

العلاقات العامة في المجال الدولي

الاستاذ الدكتور عبدالرزاق محمد الدليمي

المحتويات

17.....	المقدمة
21.....	الفصل الاول
21.....	ملخص تاريخي للعلاقات العامة
21.....	التاريخ القريب للعلاقات العامة
21.....	البدايات القديمة:
23.....	العصور الوسطى:
23.....	البدايات الأول في أمريكا
24.....	التطور الأمريكي بالقرن 19:
27.....	الفصل الثاني
27.....	النظرة العالمية
27.....	بداية العلاقات العامة لدى الدول الأخرى
41.....	مبادئ إدارة العلاقات العامة
43.....	الحملات التقليدية تبين قوة العلاقات العامة
44.....	الممارسات الناشئة والفلسفة المتطورة:

47	الفصل الثالث.....
47	أربعة نماذج تقليدية للعلاقات العامة.....
48	الاتجاهات في ممارسات اليوم:.....
48	تأنيث المجال.....
49	إجراء حاسم من الرجال؟.....
50	البحث عن التنوع:.....
51	توسيع دور العلاقات العامة:.....
52	التأكيد المتزايد على التقييم:.....
53	اتجاهات جديدة بوسائل الإعلام:.....
53	اعتماد شركات العلاقات العامة على المصادر الخارجية:.....
53	النساء أصبحت الأغلبية:.....
54	زيادة التأكيد على العلاقات المالية:.....
54	جذور العلاقات العامة:.....
55	عصر وكالات الصحافة:.....
55	عصر رواد العلاقات العامة:.....
55	تطور الممارسات والفلسفة:.....
57	الفصل الرابع.....
57	نظريات العلاقات الدولية.....

57.....	نظريات العلاقات الدولية والعلوم الاخرى
58.....	الواقعية الكلاسيكية و الواقعية الجديدة
59.....	الواقعية والفكر الواقعي
65.....	نظرية كينيث والتز للعلاقات الدولية
65.....	نظرية العلاقات الدولية
66.....	الواقعية الحديثة
68.....	آراء روبرت غيلبين حول الواقعية الحديثة
69.....	المجتمع العالمي/ الاتكالية المتداخلة، المؤسسية
75.....	الماركسية/ النظام العالمي/ الاتكالية M/WS/D
80.....	اتخاذ القرارات
80.....	تحديات ما بعد الحداثة
82.....	الأسئلة التي تحتاج إلى إجابات
88.....	عمليات صنع السياسة
91.....	الفصل الخامس
91.....	تحديات العلاقات العامة الدولية
91.....	مدخل الى فهم العلاقات العامة الدولية
93.....	محاولة تنمية نظرية العلاقات العامة الدولية
94.....	البحث عن الهوية العلاقات العامة

95.....	التعريفات الوظيفية للعلاقات العامة
99.....	الأشكال المتعددة للعلاقات العامة
101.....	الديمقراطيات وتطور العلاقات العامة
102.....	العلاقات العامة وإعادة بناء الشعوب
103.....	العلاقات العامة وإعادة بناء الوطن
105.....	خطوة أكبر نحو فهم العلاقات العامة
105.....	ضوابط العلاقات العامة الدولية
107.....	بعض العناصر المهمة لبداية سليمة
108.....	مفاهيم العلاقات الثقافية
110.....	العلاقات العامة الدولية المعاصرة
111.....	العلاقات العامة في هذه الأيام
115	الفصل السادس
115	المبادئ العامة للتمييز في العلاقات العامة الدولية
115.....	مبادئ التمييز في ممارسات العلاقات العامة
118.....	اختبار إمكانية تطبيق نظرية التمييز دولياً: النموذج العالمي
118.....	نموذج العلاقات العامة العالمي
119.....	الارتباط الثقافي لنظرية التمييز في العلاقات العامة الدولية
120.....	المتغيرات الهامة

123 الحاجة لاجراء بحوث مستقبلية
127 الفصل السابع
127 العلاقات العامة العالمية والنشاط الثقافي
127 اهمية الثقافة في ممارسة العلاقات العامة
127 تعريف الثقافة:
129 الصحفيون وممارسي العلاقات العامة
130 مفهوم اشمل للثقافة العالمية
131 نموذج الحلقة الثقافية
133 العلاقات العامة وتشفير المعاني
136 الموازنة بين التحديدية والنسبية
136 توضيح الكل من أجل التعبير والارتباط معا
138 العلاقات العامة وتطبيق الدائرة الثقافية عمليا
146 بعض الدروس المستفادة لممارسي العلاقات العامة
149 الفصل الثامن
149 العلاقات الدولية والدبلوماسية العامة
149 القاعدة المعرفية لبحوث العلاقات العامة
157 الفصل التاسع
157 العلاقات العامة وفتح البوابات الدولية

157	ملاحظات إدوارد إل. بارنيز
158	عملية اتخاذ القرار الأخلاقي في عملية العلاقات العامة
158	التأملات الاخلاقية
159	عمليات العلاقات العامة
160	مأسسة الأخلاقيات في ممارسات العلاقات العامة
162	الاستراتيجية والتكتيكات الاخلاقية
165	إستراتيجية دوج ويستل بوليتيكس
166	استراتيجية صافرة الكلب السياسية
168	تكتيكات و استراتيجية صافرة الكلب
177	التأمل الأخلاقي واللوائح
178	الهرم وفرصة للتأمل الأخلاقي
181	الفصل العاشر
181	دليل العلاقات العامة فارم هاوس انترناشيونال فراتيني
181	مبادئ مهمة في ممارسة العلاقات العامة الدولية
182	الخطوات التي تؤطر الممارسة السليمة للعاملين في العلاقات العامة
182	اولا-تحديد المسؤوليات
182	اوقات الأزمات
184	ثانيا:المحافظة على صورة ايجابية

186	الوسائل الايجابية للعلاقات العامة
187	تحديد أهم المؤسسات
188	نموذج تطبيقي (مجتمع الجامعة)
189	استخدام وسائل العرض البصرية في مناسبات الجامعة
191	الفصل الحادي عشر
191	الادارة الجامعية
191	اشراك الأعضاء في منظمات الطلبة
192	ارسال رسائل "تهنئة" أو "شكر"
192	الطلبة من جنسيات اخرى والأعضاء المحتمل انضمامهم
192	استخدام صحافة الجامعة
192	توفير المنح الدراسية للطلبة من جنسيات اخرى
193	فتح أبواب الدائرة على النشاطات
193	الرؤية الايجابية
193	إجراء التبادلات مع أندية أو قاعات سكن أخرى
193	استخدام الياقات، البوسترات، والملصقات
194	نشاطات الذكور والاناث في الجامعة
194	تكليف مختلف المجموعات للقيام بعدة مهام
194	أرسال النشرة الاخبارية للدائرة إلى المواطنين اهل البلد في الجامعة

195.....	المشاركة الفاعلة مع الاخرين
195.....	تنظيم حفلات عشاء لموظفي هذه المجموعات
195.....	مجلس الطلبة وغيرها من منظمات الطلبة
195.....	الانضمام إلى الأندية الجامعية
196.....	الدعوة إلى برامج "ضيف الليلة"
196.....	منشورات الجامعة
196.....	فسح المجال للتقدم إلى وظائف مع الصحافة
196.....	التحدث إلى الاخرين بلغتهم
196.....	الاهتمام بتوزيع لجوائز
197.....	تطوير خارطة هواتف للدائرة
197.....	استضافة أحد أعضاء دائرة العلاقات العامة
197.....	استضافة متحدثين ضيوف
198.....	الأعضاء الجدد في الدائرة
198.....	المساعدة في الدراسة
198.....	المكتب الدولي وموظفي الاستشارات
198.....	التواصل بطريقة مناسبة
199.....	طرح المثال الجيد في استضافة الزائرين
199.....	التعاون الفعال

199	عمليات الاتصال المستمرة
199	الموظفون التنفيذيون
200	استثمار المؤتمرات
200	الابقاء على الاتصال
201	الفصل الثاني عشر
201	العلاقة مع خريجي الجامعة وخريجي تخصصات أخرى
201	تطوير نشرة إخبارية للخريجين
201	العمل مع جمعية الخريجين
201	تطوير برنامج للخريجين من الجنسيات الأخرى
201	تطوير خارطة هواتف للخريجين
202	الاتصال المستمر مع الآباء
202	تطوير أندية للأهات والآباء
203	تطوير نشرة إخبارية للآباء
203	الضيوف في سكن الجامعة والمناسبات
204	الاتصالات التجارية والعلاقات مع الموردين
207	الفصل الثالث عشر
207	العلاقة مع المجتمع العام
207	القادة المدنيون

207.....	تنفيذ الخدمات للمجتمع
207.....	المشاركة السياسية
208.....	تكريم الموظفين المخلصين
208.....	تفعيل القانون
208.....	التعاون مع الحكومات المحلية لتفعيل القانون
208.....	العلاقة مع المجتمع المحلي
208.....	الاهتمام برعاية حقوق المجتمع المحلي
208.....	أبلاغ الجيران عن أحدث المناسبات
209.....	أقامة حفلة مغلقة
209.....	عدم القاء النفايات
211.....	الفصل الرابع عشر
211.....	العلاقة مع وسائل الاعلام
211.....	رعاية الفعاليات
211.....	نشر الاعلانات
211.....	التحرك على طلبة المدارس الثانوية المحلية/ الآباء
211.....	المشاركة في التدريب
212.....	رعاية منح المدارس الثانوية
212.....	تنفيذ مشاريع جامعية بالتشارك مع منظمات المدارس الثانوية

213	الفصل الخامس عشر
213	المشاركة في تقديم الخدمات المجتمعية
213	تقديم خدمات تطعيم وخدمات صحية
213	أفكار جمع التبرعات
214	حملة العلاقات العامة
214	الاساليب والاجراءات
215	لجان العلاقات العامة
215	النظرة الموضوعية
216	الحاجة إلى السلوك الجيد
221	الفصل السادس عشر
221	العلاقة مع وسائل الاعلام المطبوعة، البلوغ والشبكة العنكبوتية
221	النشرات الاخبارية
223	المواعيد النهائية للجداول
223	اليافطات والبوسترات
224	نشرة أخبار الجامعة
225	الشبكة العنكبوتية العالمية والبلوغات
225	التلفاز، الاذاعة والصحافة
226	المؤتمرات الصحفية

226.....	انواع المؤتمرات
227.....	معايير مهمة في التغطية الاخبارية
228.....	الصفات العشر للأخبار الصحفية
229.....	إعلانات الخدمة العامة
231	الفصل السابع عشر
231	نموذج المؤتمر الصحافي
232.....	نموذج الأخبار الصحفية المرسلة إلى التلفاز، الاذاعة ووسائل الاعلام
232.....	إعلانات الخدمة العامة
237.....	المراجع العربية:

المقدمة

تزداد أهمية الراي العام الدولي بازدياد شدة التعقيدات التي تواجه المجتمعات الانسانية ومن هنا كان الاهتمام الاكبر منصب على الحصول على عطف ورضا و كسب ود السواد الاعظم من الجمهور في بلدان العالم المختلفة، والنظر اليهم من مسافات متساويه لاسيما في عرض وجهات النظر المطلوبة، مع الأخذ بالحسبان نقاط الخلاف والاتفاق بين جميع الأطراف.

لقد ازداد التركيز على دور العلاقات العامة كمنشأ يستهدف الكثير من الاتصال والتفاهم بين الدول والمؤسسات والافراد او الجمهور. وتعني أيضاً الواجبات المحددة التي يؤديها اناس يدركون ماهية هذه المهنة والفن والعلم. ويات واضحاً انه لاغنى للدول الفاعلة والشركات والمنشآت التعليمية والجماعات الدينية ، ونقابات العمال والجماعات الترفيهية وغيرها من استخدام العلاقات العامة، وتنوع تشكيلات هذه الجماعات من موظفين ومساهمين و مجتمعات متكاملة أو رجال اعلام. ويتم الاتصال بين أية مؤسسه وجمهورها عبر المعلومات ، التي تتوفر عادة من خلال الحملات الإعلامية المدروسة. وتستهدف ايصال رسائل محده لكسب رضا الجمهور وتلبية احتياجاته الذي يعتبر الاساس الذي تقوم عليه أنشطة وفعاليات العلاقات العامة. وبدون تحقيق ذلك فان الجمهور الداخلي او الخارجي لن يساندها .وعادة ما يقوم مستشاروا العلاقات العامة في أية دولة او مؤسسة بمهمة اكتشاف رغبات الجمهور، لاسيما الخارجي و تحديد الخطوات المطلوبه لاستيعابها على شكل برامج تنفذ على الاغلب من قبل جهات متخصصة في وزارات الخارجية والاعلام وغيرها بالنسبة للدول وكذلك اقسام العلاقات العامة بالشركات او الوكالات المتخصصة بالعلاقات العامة .