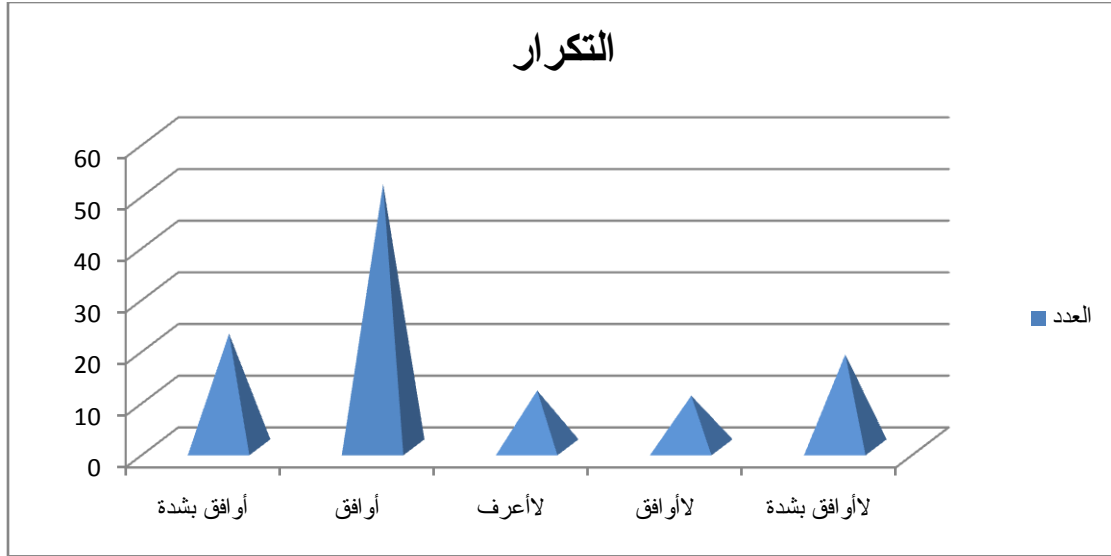
الحديثة لتعزيز العمل الدبلوماسي السوداني يتم أحيانا" حيث بلغت نسبتهم (45.5%) بينما بلغت نسبة الذين قالوا بأن ذلك يتم بصورة دائمة (31.3%) أما أفراد العينة والذين قالوا أن الوزارة لإستخدم فقد بلغت نسبتهم (6.2%). بينما تضمنت العينة نسبة (17%) من أفراد العينة والذين لا يعرفون .

7/ إقتصار نشاط العلاقات العامة بوزارة الخارجية على تقديم خدمات عمل البرتوكول والمراسم ولمعرفة هل نشاط العلاقات العامة بوزارة الخارجية يقتصر فقط على تقديم خدمات عمل البرتوكول والمراسم تم توجيه هذا السؤال لأفراد عينة الدراسة فكانت إجاباتهم كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (16/4) التوزيع التكراري لإجابات أفراد العينة على العبارة

النسبة %	التكرار	الإجابة
19.6	22	أوافق بشدة
45.5	51	أوافق
9.8	11	لا أعرف
8.9	10	لا أوافق
16.1	18	لا أوافق بشدة
100	112	المجموع

المصدر: إعداد الباحث من نتائج الاستبيان 2016.

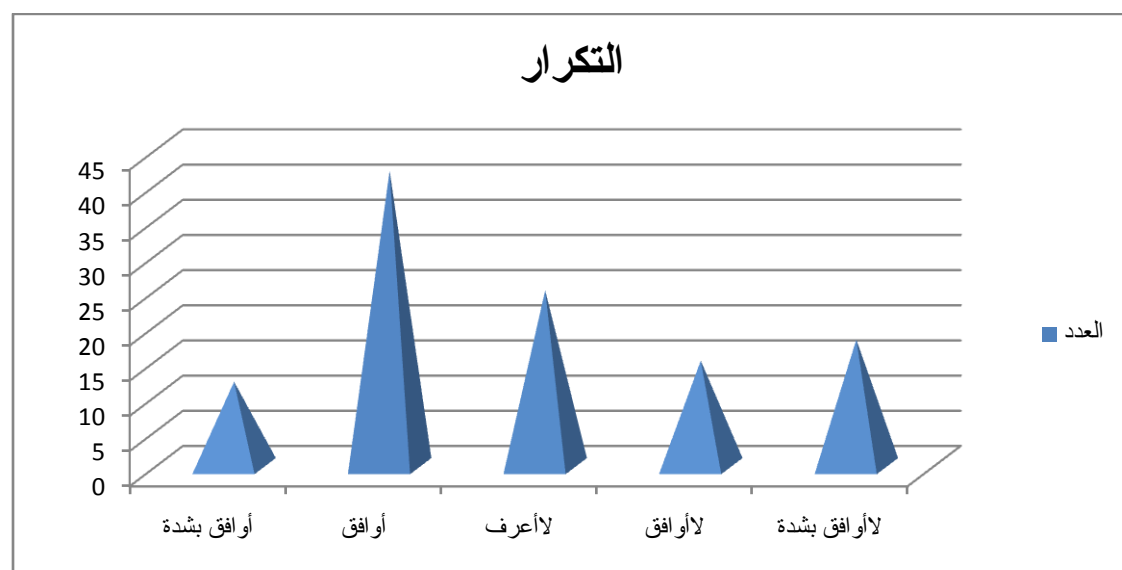


يتضح من الجدول رقم (16/4) والشكل رقم (17/4) أن نسبة الموافقين والموافقون بشدة بلغت نسبتهم (65.1) % بينما بلغت نسبة غير الموافقون وغير الموافقون بشدة (25) %. إما أفراد العينة والذين لم يبدوا إجابات محددة فقد بلغت نسبتهم (9.8) %. وهذه النتيجة تدل على أن غالبية أفراد العينة يوافقون على أن (نشاط العلاقات العامة بوزارة الخارجية يقتصر على تقديم خدمات عمل البرتوكول والمراسم) حيث بلغت نسبتهم (65.1) % و هذه النسب تعطي مؤشرا على أن العلاقات العامة تمارس نشاط المراسم و البروتوكول بصورة مرضية وهذا يتماشى مع كونها قسم يتبع لإدارة المراسم والتشريعات. 8/ مهام العلاقات العامة بالوزارة غير ملموسة ويتداخل مع الوظائف الأخرى لإدارات الوزارة. ولمعرفة مدى تداخل مهام العلاقات العامة بالوزارة مع الوظائف الأخرى لإدارات الوزارة تم توجيه هذا السؤال لأفراد عينة الدراسة فكانت إجاباتهم كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (4/ 17) التوزيع التكراري لإجابات أفراد العينة على العبارة

الإجابة	التكرار	النسبة %
أوافق بشدة	12	10.7
أوافق	42	37.5
لأعرف	25	22.3
لأوافق	15	13.4
لأوافق بشدة	18	16.1
المجموع	112	100

المصدر: إعداد الباحث من نتائج الاستبيان 2016.



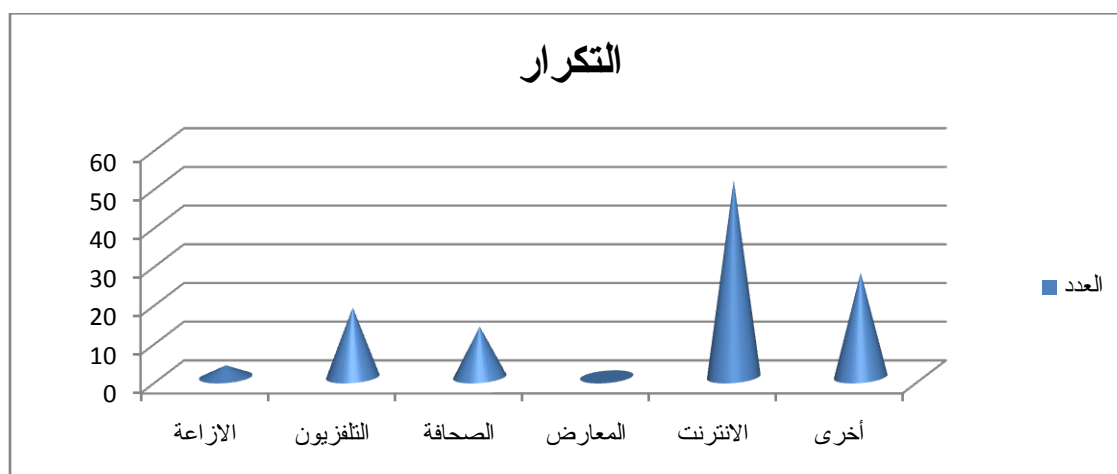
يتضح من الجدول رقم (4/ 17) والشكل رقم (4/ 18) أن نسبة الموافقين والموافقون بشدة بلغت نسبتهم (48.2) % بينما بلغت نسبة غير الموافقين وغير الموافقون بشدة (29.5) %. إما أفراد العينة والذين لم يبدوا إجابات محددة فقد بلغت نسبتهم (22.3) % وهذه النتيجة تدل على أن غالبية أفراد العينة يوافقون على أن (مهام العلاقات العامة بالوزارة غير ملموسة ويتداخل مع الوظائف الأخرى لإدارات الوزارة) حيث بلغت نسبتهم

(48.2%) أكدت تلك الفئة ملاحظة الباحث بنفسه فلا بد من تضافر كل الجهود في الأجهزة ذات الصلة و صناع القرار لحل تلك المعوقات .

9/ أهم الوسائل الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة بوزارة الخارجية ولمعرفة أهم الوسائل الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة بوزارة الخارجية تم توجيه هذا السؤال لأفراد عينة الدراسة فكانت إجاباتهم كما هو موضح في الجدول التالي:
جدول رقم(4/ 18) التوزيع التكراري لإجابات أفراد العينة على العبارة

الإجابة	التكرار	النسبة %
الازاعة	3	2.7
التلفزيون	18	16.1
الصحافة	13	11.6
المعارض	0	0
الانترنت	51	45.5
أخرى	27	24.1
المجموع	112	100

المصدر: إعداد الباحث من نتائج الاستبيان 2016.



يتضح من الجدول رقم (18/4) والشكل رقم (19/4) أن غالبية أفراد العينة أوضحوا بأن من أهم الوسائل الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة بوزارة الخارجية هي (الانترنت) حيث بلغت نسبتهم (45.5%) بنما بلغت نسبة الذين قالوا الصحافة هي أهم الوسائل الاتصالية (11.6%) أما أفراد العينة والذين قالوا الاذاعة والتلفزيون فقد بلغت نسبتهم (18.8%) أن غالبية المبحوثين أجمعوا على أن الوزارة تستخدم الإنترنت بصورة دائمة وتأتي الوسائل الأخرى في المرتبة الثانية ربما يعزى ذلك ظهور الانترنت لمواكبة هذا العصر .

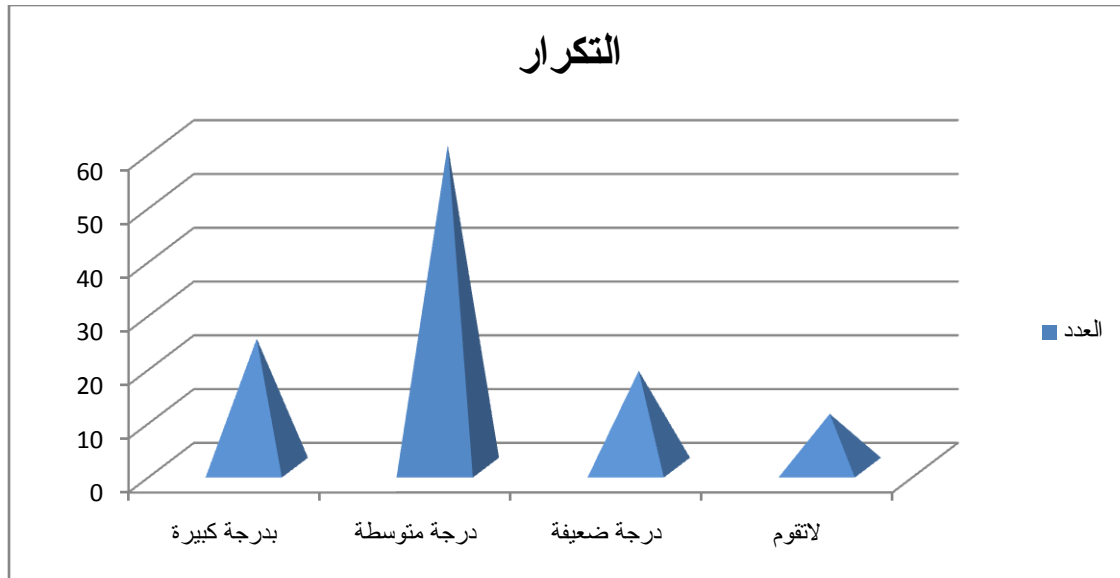
10/ درجة قيام العلاقات العامة بوزارة الخارجية بدورها في تعزيز ودعم سياسة السودان الخارجية :

ولمعرفة مدى قيام العلاقات العامة بوزارة الخارجية بدورها في تعزيز ودعم سياسة السودان الخارجية تم توجيه هذا السؤال لأفراد عينة الدراسة فكانت إجاباتهم كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (19/4) التوزيع التكراري لإجابات أفراد العينة على العبارة

النسبة %	التكرار	الإجابة
21.4	24	بدرجة كبيرة
53.6	60	درجة متوسطة
16.1	18	درجة ضعيفة
8.9	10	لأتفهم
100	112	المجموع

المصدر: إعداد الباحث من نتائج الاستبيان 2016.



يتضح من الجدول رقم (19/4) والشكل رقم (20/4) أن غالبية أفراد العينة أوضحوا بأن العلاقات العامة بوزارة الخارجية تقوم بدورها في تعزيز ودعم سياسة السودان الخارجية بدرجة (متوسطة) حيث بلغت نسبتهم (53.6%) بينما بلغت نسبة الذين قالوا بدرجة كبيرة (21.4) % أما أفراد العينة والذين قالوا بدرجة ضعيفة أو أنها لا تقوم بدورها فقد بلغت نسبتهم (25%) من اجمالي العينة و يلاحظ تفاوت النسب بين اراء المبحوثين في الإجابات و الذي يشير بدوره للتصور الواضح في درجة قيام الوزارة بنسبة بسيطة .

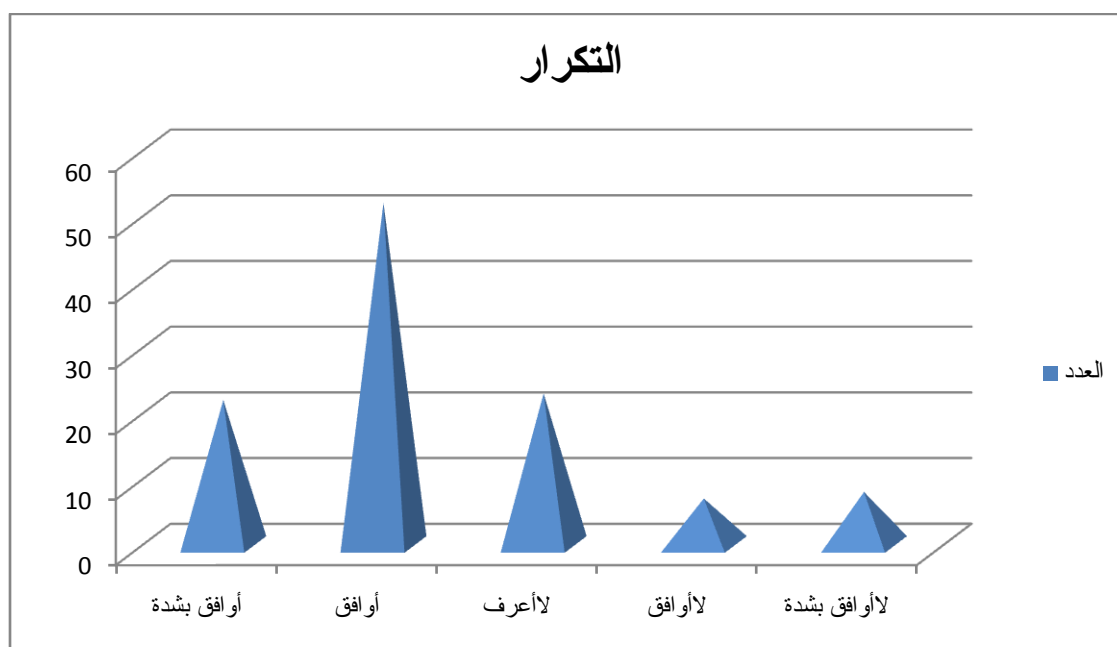
11/ مدى فاعلية جهود العلاقات العامة بوزارة الخارجية تجاه العمل الدبلوماسي :

ولمعرفة مدى فاعلية جهود العلاقات العامة بالوزارة في العمل الدبلوماسي تم توجيه هذا السؤال لأفراد عينة الدراسة فكانت إجاباتهم كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (4/ 20) التوزيع التكراري لإجابات أفراد العينة على العبارة

النسبة %	التكرار	الإجابة
19.6	22	أوافق بشدة
46.4	52	أوافق
20.5	23	لأعرف
6.4	7	لأوافق
7.1	8	لأوافق بشدة
100	112	المجموع

المصدر: إعداد الباحث من نتائج الاستبيان 2016.



يتضح من الجدول رقم (4/ 20) والشكل رقم (4/ 21) أن نسبة الموافقين والموافقون بشدة بلغت نسبتهم (66) % بينما بلغت نسبة غير الموافقين وغير الموافقون بشدة (13.5) %. إما أفراد العينة والذين لم يبدوا إجابات محددة فقد بلغت نسبتهم (20.5)

% . وهذه النتيجة تدل على أن غالبية أفراد العينة يوافقون على أن (جهود العلاقات العامة بالوزارة تعتبر فعالة لدى العمل الدبلوماسي) حيث بلغت نسبتهم (66) %.

وفيما يلي نتائج التحليل الإحصائي لعبارات الدراسة وذلك كما هو موضح في الجدول

التالي :

جدول رقم (21/4) يوضح نتائج التحليل الإحصائي لعبارات الدراسة

عبارات الفرضية	الانحراف المعياري	المتوسط	درجة الموافقة	قيمة كاي تربيع	مستوى المعنوية	النتيجة
1/ تساهم العلاقات العامة بوزارة الخارجية في دعم سياسة السودان الخارجية	1.21	3.93	عالية	82.2	0.00 0	قبول
2/ المهام الدبلوماسية تحتاج إلى وسائل الاتصال في العلاقات العامة	0.92	4.30	عالية جدا	116.9	0.00 0	قبول
3/ درجة تفهم الإدارة العليا بوزارة الخارجية لأهمية العلاقات العامة وتعزيز العمل الدبلوماسي والسعي لتطوير أساليب ممارستها	0.76	2.99	عالية	50.9	0.00 0	قبول
4/ تتسق إدارة العلاقات العامة مع الإدارات الأخرى في العمل الدبلوماسي	1.15	3.58	عالية	50.1	0.00 0	قبول
5/ أساليب ممارسة العلاقات العامة في وزارة الخارجية لا تزال دون	1.22	3.25	متوسطة	18.2	0.00 0	قبول

مستوى الطموح						
6/ استخدام العلاقات العامة بوزارة الخارجية لكافة وسائل الاتصال الحديثة لتعزيز العمل الدبلوماسي السوداني	0.85	3.01	متوسطة	39.2	0.00 0	قبول
7/ يقتصر نشاط العلاقات العامة بوزارة الخارجية على تقديم خدمات عمل البرتوكول والمراسم	1.34	3.43	عالية	25.5	0.00 0	قبول
8/ مهام العلاقات العامة بالوزارة غير ملموسة ويتداخل مع الوظائف الأخرى لإدارات الوزارة	1.25	3.13	متوسطة	59.0	0.00 0	قبول
9/ أهم الوسائل الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة بوزارة الخارجية	0.85	4.41	الانترنت	52.2	0.00 0	قبول
10/ دور العلاقات العامة بوزارة الخارجية في تعزيز ودعم سياسة السودان الخارجية	1.08	2.87	متوسطة	58.9	0.00 0	قبول
11/ جهود العلاقات العامة بالوزارة تعتبر فعالة لدى العمل الدبلوماسي	1.10	3.65	عالية	54.8	0.00 0	قبول

المصدر: إعداد الباحث باستخدام مخرجات نتائج التحليل الإحصائي 2016

يتضح من الجدول رقم (21/4) ما يلي:

1. بلغت قيمة متوسط العبارة الأولى (3.93) بانحراف معياري (1.21). كما بلغت قيمة كاي تربيع المحسوبة لدلالة الفروق (82.2) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعلية فأن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين بدرجة عالية على أن (العلاقات العامة بوزارة الخارجية تساهم في دعم سياسة السودان الخارجية).

2. بلغت قيمة متوسط العبارة الثانية (4.30) بانحراف معياري (0.92). كما بلغت قيمة كاي تربيع المحسوبة لدلالة الفروق (116.9) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعلية فأن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين بدرجة عالية جدا على أن (المهام الدبلوماسية تحتاج إلى وسائل الاتصال في العلاقات العامة).

3. بلغت قيمة متوسط العبارة الثالثة (2.99) بانحراف معياري (0.76). كما بلغت قيمة كاي تربيع المحسوبة لدلالة الفروق (50.9) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعلية فأن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين بدرجة متوسطة على أن (تفهم الإدارة العليا بوزارة الخارجية لأهمية العلاقات العامة وتعزيز العمل الدبلوماسي والسعي لتطوير أساليب ممارستها).

4. بلغت قيمة متوسط العبارة الرابعة (3.58) بانحراف معياري (1.15). كما بلغت قيمة كاي تربيع المحسوبة لدلالة الفروق (50.1) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعلية فأن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين

إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين بدرجة عالية على أن (دائرة العلاقات العامة تتسق ا مع الإدارات الأخرى في العمل الدبلوماسي).

5. بلغت قيمة متوسط العبارة الخامسة (3.25) بانحراف معياري (1.22). كما بلغت قيمة كاي تربيع المحسوبة لدلالة الفروق (18.2) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعالية فأن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين بدرجة متوسطة على أن (أساليب ممارسة العلاقات العامة في وزارة الخارجية لا تزال دون مستوى الطموح).

6. بلغت قيمة متوسط العبارة السادسة (3.01) بانحراف معياري (0.85). كما بلغت قيمة كاي تربيع المحسوبة لدلالة الفروق (39.2) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعالية فأن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين بدرجة متوسطة على أن (استخدام العلاقات العامة بوزارة الخارجية لكافة وسائل الاتصال الحديثة لتعزيز العمل الدبلوماسي السوداني).

7. بلغت قيمة متوسط العبارة السابعة (3.43) بانحراف معياري (1.34). كما بلغت قيمة كاي تربيع المحسوبة لدلالة الفروق (50.0) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعالية فأن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين بدرجة عالية على أن (نشاط العلاقات العامة بوزارة الخارجية يقتصر على تقديم خدمات عمل البرتوكول والمراسم).

8. بلغت قيمة متوسط العبارة الثامنة (3.13) بانحراف معياري (1.25). كما بلغت قيمة كاي تربيع المحسوبة لدلالة الفروق (25.5) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعالية فأن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين

إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين بدرجة متوسطة على أن (مهام العلاقات العامة بالوزارة غير ملموسة ويتداخل مع الوظائف الأخرى لإدارات الوزارة).

9. بلغت قيمة متوسط العبارة التاسعة (4.41) بانحراف معياري (1.50). كما بلغت قيمة كاي تربيع المحسوبة لدلالة الفروق (59.0) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعلية فأن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على أن الانترنت هو (أهم الوسائل الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة بوزارة الخارجية هي الازاعة).

10. بلغت قيمة متوسط العبارة العاشرة (2.87) بانحراف معياري (0.85). كما بلغت قيمة كاي تربيع المحسوبة لدلالة الفروق (52.2) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعلية فأن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين بدرجة متوسطة على أن (دور العلاقات العامة بوزارة الخارجية في تعزيز ودعم سياسة السودان الخارجية).

11. بلغت قيمة متوسط العبارة الحادية عشر (3.65) بانحراف معياري (1.08). كما بلغت قيمة كاي تربيع المحسوبة لدلالة الفروق (58.9) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعلية فأن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين بدرجة عالية على أن (جهود العلاقات العامة بالوزارة تعتبر فعالة لدى العمل الدبلوماسي).

أهم النتائج:

جاءت خاتمة هذا البحث بمجموعة من النتائج والتوصيات التي تصب (توظيف العلاقات العامة في تعزيز العمل الدبلوماسي) ومن أهم هذه النتائج :

1. أكدت الدراسة أن المستوى التعليمي لأفراد العينة يتراوح ما بين الجامعي بنسبة (48%) وفوق الجامعي (41%) والثانوي بنسبة (11%).
2. يتفق كل أفراد العينة على وجود عوائق لعمل العلاقات العامة بالوزارة وهذه العوائق تتمثل في "قلة الأمكانيات وتداخل الاختصاصات ونقص الكوادر المتخصصة " في مجال العلاقات العامة بالوزارة.
3. أوضحت الدراسة ان الإدارة العليا بوزارة الخارجية تتفهم أهمية العلاقات العامة في تعزيز العمل الدبلوماسي، مما يجعلها تسعى إلى تطوير عملها ودعم انشطتها وبرامجها المختلفة.
4. أظهرت الدراسة أن العلاقات العامة بوزارة الخارجية تستخدم كافة وسائل الاتصال الحديثة في دعم وتعزيز العمل الدبلوماسي ولكن يحتل الانترنت أهم الوسائل المستخدمة.
5. كشفت الدراسة أن هنالك جهود فعالة بالوزارة لدى العمل الدبلوماسي.
6. أوضحت الدراسة انه لا بد من تطبيق مفاهيم العلاقات العامة في اجمالها والتركيز على إختيار الكادر الدبلوماسي بما يمكن من لعب دور فاعل في خدمة مصالح وصورة البلاد.
7. اوضحت الدراسة من خلال الاراء الشخصية حول الرؤية المستقبلية التي يحتاج إليها جهاز العلاقات العامة لتطوير عملها وحس جميع الاراء على رفع مستوى الوعي من أجل توفير الامكانيات لكي يتم ممارسة أنشطة العلاقات العامة على وزارة الخارجية على أكمل وجه.

8. بينت الدراسة أن العلاقات العامة بوزارة الخارجية تقوم بوظائفها الأساسية من إجراءات البحوث ورسم السياسات والخطط وتنفيذ برامجها وأهدافها وتقويم أنشطتها وكل المهام التي تسهم في إنجازها.

9. أوضحت الدراسة أن أساليب ممارسة العلاقات العامة لا تزال دون مستوى الطموح.

10. أثبتت الدراسة عدم وجود إدارة متخصصة للعلاقات العامة بوزارة الخارجية فهي قسم صغير يتبع لإدارة المراسم وتقدم خدمات مراسمية ضمن نشاط إدارة المراسم بشقيها الحصانات والتشريفات.

11. أوضحت الدراسة أن العلاقات العامة بوزارة الخارجية تسهم في تعزيز العمل الدبلوماسي.

12. أوضحت الدراسة أن جهود العلاقة العامة بالوزارة فعالة لدى العمل الدبلوماسي السوداني .

13. أوضحت الدراسة أن العلاقات العامة بوزارة الخارجية تتسق مع الإدارات الأخرى بالوزارة.

أهم التوصيات:

توصى الدراسة بعدد من التوصيات التي تتمثل في النواحي الآتية:

1. ينبغي على الإدارة العليا بوزارة الخارجية مراعاة المعايير والأسس العلمية التي توظف جهاز العلاقات العامة مستقبلاً حسب المؤهل العلمي والتخصص في مجال العمل.
2. توصى الدراسة الممارسين لعمل العلاقات العامة بوزارة الخارجية إقناع العاملين بها بأن وظيفة العلاقات العامة وظيفة متخصصة،، وإقناعهم بأهمية عملها ووضع مهامها.
3. ضرورة تفعيل أجهزة وتطوير أساليب ممارستها في الجوانب التنظيمية والإدارية حتى تستطيع مواكبة صناعة القرار وتدعم الصلات وعكس الوجه المشرق لها.
4. ضرورة زيادة نشاط الاتصال في العلاقات العامة بوزارة الخارجية وذلك لخلق علاقات مع المؤسسات الإعلامية الأخرى وسائل الاتصال المختلفة والاستفادة من التقنيات الحديثة في دعم وتعزيز العمل الدبلوماسي وتساهم في تنفيذ السياسة الخارجية للسودان.
5. توصى بوضع إستراتيجية واضحة المعالم لتنفيذ سياسة دقيقة المعالم من أجل الوصول إلى الهدف الأساسي من وجود إدارة خاصة بالعلاقات العامة في وزارة الخارجية.
6. توصى الدراسة بأقامة ندوات عملية خاصة بدور العلاقات العامة والمساهمة التي يمكن تقديمها في تفعيل وتعزيز وتطوير العمل الدبلوماسي.
7. فتح المجال أمام أجهزة العلاقات العامة بالإطلاع والمشاركة في تنفيذ الخطط البرامج والأنشطة المستقبلية .
8. على العلاقات العامة أن تسعى جادة لاستخدام كل وسائل الإتصال المتاحة لتفعيل نشاطها ولتقديم ما تريد نشره لأكبر فئة من الرأي العام في الداخل والخارج.
9. توفير الدعم المعنوي لأجهزة العلاقات العامة بإعتبارها الوجهة وحلقة الوصل بين المؤسسة وجمهورها.

10. يوصى الباحث بإجراء البحوث عبر الإستبيان بصورة مستمرة بين العاملين في وزارة الخارجية من أجل معالجة مواطن الخلل.
11. دعم إدارة العلاقات العامة بالكوادر المؤهلة تأهيلاً عملياً وتزويدها بالاجهزة الفنية والإهتمام بيئية العمل في الوزارة حتى يتمكن العاملون من القيام بعملهم في ظل الظروف التي تساعدهم في تحقيق الانجاز.
12. إستخدام وسائل الاتصال الحديثة لتسهم بفاعلية في تحقيق أهداف العلاقات العامة على الصعيدين المحلى والدولى.
13. يوصى الباحث بضرورة الإهتمام بالدبلوماسيين المعاشين وربطهم بالوزارة عبر برامج محددة وذلك للإستفادة من تجاربهم الطويلة في العمل الدبلوماسي ولربط الاجيال في مجال العمل.

المصادر والمراجع :-

أولاً : القرآن الكريم

ثانيا : السنة النبوية

ثالثا : البحوث و الرسائل الجامعية :

1. انصاف محمد عقيد محمد على ، دور اعلام الدبلوماسية الشعبية في تعزيز العلاقات

الاجتماعية بين السودان ودولة الامارات العربية المتحدة ، رسالة ماجستير غير منشورة

،(جامعة افريقيا العالمية الخرطوم السودان ،2012م)

2. بشرى يوسف محمد الحسن ، دور العلاقات العامة في تدعيم السياسة الخارجية للدول ، بحث لنيل درجة الماجستير في الاعلام ، غير منشورة ، الخرطوم ، جامعة امدرمان الاسلامية ، كلية الاعلام ، 2009م

3. رقية احمد صالح، فاعلية العلاقات العامة في تطوير الدبلوماسية الشعبية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة أمدرمان الاسلامية، 2012م)

4. سحر حامد ،رسالة ماجستير بعنوان العلاقات العامة الدولية في تحقيق أهداف سياسة السودان الخارجية ،2004م

5. منصور عثمان محمد زين ، الاعلام الخارجي دوره في دعم العمل الدبلوماسي في السودان، رسالة دكتوراه غير منشورة(جامعة افريقيا العالمية، الخرطوم السودان ،2005م) رابعا : المراجع :

6. أبراهيم أمام ، فن العلاقات العامة والإعلام ، ط 3 (القاهرة : مكتبة الأنجلو المصرية ، 1991م)

7. أبو القاسم صالح واخرون، المرشد في إعداد البحوث العلمية، (جامعة السودان للعلوم

والتكنولوجيا، مركز البحث العلمي ، 2001)

8. بطرس غالي ، الدبلوماسية في العلاقات الدولية ، بدون ط ، (عمان دار زهران للنشر ، 2009م)

9. جمال بركات ، الدبلوماسية ماضيها وحاضرها ومستقبلها ، بدون ط (القاهرة ، 1991م)

10. حمدي شعبان ، وظيفة العلاقات العامة (الأسس والمهارات) ، بدون ط ، (القاهرة : مؤسسة الطبجي للطباعة والنشر ، 2008م)

11. زايد عبيد الله مصباح ، الدبلوماسية ، ط1 (طرابلس : دار طرابلس ، 1994م)

12. سمير محمد حسين ، العلاقات العامة ، ط2 ، (القاهرة ، عالم الكتب ، 1995م)

13. سمير محمد حسين ،بحوث الإعلام،(القاهرة ، عالم الكتب ، ط2، 1995)

14. الشاذلي الريح سنهوري ،مذكرات وذكريات دبلوماسية ،الخرطوم ،وزارة الخارجية
15. صالح ليري ، مدخل إلى العلاقات العامة ، ط 1 ، (الأردن : دار حنين للنشر والتوزيع ، 2005م)
16. طارق شريف يونس ، إدارة العلاقات العامة – مفاهيم ومبادئ وسياسات مع إشارة للمعطى العربي والإسلامي ، ط4 ، (عمان : أثراء للنشر والتوزيع ، 2008م)
17. طاهر موسى عطية ، فن علم العلاقات العامة ، بدون ط ، (القاهرة : دار النهضة العربية ، 1999م)
18. عبد الحكيم خليل مصطفى ، الصورة وحملات العلاقات العامة ، ط 1 ، (القاهرة : الدار العربية للنشر والتوزيع ، 2013م)
19. عبد الحكيم خليل مصطفى ، العلاقات العامة بين المفهوم النظري والتطبيق العلمي ، ط 1 ، (الجيزة : الدار العالمية للنشر والتوزيع ، 2009م)
20. عبد الرازق محمد الدليمي ، العلاقات العامة في التطبيق ، ط 1 ، (عمان : دار جديد للنشر 2004م ، 2005م)
21. عبد الفتاح شبانة ، الدبلوماسية - قواعد الممارسة العملية – المشكلات الفعلية ط1 (القاهرة : مطبعة مديبولي 2002 م)
22. عز عبد الفتاح، مقدمة في الإحصاء الوصفي والاستدلالي باستخدام SPSS ، (القاهرة: دار النهضة العربية ، الطبعة الأولى ، 1981)
23. علي حسين الشامي، الدبلوماسية نشاتها وتطورها وقواعدها ونظام الحصانات الدبلوماسية ، (بدون:ط)
24. علي عجوة ، الأسس العلمية للعلاقات العامة ، ط4 ، (القاهرة : عالم الكتب ، 2000م)
25. علي عجوة ، العلاقات العامة والصورة الذهنية ، ط2 (القاهرة : عالم الكتب للنشر والتوزيع ، 1997م)
26. فيصل محمد أحمد ، العلاقات العامة الدولية في الإسلام ، ط1 (امدرمان ، مطابع السودان للعملة ، 2009م)
27. كرم شلبي ، معجم المصطلحات الاعلامية، (القاهرة، دار الشروق، 1989م)
28. محفوظ أحمد جودة ، العلاقات العامة مفاهيم وممارسات ، بدون ط ، (عمان : دار زهران للنشر ، 2006م)
29. محمد الجوهري، الاتجاهات الجديدة في العلاقات العامة، (القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية، 1971م)
30. محمد الصرفي ، إدارة العلاقات العامة ، ط 1 ، (الاسكندرية : مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع ، 2005م)
31. محمد خلف ، الدبلوماسية النظرية والممارسة ، ط 1 ، (عمان : دار زهران للنشر ، 1997م)

32. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، (القاهرة، عالم الكتب ، 2000م)
33. محمد عبد الملك المتوكل ، مدخل للإعلام والرأي العام ، بدون ط ، (القاهرة : مكتبة الانجلو المصرية ، 2008م)
34. محمد فريد الصحن ، العلاقات العامة المبادئ والتطبيق ، ط 1 ، (الاسكندرية : الدار الجامعية للطباعة والنشر ، 2004م)
35. محمد منير حجاب ، أساسيات البحوث الاعلامية والاجتماعية ، (القاهرة دار الفجر للنشر والتوزيع ط2 ، 2003)
36. محمد منير حجاب ، الاتصال الفعال للعلاقات العامة ، ط 1 (القاهرة : دار الفجر للتوزيع ، 2007م)،
37. محمد منير حجاب، وسحر محمد وهبي، المداخل الاساسية للعلاقات العامة ، ط 1، (القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع 1999)
38. يوسف محمد عيدات ، التمثيل الدبلوماسي والقنصلي ، ط 4 (بيروت : مطبعة بيروت للنشر ، 1994م)
- خامسا :المواقع الالكترونية :
39. دور الدبلوماسية في تدعيم العلاقات الدولية ، www.siironline.org تاريخ الدخول يوم الاثنين (الموافق ، 2016/5/2 م)
40. مهام الوظيفة الدبلوماسية ، www.aldiplo.net تاريخ الدخول يوم الاثنين (الموافق ، 2016/5/2 م)
- سادسا: المقابلات :
41. مقابلة مع السفير محمد الحسن إبراهيم ،مدير الإدارة العامة للمراسم والتشريفات بمكتبة الخرطوم ، وزارة الخارجية،يوم 2015/11/1 م الساعة 10 صباحا .
42. مقابلة مع محمد ازهري ، مدير العلاقات العامة بوزارة الخارجية ، بمكتبه بالخرطوم ، وزارة الخارجية ، يوم 2016/4/21 م الساعة 10 صباحا .