

- ٣ - تبسيط القوانين المتصلة بالوزارة، وشرحها للناس بسهولة وبسر . وفي سبيل ذلك تنشر المطبوعات المصورة والكتيبات الملونة البسيطة . وتعقد المؤتمرات الصحفية وتوجه الاذاعات الجذابة (١٠) .
- ٤ - رفع الروح المعنوية لدى موظفي اجهزة الامن العام وتنمية روح الخدمة العامة لديهم .
- ٥ - بناء جسور من الثقة المتبادلة مع وسائل الاعلام ووكالات الانباء ، قائمة على اساس الاعلام المبني على الصدق والحقائق .
- ٦ - شرح دور الامن العام في القضاء على الجريمة وفي توفير الامن والسلامة للمواطنين .

ثالثاً : العلاقات العامة في مجال التعليم :

P.R. in Education

يعتبر التعليم بكافة مراحله رسالة مقدمة هادفة الى رقي الانسان وتقدمه . والمسؤوليات الضخمة الملقاة على عاتق الجهات المشرفة على حقول التعليم في مختلف دول العالم تتطلب منها بذل قصارى جهدها لنشر التعليم وربطه مع احتياجات المجتمع .

وللعلاقات العامة في مجال التربية والتعليم وظائف كثيرة من أهمها :

- ١ - مد جسور من الثقة بين الجهة المشرفة على التعليم (وزارة التربية والتعليم) وبين المجتمع من خلال تزويده بمعلومات كافية عن اهداف الوزارة وسياساتها المتعلقة بنشاط التعليم .
- ٢ - دراسة رغبات المجتمع واحتياجاته ونقل الصورة عن هذه الرغبات والاحتياجات الى المسؤولين في الوزارة .

٣ - اقامة علاقات جيدة مع الوزارات والدوائر الحكومية الاخرى، بحيث تكون قائمة على اسس من التفاهم والتعاون والوضوح .

٤ - اقامة علاقات جيدة مع وسائل الاتصال واستمرار هذه العلاقات بالمستوى المطلوب في مختلف الاوقات .

٥ - الاهتمام بالموظفين وارساء قواعد الثقة بينهم وبين الادارة . فالموظف هو مرآة عاكسة للدائرة التي يعمل بها ، وكلما زاد اقتناعه بالإدارة وسياساتها وممارساتها كلما كان لذلك تأثير ايجابي اكبر على مستوى ادائه .

٦ - اجراء الاتصالات المبدئية مع الجهات التعليمية العربية والاجنبية بهدف التنسيق معها في القضايا التعليمية وكتابة تقارير عن سير هذه الاتصالات الى المسؤولين في الوزارة .

أما فيما يتعلق بالعلاقات العامة في الجامعات، فإنها تعمل على توفير المناخ الجيد لانشاء وتعزيز التفاهم بين الجامعات وجماهيرها .

وتقوم دائرة العلاقات العامة في الجامعة بعدة أنشطة من اهمها توضيح سياسات التعليم العالي واهمية الابحاث الجامعية، والاشراف على الندوات والمؤتمرات والمعارض المقامة بالجامعة، بالاضافة الى استقبال الوفود والزوار للجامعة. كما انها تشرف على اصدار المطبوعات والنشرات الجامعية بما فيها كتاب الجامعة السنوي ومجلة الجامعة (ان كانت الجامعة تصدر اية مجلة علمية) .

وفي الولايات المتحدة الامريكية تم في عام ١٩٧٤ انشاء مجلس تقدم ودعم لتعليم The Council for advancement and Support of Education ومقره في مدينة واشنطن بولاية كولومبيا ، حيث تشمل اهدافه العامة على ما يلي :

١ - بناء تفهم جيد للتعليم العالي من قبل الجمهور .

- ٢ - رفع مستوى دعم الخريجين من الجامعات .
 - ٣ - تحسين العلاقات التعليمية الحكومية .
 - ٤ - تقوية الاتصالات مع الجماهير الداخلية والخارجية .
 - ٥ - زيادة دعم القطاع الخاص من النواحي المالية للتعليم .
- وقد بلغ عدد اعضاء هذا المجلس اكثر من ١٤.٠٠٠ عضو يمثلون ٣٢٠٠ جامعة وكلية ومدرسة ومؤسسة تعليمية .

رابعاً : العلاقات العامة في مجال الثقافة : P.R. in Culture

تتولى الجهة المشرفة على الثقافة (وزارة الثقافة) في اي بلد رسم السيادة العامة للثقافة وتنفيذها . ويشمل ذلك التعرف بحضارة البلد وبالحركة الثقافية فيها بواسطة النشرات والندوات والمؤتمرات والمعارض والمهرجانات .

وفي المملكة الاردنية الهاشمية فقد قامت التعليمات رقم (٢) لسنة ١٩٨٨ والخاصة بوزارة الثقافة والتراث القومي بتحديد مهام مديرية العلاقات العامة بقسميها العلاقات العامة، والاعلام تحديداً مباشراً . وفيما يتعلق بقسم العلاقات العامة فإن مهامه واعماله تتضمن ما يلي (١١) :

أ - اعداد الترتيبات الاولى اللازمة والمتعلقة بالوفود الثقافية والفنية والفنية الرسمية وضيوف الوزارة في الاردن بما في ذلك وضع برامج الزبارة، والحجز في الفنادق والاستقبال وتأمين المواصلات ... وغيرها .

ب - مرافقة الوفود وضيوف الوزارة، وتولي مسؤولية تنفيذ برامج الزيارات من جميع جوانبها .

ج - اعداد ونشر الاعلانات المتعلقة بالنشاطات الثقافية والفنية التي تقيمها الوزارة او تتم بالتعاون معها .

د - وضع قوائم منظمة ودقيقة باسماء وعناوين الاشخاص الذين توجه اليهم الدعوات عند اقامة النشاطات الثقافية والفنية، والعمل على تحديث هذه القوائم باستمرار .

هـ - الاشراف على طباعة وتوزيع بطاقات الدعوة التي توجهها الوزارة والتأكد من وصولها لاصحابها.

د - ترسيخ علاقات وثيقة مبنية على اساس من التفاهم والتعاون مع جميع الجهات الرسمية والهيئات الاهلية والاشخاص ممن يربطهم بالوزارة روابط عمل .

ز - تقديم التسهيلات ومتابعة الترتيبات المناسبة عند اقامة المعارض والمهرجانات والعروض الفنية والثقافية الاردنية داخل المملكة وخارجها .

ح - الاشراف على تنفيذ الفعاليات الثقافية والفنية التي تقام في اطار برامج التبادل الثقافي بين الاردن والدول العربية والاجنبية .

ط - تنظيم كشف شهري بالنشاطات الثقافية والفنية التي تقام في المملكة.

خامساً : العلاقات العامة في مجال الرعاية الصحية :

P.R. In Health Care

الصحة هي اجمل ما يتمتع به الانسان من نعم الله الكثيرة، وكلما زاد اهتمام الدولة بصحة ابنائها كلما انعكس ذلك ايجابياً على تقليل معاناتهم وإطالة معدلات اعمارهم . ان الاهتمام بصحة المواطنين من قبل الدولة والعناية الصحية بهم يحتاج الى تخصيص اموال كثيرة، ففي الاردن مثلاً فقد ورد في التقرير الاحصائي السنوي لعام ١٩٩٥ ان نسبة الميزانية المخصصة لوزارة الصحة من الموازنة العامة بلغت ٥.١ ٪ في عام ١٩٩٥ كما بلغت نسبة الانفاق الصحي من الناتج المحلي الاجمالي بسعر الكلفة ٩ ٪ في العام نفسه.

ويمكن تلخيص اهم واجبات العلاقات العامة في مجال الرعاية الصحية

بمايلي:

- ١ - توعية الجماهير وارشادهم من خلال اصدار الكتيبات والملصقات والاعلان في وسائل الاعلام عن مخاطر الاوبئة والامراض السارية بالإضافة الى طرق وسائل الوقاية منها والقضاء عليها .
 - ٢ - الاشراف على تنظيم المؤتمرات والندوات الطبية وعقدتها في المكان المناسب بحيث يتم دعوة كافة الاطراف التي يكون من الضروري تواجدها .
 - ٣ - اقامة علاقات جيدة مع الموظفين ومد جسور الثقة بينهم وبين الادارة، وهذا يشمل ايضاً الاطباء والمرضى والفنيين وغيرهم .
 - ٤ - الاهتمام بالشكاوى الواردة اليها وحلها بالطرق المناسبة بهدف تحقيق اقصى قدر من التسهيلات لخدمة المواطن .
 - ٥ - اقامة علاقات جيدة مع شركات الادوية والعمل على تنمية هذه العلاقات باستمرار .
- ومن الجدير بالذكر بأن الجماهير في هذا المجال تشمل الموظفين بمن فيهم الاطباء والمرضى، وتشمل كذلك المرضى انفسهم والموردين ووسائل الاتصال بالإضافة الى المجتمع المحلي .

مراجع الفصل الحادي عشر

- (١) د. محمد عثمان حميد، الادارة العامة، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٩٢، ص ٤١٤.
- (٢) د. عادل حسن، الادارة في القطاع الحكومي، دار النهضة العربية، بيروت، ١٩٨٥، ص ١٠٣-١٠٤.
- (3) Robert Kreitner, and Angelo Kinicki, organizational Behavior, 2nd Ed., Irwin, 1992. P. 641 .
- (٤) معهد الادارة العامة، الرياض، ندوة واقع ادارات العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية، ورقة مقدمة من وزارة المواصلات، ١٤١٣ هـ، ١٩٩٢ م، ص ٨٠.
- (٥) د. عبد الغفور يونس، دراسات في الادارة العامة، المكتب المصري الحديث، الاسكندرية، ١٩٦٩، ص ٤٨٠.
- (٦) د. السيد ناجي، الادارة العامة : مدخل اداري، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٩١، ص ٤٥٢.
- (٧) محفوظ احمد جودة، الادارة العامة وتطبيقاتها في الاردن، دار زهران للطباعة والنشر، عمان، ١٩٩٧، ص ٢٠٦.
- (8) S. M. Cutlip, A. H. Center, and G. M. Broom, Effective Public Relations, 7th Ed., Prentice-Hall, New Jersey, 1994, P. 468.
- (٩) د. زكي راتب غوشه، العلاقات العامة في الادارة المعاصرة، مطبعة التوفيق، عمان، ١٩٨٤، ص ١٣١.
- (١٠) د. ابراهيم امام، فن العلاقات العامة والاعلام، مكتبة الانجلو المصرية، القاهرة، ١٩٨٠، ص ٢٩٥.
- (١١) الجريدة الرسمية، العدد ٣٥٥٥، تعليمات رقم ٢ لسنة ١٩٨٨، ص ١٢٤٩.

الفصل الثاني عشر

البروتوكول الدبلوماسي والاجتماعي

Diplomatic and Social Protocol

- مفهوم البروتوكول .
- السلك الدبلوماسي .
- الامتيازات والحصانات الدبلوماسية .
- المآدب الدبلوماسية .
- الامسيقيات .
- العلاقات الاجتماعية .
- * الشكر والتهاني .
- * الاعتذار والتعزية .
- * بطاقات الزيارة .
- * الزيارات الاجتماعية .
- آداب التعامل في الاسلام .



البروتوكول الدبلوماسي والاجتماعي

What is Protocol ? مفهوم البروتوكول

يمكن تعريف البروتوكول أو المراسم على أنها مجموعة من الاصول والاحتفالات الرسمية . وهذه الاصول والاعراف مطبقة في جميع دول العالم ، واي تجاوز لها قد يؤدي الى مشاكل ومواقف حرجية ، وكثيراً ما كانت تقام مآدب رسمية بدون قواعد البروتوكول في ترتيب أماكن المدعوين ، وكان بعض الدبلوماسيين يغادرون فوراً لأن أماكنهم لا تتناسب مع مراكزهم .

ويتلخص معنى البروتوكول في الحياة الدبلوماسية في انه فن الالتزام بالقواعد المرسومة ، وتطبيقها بكل دقة وعناية ، والتحكم بها والحرص عليها باعتبارها حقاً للدولة المثل ولا لشخص المثل . (١)

ويعرف حسن كامل المراسم بأنها مجموع الاجراءات والتقاليد وقواعد اللياقة التي تسود المعاملات الدولية ، وتقوم تنفيذاً للقواعد الدولية والعامة أو بناء على العرف الدولي . (٢)

أما فيما يختص بالجهات الحكومية التي تتولى شؤون المراسم في معظم الدول ، فهناك عادة جهتين :

١- دائرة المراسم أو التشريفات في الديوان الملكي أو رئاسة الدولة ، حيث تؤدي عدة مهام من أهمها : (٣)

- تطبيق مراسم الاستقبال وتوديع الملك أو رئيس الدولة في زيارة رسمية .

- تنظيم مراسم الاحتفال الرسمي الذي يقيمه الملك أو رئيس الدولة بمناسبة زيارة ملك أو رئيس دولة .

- اعداد برنامج زيارة رسمية يقوم بها الملك أو رئيس الدولة الى دولة أجنبية.

- اعداد برنامج زيارة يقوم بها الملك أو رئيس الدولة داخل البلاد .

- تنظيم مراسم تقديم أوراق اعتماد السفير الجديد الى الملك أو رئيس الدولة بالتنسيق مع وزارة الخارجية .

- الاشراف على مراسم جميع الاحتفالات التي يحضرها الملك أو رئيس الدولة .

٢- دائرة المراسم في وزارة الخارجية ، حيث تتولى شؤون المراسم في تلك الوزارة وتنحصر مهام وصلاحيات دائرة المراسم بوزارة الخارجية في المملكة الاردنية الهاشمية فيما يلي : (٤)

أ- تنظيم برامج استقبال الوفود الرسمية التي تزور المملكة بالتنسيق مع الجهات ذات العلاقة .

ب- وضع ترتيبات تقديم أوراق اعتماد السفراء .

ج- الاشراف على شؤون البعثات المعتمدة في المملكة في اطار حصاناتها وامتيازاتها والتأكد من معاملتها حسب الاعراف الدبلوماسية .

د- اصدار جوازات السفر السياسية الاردنية ، وهويات اعضاء البعثات المعتمدة وغيرهم من العاملين فيها .

هـ- اصدار القائمة الدبلوماسية الدورية للبعثات المعتمدة .

و- تنظيم اتصال البعثات المعتمدة مع الجهات الاردنية .

السلك الدبلوماسي Diplomatic Corps

السلك الدبلوماسي يعني مجموعة الموظفين الدبلوماسيين بمختلف مراتبهم ، والواردة اسمائهم في القائمة الدبلوماسية الصادرة عن وزارة الخارجية في الدول المعتمدين لديها .

وقد أتت المادة الاولى لاتفاقية فيينا عام ١٩٦١ لتمييز بين ثلاثة مراتب رئيسية للعنصر البشري في هذا المجال :

المرتبة الاولى : رئيس البعثة : وهو الشخص المكلف من قبل الدولة الموفدة للعمل بهذه الصفة .

المرتبة الثانية : اعضاء هيئة البعثة : وهم الموظفون الدبلوماسيون والفنيون (كالمستشارون والسكرتيريون الملحقون) والموظفون الاداريون (كالكتبة وغيرهم) والمستخدمون (الحراس والسائقون) .

المرتبة الثالثة : خدم البعثة : وهم اعضاء هيئة البعثة العاملون كخدم فيها .

أما من حيث مهام البعثة الدبلوماسية فقد نص نظام تنظيم وإدارة وزارة الخارجية على مهام البعثات الاردنية وشملها بما يلي: (٥)

أ- تنفيذ ورعاية العلاقات السياسية والدبلوماسية والاقتصادية والثقافية وغيرها بين المملكة والدولة المعتمدة لديها البعثة وتطويرها .

ب- القيام بالجهد الدبلوماسي والاعلامي لشرح مواقف المملكة للمسؤولين والرأي العام .

ج- رعاية شؤون المواطنين الاردنيين في البلد المعتمد وتقديم جميع الخدمات الممكنة ضمن الانظمة المرحية وتوثيق صلتهم بوطنهم ، واقتراح الوسائل الممكنة للاستفادة من كفاءاتهم .

د- القيام بجميع الاعمال القنصلية واعمال الكاتب العدل وتوثيق عقود الزواج .

هـ- تزويد الوزارة بتقارير عن كل ما يطرأ وتقديم المطالعات حولها .

و- التنسيق مع المجموعات الدولية والاقليمية والعربية .

ز- متابعة تنفيذ الاتفاقيات المختلفة مع البلد المعتمد لدية واقتراح ما يلزم لتطوير آفاق التعاون معه .

ح- دراسة مجالات البرامج التنموية التي تقدمها المنظمات والوكالات المختصة والعمل على الاستفادة منها .

ط- متابعة تنظيم الزيارات الرسمية والاستفادة منها لتطوير العلاقات .

وأما فيما يتعلق بمواصفات موظف السلك الدبلوماسي ، فقد حدد النظام الشروط الواجب توفرها في من يعين في وظيفة من وظائف السلك الدبلوماسي كمايلي: (٦)

١- ان تتوافر فيه شروط التعيين في الخدمة المدنية المنصوص عليها في نظام الخدمة المدنية .

٢- أن يكون حاصلاً على شهادة جامعية معترف بها من الجهات الرسمية المختصة بمعادلة الشهادات في المملكة .

٣- ان يتقن اللغة الانجليزية أو اللغة الفرنسية بالإضافة الى اللغة العربية .

٤- ان لا يكون متزوجاً من أجنبية من غير رعايا الدول العربية .

٥- ان يجتاز الامتحان في المسابقة العامة التي تجريها الوزارة بمقتضى احكام هذا النظام لاختيار موظفي السلك الدبلوماسي .

الا أنه بالرغم من هذه الشروط المطلوبة ، فان لمجلس الوزارة الحق باعفاء اي
مفكر من هذه الشروط المذكورة .

الامتيازات والحصانات الدبلوماسية

Diplomatic Immunity and privileges .

تتقدم الدولة عادة بطلب انشاء علاقات دبلوماسية مع دولة أخرى . ويتم
الاتفاق بين الدولتين بعد ذلك على درجة التمثيل الدبلوماسي وموعد بدء حيث
يعلن في الدولتين في آن واحد .

وقبل اعتماد رئيس البعثة الدبلوماسية ، فان على الدولة الموفدة أن تتأكد
من أن الشخص الذي تنوي اعتماده رئيساً لبعثتها لدى الدولة المستقبلية قد نال
قبول هذه الدولة نتيجة لطلب الاستمزاز المقدم لتلك الدولة . علماً بأن هذه الدولة
المستقبلية بحق لها رفض التعيين ، وهي غير ملزمة تجاه الدولة الموفدة ببيان أسباب
رفض طلب الاعتماد . ولهذا فيتم طلب الاستمزاز بصورة مكتومة جداً ، وبطرق
مختلفة ويجب ان يكون الرفض مكتوماً أيضاً تجنباً لاستياء الدولة الموفدة والاساءة
الى كرامة السفير المرفوض . (٧)

واجباًنا فإن المبعوث الدبلوماسي بعد تبادل التمثيل الدبلوماسي بين دولتين ،
يتمتع بالعديد من الامتيازات والبتى أشارت اليها اتفاقية فيينا للعلاقات
الدبلوماسية عام ١٩٦١ ، من أهمها :

١- رفع علم الدولة المعتمدة وشعارها على دار البعثة وكذلك منزل رئيس
البعثة ووسيلة نقله .

٢- تقديم التسهيلات من قبل الدولة المعتمد لديها فيما يتعلق بتملك أو
استئجار دار البعثة أو مساكن لائقة لاعضاؤها .

٣- إعفاء الدولة المعتمدة ورئيس البعثة من جميع الضرائب والرسوم القومية والإقليمية والبلدية على مرافق البعثة المملوكة أو المستأجرة .

٤- تقديم الدولة المعتمد لديها لجميع التسهيلات اللازمة لمباشرة وظائف البعثة .

٥- إعفاء الرسوم التي تتقاضاها البعثة أثناء قيامها بواجباتها الرسمية من ضريبة الدخل .

٦- الاعفاء من نظام الضمان الاجتماعي : يعفى الممثل الدبلوماسي بالنسبة للخدمات التي يؤديها لدولته من أحكام الضمان الاجتماعي النافذة في الدولة المعتمد لديها ان كل ما يتعلق بالضمان الاجتماعي هو تطور مستحدث لم يألفه القانون أو التعامل الدبلوماسي قبل ان تتبناه اتفاقية فيينا للعلاقات الدبلوماسية لعام ١٩٦١ . (٨)

٧- إعفاء المبعوث الدبلوماسي من جميع الرسوم والضرائب الشخصية أو العينية باستثناء الضرائب غير المباشرة والرسوم على العقارات الخاصة وضرائب الشركات والضرائب على الدخل الخاص الذي يكون مصدره الدولة المستقبلية وغيرها .

٨- إعفاء الأشياء المخصصة لاستعمال البعثة الرسمي أو للاستعمال الشخصي للممثل الدبلوماسي من الرسوم الجمركية ، وكذلك إعفاء الامتعه الشخصية للمبعوث الدبلوماسي من التفتيش مالم توجد أسباب تدعو الى ذلك .

٩- الاعفاء من اداء الشهادة : يتمتع المبعوث الدبلوماسي بالاعفاء من اداء الشهادة فلا يجوز استدعاؤه للاستماع الى شهادته من جانب المحقق أو السلطات القضائية أو المحاكم (٩) .

أما فيما يتعلق بالحصانات الدبلوماسية ، فقد اشارت لذلك اتفاقية فيينا

اليها ، ومن أهمها :

- ١- حصانة مكان البعثة الدبلوماسية وموجوداتها ، حيث لا يسمح لأي من موظفي الدولة المستقبلية بدخولها الا بموافقة رئيس البعثة، كما لا يجوز تفتيش مكان البعثة أو مصادره أو الحجز عليه.
 - ٢- حصانة وثائق ومستندات البعثة الدبلوماسية ، ويقول علي حسين الشامي في هذا المجال ، بان على رئيس البعثة إتخاذ جميع تدابير الحيطه والحذر دون معرفه أسرار هذه المعلومات والوثائق وكشف محتوياتها . (١٠)
 - ٣- حصانة كافة المراسلات المتعلقة بالبعثة الدبلوماسية بما في ذلك الحقيبة الدبلوماسية .
 - ٤- حرمة شخص المبعوث الدبلوماسي مصونه ولا يجوز التضييق عليه أو اعتقاله ، وبالتالي ينبغي توفير الحماية له وحراسته .
 - ٥- تمتع المنزل الخاص الذي يقطنه المبعوث الدبلوماسي وأدواته وأهله بالحصانة .
 - ٦- الحصانة القضائية للمبعوث الدبلوماسي فيما يتعلق بالقضاء الجنائي والمدني والاداري .
- إلا ان هذه الحصانه التي تحمي الدبلوماسي من قوانين الدولة المعتمد لديها لا تعفيه من قضاء الدولة المعتمدة عند عودته الى بلده بعد رفع الحصانه عنه أو اعلانه شخصياً غير مرغوب فيه في الدولة المعتمد لديها.

المآداب الدبلوماسية

ان أصول وآداب اللياقة ينبغي ان تتبع بدقة من قبل الهيئات الدبلوماسية وخاصة في حفلات التكريم والمآداب الدبلوماسية عند قدوم سفير جديد أو انتهاء مهمه سفير قديم أو عند الاحتفال بالعيد الوطني للدولة المعتمدة .

وترسل الدعوة لهذه المآدبه باسم الداعي وزوجته على بطاقة دعوة تكون عادة مطبوعة باللغة العربية أو الانجليزية أو الفرنسية ، مع مراعاة إرسالها قبل الوقت المحدد بأسبوع على الأقل .

وتوجه الدعوة باسم الشخص وليس باسم وظيفته حيث لا يجوز للدعوان يوفد من يمثله في مآدبة رسمية وليحتل مكانه ، حيث أن اسبقية المدعوين تحدد حسب درجاتهم الشخصية . (١١)

وحين يأتي موعد المآدبه ، فانه يجب الانتباه الى ضرورة الوصول في الوقت المحدد أو قبله بدقائق . فالوصول مبكراً جداً أمراً غير مرغوب فيه كما أن الوصول متأخراً يعتبر أمراً غير مرغوب فيه أيضاً .

وفي الوقت المحدد ينتقل المدعوون الى قاعة الطعام ، حيث يجلس كل منهم وفقاً لقواعد الاسبقية حسب خارطة موجودة عند المدخل تبين أماكن المدعوين أو بغير ذلك من الوسائل . ويراعى في هذه المآدب أن لا تجلس سيدة بجوار سيدة في طرف الطاولة .

من المفروض ان يقوم المضيفان بتحريك الحديث وبيدلان جهدهما ألا يتركاه للفتور والعمل على إحيائه عندما يقترب من الانطفاء ، وكذلك بتنجينه عندما يقترب من منعطف خطر قد يؤدي الى مجابهة . وبيدلان جهدهما لاتاحة الفرصة أمام كل ضيف حتى يبين ألمعيته وذلك عن طريق التماس رأيه عن مواضيع هو عليها قدير . (١٢)

وقبل الانتقال من قاعة الطعام الى قاعة الشاي ، فان على المضيف والمضيقة
التأكد من ان جميع المدعوين قد انتهوا من تناول طعامهم . في النهاية ينبغي على
المضيف والمضيقة أن يصطحبا المدعوين الى الباب .

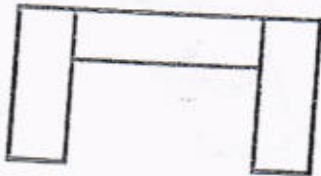
أما عن اشكال ترتيب الموائد ، كان ذلك يعتمد على مساحة القاعة
وتصميمها بالاضافة الى عدد المدعوين وجنسهم ، وقد تتخذ عملية ترتيب الموائد
أحد الاشكال التالية :



المائدة المربعة



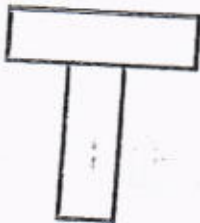
المائدة المستطيلة



حذوة الحصان



المائدة المستديرة



حرف T

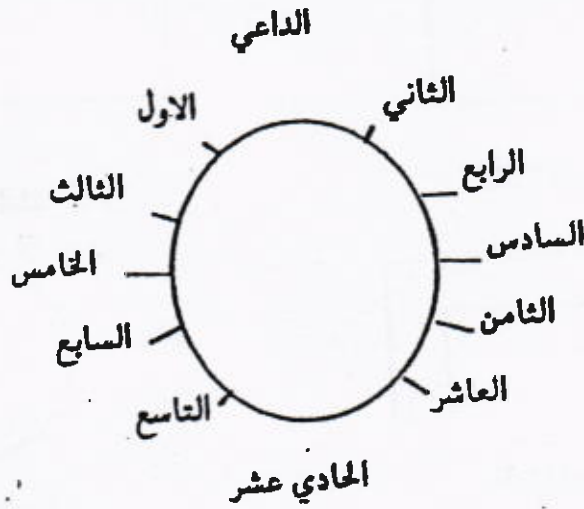


المائدة البيضاوية

الشكل رقم ١/١٢
اشكال ترتيب الموائد

أما فيما يتعلق بنماذج ترتيب المدعوين على الموائد ، فهناك الكثير من هذه النماذج من أهمها :

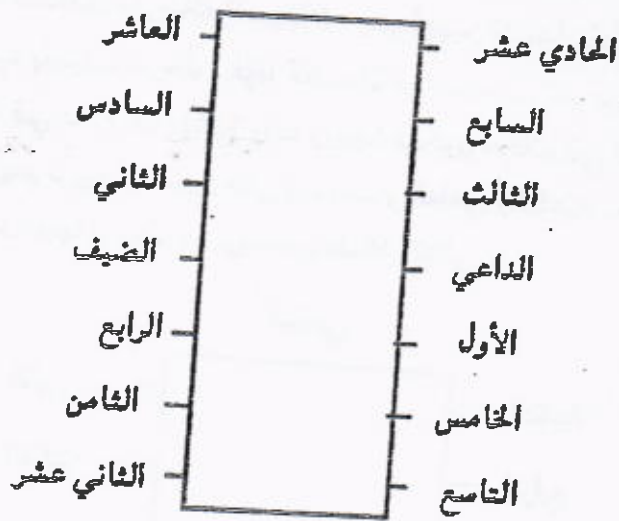
أ- مائدة قاصرة على الرجال وليس فيها ضيف شرف : حيث يتم توزيع المدعوين حسب أسبقية كل منهم ابتداء من يمين صاحب الدعوة ، كما هو مبين الشكل التالي :



الشكل ٢/١٢

مائدة مستديرة للرجال بدون ضيف شرف

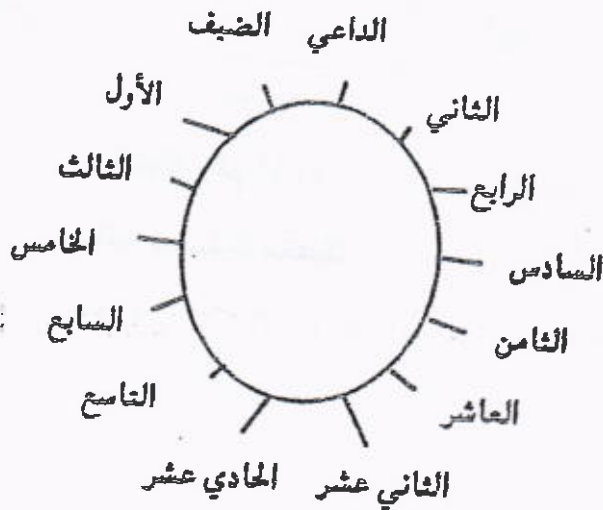
ب- مائدة قاصرة على الرجال فقط وفيها ضيف شرف : وهنا يتم التوزيع حسب الأسبقية ابتداء من يمين صاحب الدعوة ثم يمين الضيف وهكذا .



الشكل رقم ٣/١٢

مائدة مستطيلة للرجال مع ضيف شرف .

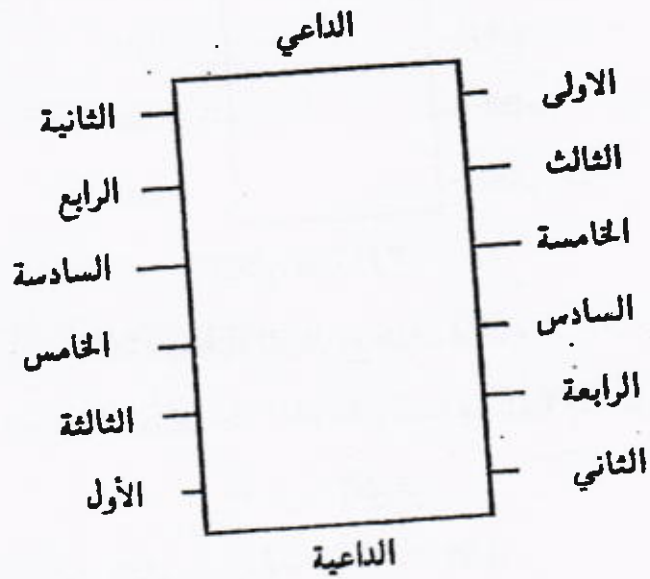
ويمكن ترتيب المدعوين في هذه الحالة على مائدة مستديرة كما يلي :



الشكل رقم ٤/١٢

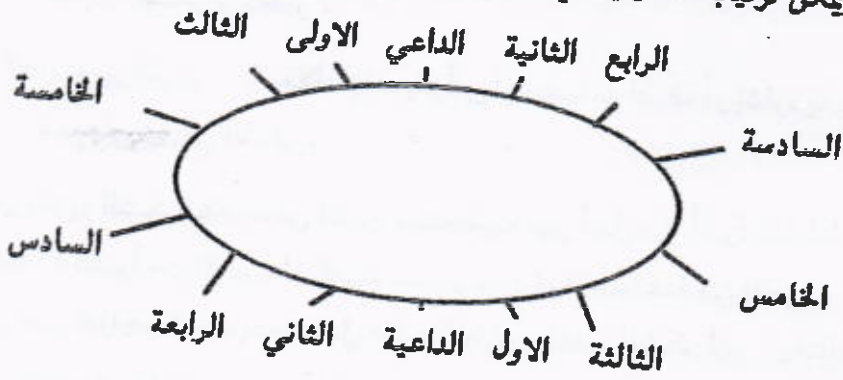
مائدة مستديرة للرجال مع ضيف شرف

جمائدة مختلطة للرجال والسيدات: يتم تمييز قائمتان الأولى بأسبوعية السيدات والثانية بأسبوعية الرجال . فإذا كانت المائدة مستطيلة الشكل فإن الداعية يكون مكانهما في منتصف المائدة وأما زوجها فيكون مكانه في الطرف الآخر المقابل بعد ذلك يتم توزيع المدعوون على يمين ويسار الداعي والداعية بحسب قواعد الأسبوعية المتعارف عليها . وهذا ما نوضحه بالشكل التالي :



الشكل رقم ٥/١٢
مائدة مستطيلة مختلطة

ويمكن ترتيب المدعويين في هذه الحالة على مائدة بيضاوية كما يلي :



الشكل رقم ٦/١٢
مائدة بيضاوية مختلطة

العلاقات الاجتماعية Social Relations الشكر والتعاني : Gratitude and Congratulations

قال تعالى « إن شكرتم لأزيدنكم » فشكر الله وحده على ما أعطانا من نعمة هو واجب علينا اعترافاً منا بفضلته وكرمه . وأما في الحياة العملية فتقدير الشكر والإمتنان إلى أي جهة أو أي شخص أدى اليك خدمة أو أسدى اليك معروفاً يعتبر ضرورياً وذلك تقديراً منك لتلك الجهود المبذولة والمساعدة القيمة . ويمكن توجيه الشكر بإحدى الطرق التالية :

١- التعبير اللفظي : وذلك بالتلفظ بأي عبارات تدل على الشكر والامتنان من قبل قائلها .

٢- التعبير الكتابي: من خلال كتابة أو طباعة رسائل أو مذكرات تتضمن عبارات الشكر والتقدير .

٣- التعبير الحركي: من خلال إيماء بالرأس أو ابتسامة لطيفة أو إشارة باليد تدل على معاني الشكر .

إن تقديم الشكر للأشخاص الذين يستحقونه لهم أصل من أصول المجاملة والكرامات، فكثيراً من الأمور ما كانت لتتم وتنجز لولا مساعدة من الآخرين . وبالتالي فمن الواجب الاعتراف بفضل هؤلاء الآخرين وتقديم الشكر لهم . وهناك قياسات عديدة تمر علينا في حياتنا اليومية وتستحق منا الوقوف عندها وتقديم الشكر لكل من قدم لنا خدمة أو مساعدة . هذا وينبغي على الطرف الآخر بعد تلقيه لمشاعر الشكر أن يرد بعبارات أو بإشارات تدل على تقديره الشخصي لهذه المشاعر اللطيفة .

أما من حيث التهاني فإنها تقدم في مناسبات عديدة كالتهنئة بالخطوبة أو بالزواج أو بقدوم مولود جديد أو بالحصول على ترقية في العمل أو بالنجاح في المدرسة أو في الجامعة . وقد تقدم التهاني عند مقابلة شخص لآخر في الجامعة أو في العمل أو في الطريق العام، كما أنها قد تقدم من خلال زيارات يصطحب المهني معه فيها هدية تعبر عن المناسبة السعيدة التي يقدم التهاني بسببها . وبالإضافة إلى ذلك فإن التهاني عبر المسافات الطويلة يتم تقديمها بواسطة إرسال تليفون أو فاكس أو توكس أو من خلال المكالمات التليفونية .

الاعتذار والتعزية Apology and Condolence

الإنسان ليس معصوماً عن الخطأ، فقد يرتكب الإنسان أخطاء في حياته، سواء بقصد أو بدون قصد، بوعي أو بدون وعي، المهم هو الاعتراف بالخطأ وتقديم الاعتذار وهذا أفضل من التماادي فيه . وتقديم الشخص الاعتذار عن خطأ اقترفه

او تقصير تسبب به لا ينتقص من كرامته، بل على العكس من ذلك، فإنه يزيد من احترام الآخرين له ولتواضعه .

فإذا تأخر الموظف عن موعد العمل، أو إذا تأخر عن موعد اجتماع أو مقابلة، أو إذا لم يستطع تلبية دعوة من زميل مثلاً، فإن عليه تقديم الاعتذار . هذا وينبغي ان نعطي للمخطئ وقت كافٍ للتفكير في خطأه والتوصل الى قناعه داخلية لديه بأنه أخطأ في حق الآخرين أو أنه تسبب في ايذائهم وإلحاق الضرر بهم، وبالتالي نعطيه فرصة للإعتذار ولشرح اسباب ومبررات اقترافه الخطأ .

أما فيما يتعلق بالتعزية فإنه من الواجب القيام بزيارة التعزية مباشرة بعد تلقي نبأ الوفاة، وإذا كان المتوفى من الاصدقاء الحميمين أو من الأقارب أو الجيران، فيجب ألا تقتصر التعزية على زيارة واحدة . (١٥) وفي مجتمعاتنا الشرقية فإن تقبل التعازي يكون للرجال في مكان معين وللنساء في مكان آخر منفصل، قد يكون في نفس البيت أو في بيت آخر، ولمدة ثلاثة أيام على الأغلب .

وعادة ما يتم قراءة آيات من القرآن الكريم خاصة في اليوم الثالث للعزاء، حيث ينبغي على الحاضرين الإنصات لقراءة القرآن، وعدم تبادل الأحاديث أياً كان موضوعها أثناء القراءة، أما بالنسبة الى نوع الملابس فإن أهل الفقيد يلبسون السواد حداداً على موته، أما النساء الأخريات فيراعى ارتداء الملابس ذات الألوان الداكنة وعدم ارتداء الملابس ذات الألوان المفرحة أو الزاهية .

وغني عن الذكر بأنه إذا تعذر تقديم العزاء شخصياً نظراً لبعُد المسافات أو بسبب ظروف قاهرة، فإنه بالإمكان إرسال برقية تعزية الى أهل المتوفى في الوقت الملائم .

Visiting Cards

بطاقات الزيارة

استخدمت بطاقات الزيارة أساساً لتحل مكان الزيارات الشخصية حيث

كانت تترك في المكان المقصود للزيارة عند عدم تواجد الاشخاص المنوي زيارتهم .
وأما الآن فإن استخداماتها عديدة حيث أنها كثيراً ما تستخدم في مناسبات معينة
كإرسال الزهور في الأقراح أو السؤال عن المرض مع كتابه بعض العبارات التي
تلائم المناسبة .

ينبغي ان تطبع بطاقة الزيارة بخط واضح على ورق أبيض لامع أو غير لامع،
حيث يطبع على البطاقة اسم صاحبها، ووظيفة، أو درجته الجامعية التي حصل
عليها، بالإضافة الى عنوانه ورقم تلفونه في البيت وفي العمل .

ولجابهة جميع الظروف فإنه من الضروري ان يكون لدى الدبلوماسيون
وأصحاب المناصب الرسمية الأنواع التالية من البطاقات : (١٦)

١- بطاقة بالإسم فقط، للمناسبات الودية والعائلية .

٢- بطاقة بالإسم واللقب والصفة، للمناسبات الرسمية .

٣- بطاقة مشتركة بإسم الزوج وحرمة أو كريمة .

أما بالنسبة للمناسبات التي تقدم فيها بطاقات الزيارة، فإنه يتعين على من
يستخدم بطاقات الزيارة ان يراعي ما يأتي : (١٧)

١- ترك بطاقة « للشكر » لكل شخص لبيت له دعوة الى حفلة او مأدبة
أقامها، وذلك بعد مرور يومين، وقبل مضي اسبوع على المناسبة .

٢- اترك بطاقات « للتقديم » الى الاشخاص المفروض تقديم نفسك اليهم
بمناسبة قيام زماله أو جوار .

٣- اترك بطاقات « للتهنئة » الى الاشخاص المفروض تأدية هذا الواجب
نحوهم في الأعياد والمناسبات السعيدة .

٤- اترك بطاقة « للإطمئنان » تعبيراً عن قنيتك الطيبة بالشفاء لشخص مريض أو مصاب .

٥- ارسل بطاقة « للتهنئة » بلفيفة الهدية أو باقة الزهور التي ترسل في بعض المناسبات .

وقد يتم استخدام بطاقات للزيارة لمناسبات أخرى كالتعزية أو للسفر أو لإرسال التحيات الى شخص آخر من المعارف أو الأقارب .

Social Visits

الزيارات الاجتماعية

الإنسان كائن اجتماعي لا يستطيع العيش بمفرده، بل يعيش ضمن مجموعات في المدن والقرى وغيرها من التجمعات السكانية . ومن طبيعة الحياة البشرية تبادل الزيارات بين الأصدقاء والأقارب والمعارف واصحاب المصالح . لقد كانت الزيارات في السابق تتم بدون موعد سابق، أما في هذه الأيام فالناس مثقلين بأعباء العمل ومسؤوليات البيت، وبالتالي أصبحت الزيارات أقل عدداً وبدأت عملية بقاء الضيف في زيارته أقصر مدة . كما ان معظم الزيارات بناء عليه، صارت الآن بموجب موعد يجري الترتيب له مسبقاً . وفي هذه الحالة فإنه ينبغي على الضيف ألا يصل بيت مضيفه في وقت مبكر جداً لأنه قد يضطر الى الانتظار ريثما يستعد المضيف لمقابلته . كذلك يجب ان لا يصل الزائر الى بيت مضيفه متأخراً لفترة طويلة عن الموعد المحدد، وإلا استدعى ذلك ان يتصل الزائر بالمضيف ويبلغه تلفونياً عن سبب التأخير ويقدم له الاعتذار عن هذا الموقف .

أما من حيث زيارة المرضى خاصة في المستشفيات فإن لها ضوابط معينة ينبغي التقيد بها . وبالتالي فإنه ينبغي مراعاة أوقات الزيارة المحددة من قبل إدارة المستشفى وعدة القيام بالزيارة خارج هذه الأوقات . بالإضافة الى ذلك يراعى عدم اصحاب الأطفال اثناء الزيارة لأجل توفير الجو الهادئ للمريض والابتعاد عن الضجيج والضوضاء .

وأثناء زيارة المريض فإنه يستحسن عدم الدخول في مناقشات حاميه معه في قضايا سياسية او اقتصادية او اجتماعية ، وعلى الزائر اذا اراد الاستفسار عن الحالة الصحية للمريض ان يسأل الطبيب المختص او الممرضة الموجودة او ان يتكلم مع اقارب المريض ، ولا يجوز اطلاقا احراج المريض وازعاجه بالسؤال عن المرض الذي يعاني منه وخاصة اذا كان ذلك المرض من النوع المزمن او الخطير .

قد يقوم الزائر بحمل هدية معه الى المريض كالأزهار او الحلويات او نباتات الزينة .

وفي هذا المجال يقول عبد الفتاح شبانه وأميرة صادق بان المجاملون في أوروبا قد يكتفوا بعدد محدود للغاية من الورد تؤدي الغرض وتحسن التعبير عن رسالة الود المطلوبه ، وفي اليابان فإنه يمكنك ارسال اي عدد من الورد الا العدد خمسة ، لان العدد خمسة في اليابان يعتبر شؤما لاقتراب طريقة نطقه من لفظ " الموت " باليابانية .

كذلك يحظر في اليابان تقديم إصيص من نبات ، لان النبات لا يذبل بسرعة ، ويمكن فترة طويلة قبل التخلص منه ، ومعنى ذلك ان مرسل النباتات للمريض يرجوا ان تستقر اقامته بالمستشفى مدة طويلة حتى يذبل الزرع . (١٨) وهذا ما يجري في اليابان .

وبشكل عام فان على الزائر اختصار فترة زيارته للمريض قدر الامكان بحيث لا تتعدى اكثر من ثلث ساعه ، فالمريض غالبا ما يكون في حالة نفسية غير جيدة ، وبالتالي يفضل ان لا نرهقه باطالة البقاء عنده وبالكثار من الاسئلة التي توجه اليه .

آداب التعامل في الاسلام

ان العلاقات العامة لا تنشأ الا في جو ثقافي وحضاري يؤمن بقيمه الانسان

من حيث هو انسان له كرامته وله حقوقه على الآخرين وعليه واجبات نحوهم ، وقد توفرت هذه المعاني في المجتمع الاسلامي . (١٩)

ان الدين الاسلامي وضع الكثير من القواعد والاصول التي اوجب علينا اتباعها ، فحثنا الاسلام على الصدق والوفاء والامانة والاخلاص والتسامح ، وحرص في نفوسنا الفضائل والاخلاق الحميدة .

كان رسول الله صلى الله عليه وسلم قدوة حسنة في الاخلاق وحسن التعامل مع الآخرين ، حتى وصفه الله سبحانه وتعالى بقوله " وانك لعلى خلق عظيم " ، وهذا يدل على مدى ما يتمتع به نبينا من الاخلاق والصفات الحميدة .

ومن اهم آداب التعامل في الاسلام :

- **التحية :** السلام هو التحية التي يلقيها المسلم على اخيه بقوله " السلام عليكم " ، حيث تدخل الطمأنينة الى النفوس وتعزز العلاقات بين الناس . وقد امرنا الله بان نرد التحية بمثلا او باحسن منها ، فقال تعالى " واذا حييتم بتحية فحيوا باحسن منها او ردوها " . فالتحية تعتبر بادارة اساسية في آداب السلوك بين الناس .

- **الصدق :** الصدق في القول والفعل من اهم الصفات التي ينبغي ان يتحلى بها المسلم الحق ، فالكذب يعتبر آفة المجتمع ، فهو بسبب المشاكل وسوء التفاهم بين الناس . وقال صلى الله عليه وسلم في هذا المجال " دع ما يريبك الى ما لا يريبك ، فان الصدق طمأنينة والكذب ريبه " . لقد كان رسول الله (ص) مثلاً أعلى يتعدى به حيث لقب بالصادق الامين .

- **الوفاء :** حث الاسلام على الوفاء بالعهود مهما كانت النتائج اذا كانت هذه العهود في سياق ما حلل الله . ان الوفاء هو سمة المؤمنين ، اذ به تزداد الروابط والثقة بين الناس بعضهم ببعض . وقد امرنا الله سبحانه وتعالى بالوفاء بالعهد بقوله " واطفوا بعهد الله اذا عاهدتم " .

الامانة : قال تعالى " ان الله يامرکم ان تؤدوا الامانات الى اهلها " . وقد حذر رسول الله صلى الله عليه وسلم من عدم اداء الامانة ، حيث اعتبر من لا يلتزم باداء الامانة الى اصحابها منافقا فقال " آية المنافق ثلاث ، اذا حدث كذب ، واذا وعد اخلف ، واذا اؤتمن خان " . فاداء الامانة واجب انساني على من توضع لديه الامانة ، فلا ينبغي استعمالها او بيعها او التصرف بها .

- الاخلاص في العمل : ان الاخلاص في العمل واجب على كل مسلم ، وقد حثنا رسول الله صلى الله عليه وسلم على الاخلاص والثفاني في العمل ، بقوله " اذا عمل احدكم عملا فليتقنه " .

- الصفح : العفو عند المقدرة من الفضائل والاخلاق الحميدة ، وقد امر سبحانه وتعالى رسوله محمداً صلى الله عليه وسلم بان يصفح عن اعدائه ويتمنى لهم الهداية فقال " فاصفح عنهم وقل سلام فسوف يعلمون " .

- الصبر : قال صلى الله عليه وسلم " الصبر نصف الايمان ، والشكر نصفه الاخر " . ان المرء اذا نجح في حياته فمن واجبه أن يشكر الله على نعمته ، واذا صادف اي مشكلة او مصيبة ، فعليه ان يصبر على ما ابتلي به ، الى ان يفرج الله عليه كربه .

- مساعدة الآخرين : ان الانسان يحتاج دائماً الى عون ومساعدة الآخرين . قال رسول الله (ص) " خير الناس انفعهم للناس " فعلى المرء ان يبذل قصارى جهده لمساعدة الآخرين سواء كانت هذه المساعدة مادية او معنوية .

- عدم الاسراف : نهى الاسلام عن الاسراف ، سواء في صرف الاموال او في الطعام او في غير ذلك من الامور ، ولناظر بامر رب العالمين . " وكلوا واشربوا ولا تسرفوا ، انه لا يحب المرففين " . وكما نهانا الله عن الاسراف فانه ايضا نهانا عن البخل والتقصير بقوله سبحانه وتعالى " ولا تجعل يدك مغلولة الى عنقك ، ولا تبسطها كل البسط فتقعد ملوما محسورا " .

- **التيامن** : تناول الاسلام موضوع الاسبقية لمن هو على اليمين سواء في الدخول الى الاماكن او الوضوء او اللبس او الاكل ، فقد قال رسول الله صلى الله عليه وسلم " اذا لبستم ، واذا توضأتم ، فابدأوا بايمانكم " . وعن انس رضي الله عنه ان رسول الله (ص) اتى بلبن قد شيب (تم خلطه) بماء ، وعن يمينه اعرابي وعن يساره ابو بكر الصديق رضي الله عنه ، فشرب ثم اعطى الاعرابي ، وقال : الايمن فالايمن .

- **السماحة** : المرونة والسماحة في التعامل بين الناس امر ضروري ، فقد حث رسول الله (ص) على ذلك بقوله " رحم الله امرأً سمحاً اذا باع واذا اشترى واذا اقتضى " . فالسماحة هي عنوان الرحمة والتراحم بين العباد .

- **حقوق الجار** : قال صلى الله عليه وسلم " ما زال جبريل يوصيني بالجار حتى ظننت انه سيورثه " فقد اوصى الاسلام بالجار وحسن معاملة الجار .

- **آداب الطعام** : حث الاسلام بالتسمية وذكر اسم الله قبل البدء بالاكل وبعد الانتهاء منه ، فقال رسول الله (ص) " اذا اكل احدكم فليذكر اسم الله تعالى ، فان نسي ان يذكر اسم الله تعالى في اوله ، فليقل : بسم الله اوله وآخره " .

كما أن رسول الله (ص) نهى ان يتنفس في الاناء او ينفخ فيه ، وذلك قد يكون تجنباً لانتقال الجراثيم والامراض .

ومن آداب الطعام ايضاً ان ياكل المسلم مما يليه ، فقال رسول الله (ص) لغلام كانت يده تمتد الى اواني مختلفة في الاكل " يا غلام ، سم الله تعالى ، وكل بيمينك ، وكل مما يليك " .

- **طاعة الوالدين** : بث الاسلام روح التعاطف بين الابناء والطاعة للوالدين واحترام الكبار ، فينبغي على الصغير ان يحترم الكبير وعلى الكبير ان يعطف على الصغير . وقد امرنا الله بطاعة الوالدين وخدمتهما ، فقال سبحانه " فلا تقل لهما أف ولا تنهرهما " .

- تبادل الزيارات : ينبغي ان تكون العلاقات بين الاقارب والاصدقاء ودية دائما ، فتبادل الزيارات وصلة الرحم سواء في الايام العادية او في الاعياد والمناسبات ضرورية لتعزيز العلاقات بين الناس .

ولكن يستحسن عدم اطالة امد الزيارة حتى لا تكون عبثاً على صاحب البيت ، واما فيما يتعلق بزيارة المريض فهي تخفف عن المريض آلامه ومصابه وتقوي من عزيمته وقدرته على مقاومة المرض .

وقد حثنا رسول الله (ص) على زيارة المرضى بقوله " عودوا المريض ، وأطعموا الجائع ، وفكوا العاني (الاسير) .

هذه هي بعض الصفات التي ينبغي ان يتحلى بها المسلم الحق ، وهي كلها تحت على تنظيم العلاقات بين الناس بالشكل الصحيح وترسيخ مفهوم الفضيلة وتعميق معانيها .

مراجع الفصل الثاني عشر

- ١- د. احمد عبد المجيد، اضاء على الدبلوماسية، مكتبة الانجلو المصرية، القاهرة، ١٩٧٠، ص ٨١.
- ٢- حسن كامل، البروتوكول الدبلوماسي والاجتماعي، دار المستقبل العربي، القاهرة، ١٩٨٧، ص ١٥٠.
- ٣- صلاح عبوشي، كتاب المراسم، الطبعة الثانية، شركة المطبوعات للتوزيع والنشر، بيروت، ١٩٩٠، ص ١٦، ١٥.
- ٤- المادة (١٠) من نظام تنظيم وإدارة وزارة الخارجية، رقم ٦٩ لسنة ١٩٩٣، الصادر في الجريدة الرسمية، العدد ٢٢٣٣ تاريخ ١٦/١١/١٩٩٣.
- ٥- المادة (١٩) من نظام تنظيم وإدارة وزارة الخارجية رقم ٦٩ لسنة ١٩٩٣.
- ٦- المادة (١٤-أ) من نظام السلك الدبلوماسي الأردني رقم ٦٨ لسنة ١٩٩٣، الصادر في الجريدة الرسمية، العدد ٣٩٣٢ بتاريخ ١٦/١١/١٩٩٣.
- ٧- نجيب حجا، الدليل العام للبعثات الدبلوماسية الأردنية، مطبعة القوات المسلحة الأردنية، عمان، ١٩٧٥، ص ٤٠.
- ٨- د. عدنان البكري، العلاقات الدبلوماسية والتقنية، كاطمه للنشر والتوزيع والترجمة، الكويت، ١٩٨٥، ص ١١٩-١٢٠.
- ٩- د. جمال بركات، الدبلوماسية، ماضيها وحاضرها ومستقبلها، الرياض، ١٩٨٥، ص ١٩٦.
- ١٠- د. علي حسين الشامي، الدبلوماسية : نشأتها وتطورها وقواعدها ونظام الحصانات والامتيازات الدبلوماسية، دار العلم للملايين، ١٩٩٠، ص ٤٥٦.

- ١١- حسن كامل، مصدر سابق، ص ١١٨ .
- ١٢- البروتوكول، اصول التشريعات الرسمية، قواعد الايتيكيت في المجالس العامة والمحاضرة (المآدب والاستقبالات)، ترجمة محمود سيد رصاص، الدار الجامعية، بيروت ب، ت، ص ١٠٣ .
- ١٣- د. عطا محمد صالح زهرة، أصول العمل الدبلوماسي والقنصلي، الهيئة القومية للبحث العلمي، مركز بحوث العلوم الاقتصادية، بنغازي، ليبيا، ١٩٩٤، ص ١٩٨ .
- ١٤- عبد الفتاح محمد شبانه، أميرة مصطفى صادق، آداب التعامل والايكيت في الأسرة والمجتمع إدارة الأعمال، الدبلوماسية، دار الأمين للنشر والتوزيع، القاهرة، ١٩٩٦، ص ١٠٥ .
- ١٥- رندة أبي هنا، آداب التصرف « الإيتيكيت »، المؤسسة اللبنانية العربية للتوزيع والطباعة والنشر، بيروت، ب، ت، ص ٦٦ .
- ١٦- محمد شمس الدين مشعل، المراسم وحصاد السنين، الطبعة الأولى، منشورات المجمع الثقافي، ابو ظبي، ١٩٩٥، ص ١٤٢ .
- ١٧- المصدر نفسه، ص ١٤٤ .
- ١٨- عبد الفتاح محمد شنانة، أميرة مصطفى صادق، مصدر سابق، ص ٢٥ .
- ١٩- د. احمد ابراهيم ابو سن ، العلاقات العامة في الدولة الحديثة ، دبي : المطبعة العصرية ، ١٩٨٤ ، ص ٢١ .

الفصل الثالث عشر

الكتابة في العلاقات العامة

- مقدمة

- أهمية الكتابة في العلاقات العامة

- قواعد الكتابة في العلاقات العامة

- أشكال الكتابة في العلاقات العامة

أ- كتابة المذكرات الداخلية والرسائل

ب- محاضر الاجتماعات

ج- مجلة المنظمة

د- النشرة الاخبارية (الاصدار الاخباري)

هـ- تقارير بحوث العلاقات العامة



الكتابة في العلاقات العامة

مقدمة

إن القيام بأداء مهام العلاقات العامة يتطلب إتقان الكتابة بأسلوب واضح ومفهوم وخالي من الأخطاء اللغوية والطباعية. ومن الضروري مراعاة المستوى التعليمي والثقافي للطرف المستقبل للرسالة الاتصالية أثناء كتابتها ، فالرسالة أو المذكرة المرسلة الى المهندس تختلف في صياغتها وفي تعبيراتها وأسلوبها عن الرسالة أو المذكرة المرسلة إلى العمال.

إن كثيراً من الرسائل الاتصالية تكتب بصورة غير جيدة، وذلك قد يرجع إلى عدة أسباب منها قلة الخبرة وعدم إتقان قواعد اللغة التي تكتب بها الرسالة والحاجة إلى الثقة بالنفس، ووضع قيود من قبل المديرين على الكتابة بأسلوب معين أو بشروط معينة كاشتراط المدير أن لا يزيد حجم المادة المكتوبة عن صفحة واحدة مثلاً.

هذا وينبغي التأكيد على استخدام الكلمات التي تعطي معاني محددة لتفادي اللبس والخلط بين المعاني. فالقول بأن الشركة قد حققت أرباحاً جيدة ليس كقول بأن الشركة حققت أرباحاً قيمتها مائة ألف دينار، والقول بأن أغلبية الحاضرين أيدوا المشروع ليس كالقول بأن ٥١% من الحاضرين قد أيدوا المشروع، حيث يمكن أن تشمل كلمة الأغلبية النسب من ٥١% وحتى ٩٩% من الحاضرين .

وتتعلق مهارات الكتابة بمدى قدرة مرسل الرسالة الاتصالية على التأثير في الآخرين لجعلهم يقتنعوا بمضمون رسالته ، وهذا ما يمكن تسميته بمهارات الإقناع ، حيث يختلف الأفراد في قدراتهم على الإقناع بسبب اختلاف ثقافتهم وأسلوب تفكيرهم.

إن الاتصال الإقناعي يستلزم إضافة عنصرين آخرين إلى عملية الاتصال وهما العنصر التأثيري الذي لا يكفي بمجرد استقبال الجمهور للرسالة ، وإنما يستهدف أحداث

التأثير والاستمالة ، وعنصر الرقابة الذي يؤكد على الجوانب الخاصة بفعالية الرسالة^(١).

إن القدرة على إقناع الآخرين تعتمد على مدى توفر الثقة المتبادلة بين مرسل الرسالة الاتصالية ومن يقوم باستقبالها فكلما كان مستوى الثقة بين طرفي الاتصال عالياً، كلما أدى ذلك إلى أن يكون المتحدث أكثر قدرة على الإقناع. كما أن للدرجة إمام المتحدث بموضوع الحديث وخبراته السابقة في مجال الموضوع، يجعله أكثر إقناعاً للطرف الآخر. ولا شك أن شخصية المتحدث ومظهره وأسلوب استخدامه لحركات اليد وتعبيرات الوجه والجسد بالإضافة إلى الابتسامة الدائمة على وجهه تعزز من قدرة المتحدث على إقناع الآخرين.

وهناك إجمالاً عدة نماذج للاتصال الإقناعي من أهمها نموذج الاتصال الإقناعي، والذي يقوم بربط العناصر الأساسية للاتصال والتي تتمثل في:

أ- مصدر الاتصال (المرسل)

يحدد مصدر الاتصال مجموعة الأمور التي يريد إقناع الجمهور بها، حيث على أساسها يقوم بدراسة خصائص الجمهور الديموغرافية . بعد ذلك يضع المصدر خطته للاتصال والمتضمنة تحديد الهدف ووسائل الاتصال وصياغة الرسائل الاتصالية ضمن إطار زمني محدد.

ب- وسيلة الاتصال

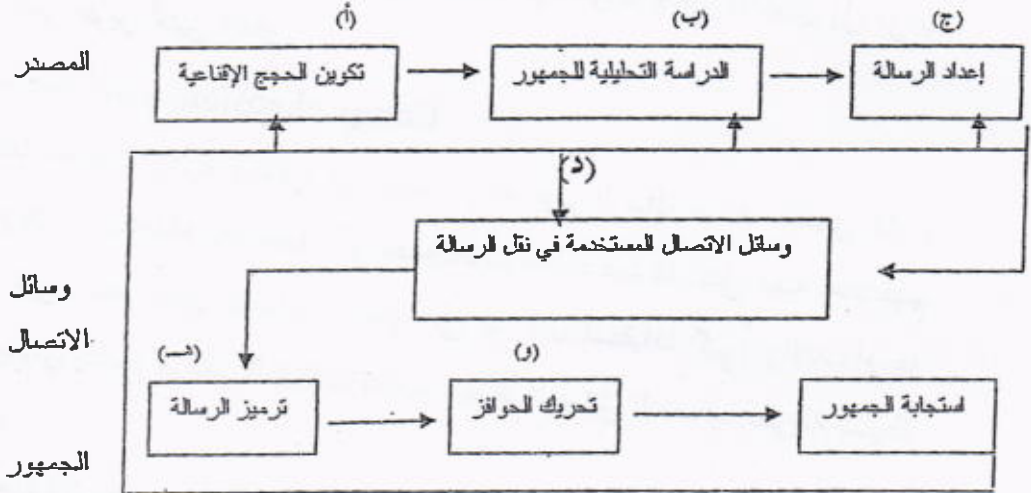
بعد تحديد خصائص الجمهور يمكن للمصدر أن يختار الوسيلة الاتصالية المناسبة.

ج- الجمهور (المستقبل)

المقصود بذلك استقبال الرسالة الاتصالية وتفسيرها وذلك لأجل خلق استجابة لدى الجمهور لما ورد في الرسالة الاتصالية ، بعد الأخذ بعين الاعتبار إثارة حاجات ودوافع

اجمهور بما يتمشى مع الرسالة الاتصالية ويمكن توضيح فكرة هذا النموذج من خلال الشكل التالي:

الشكل رقم ١/١٣
نموذج الاتصال الإقناعي



المصدر: سمير محمد حسين الإعلام والاتصال بال الجماهير والرأي العام ، القاهرة: عالم الكتب، ١٩٨٤، صفحة ١٦٩

أما من حيث مراحل تأثير الاتصال الإقناعي فيمكن إيجازها فيما يلي^(٢):

١- مرحلة الاستقبال Reception

يمثل استقبال الرسالة الخطوة الأولى التي تقود إلى خطوات أخرى على طريق تحقيق التأثير المطلوب. وتعد عملية التعرض للوسيلة والرسالة شرطاً أساسياً لاستقبال الرسالة

لذلك يعد إيصال الرسالة للجمهور من اهتمامات موظفي العلاقات العامة التي يجب أخذها بالاعتبار.

٢- مرحلة الاهتمام Consideration

استقبال الرسالة ليس إثباتاً على وصول الأفكار والمعلومات التي تحملها إلى الجمهور فاستقبال الرسالة يتطلب اهتماماً بها وإدمان نظر في محتواها لأجل الانتقال إلى مرحلة أخرى على طريق تحقيق التأثير.

٣- مرحلة الفهم Comprehension

تعد اللغة عاملاً جوهرياً ومؤثراً في تحديد درجة فهم الرسالة عندما تكتمل دائرة الاهتمام بها. واستخدام لغة معقدة أو مصطلحات متخصصة قد تمثل عقبة أمام فهم الرسالة على النحو الذي يقصده المصدر حتى لو كان استقبالها كبيراً والاهتمام بها عالياً. وبالتالي ينصح موظفو العلاقات العامة بإعداد الرسائل الاتصالية بطريقة بسيطة وواضحة.

٤- مرحلة الاستيعاب Assimilation

تؤكد هذه المرحلة على بناء قدرة أفراد الجمهور على الاحتفاظ بأفكار الرسالة الموجهة إليهم لفترات طويلة، واستدعائها عند الحاجة إليها. ويحرص موظفو العلاقات العامة والإعلان على وضع رسائلهم في أطر فنية قابلة للتذكر حتى يتسنى استدعاؤها عند الحاجة إليها.

٥- مرحلة الاستجابة Response

هي مرحلة الإقدام على الفعل. ويراعى عند التوجه إلى الجمهور الأخذ بعين الاعتبار قوى المؤثرة في اتخاذ القرارات وخاصة القرارات الشرائية. فعلى الرغم من نجاح

الرسالة في إفتاح الزوج مثلاً بسلعة أو خدمة أو فكرة معينة ، إلا أن تأثير الزوجة أو الأبناء قد يعطل القرار بسبب قناعتهم بأن سلعة أو خدمة أو فكرة بديلة هي الأفضل.

أهمية الكتابة في العلاقات العامة

تقوم العلاقات العامة على الاتصالات الفعالة مع كافة أنواع جماهير المنظمة من عملاء وموظفين ومالكين وموردين وغيرهم، إذ تعتبر عملية كتابة الرسائل الاتصالية أهم وسائل هذه الاتصالات. إن موظفي العلاقات العامة يقومون بكتابة الرسائل الاتصالية فعلاً إلى مالكي المنظمة وصياغ القرار فيها لتوصيل معلومات هامة إليهم كما أنهم يقومون بكتابة الرسائل الاتصالية إلى وسائل الإعلام المختلفة من صحف وإذاعة وتلفزيون بهدف توصيل معلومات إليهم أو بهدف الإعلان عن خدمة عامة أو بهدف الحصول على تأييد من الجماهير وتحسين الصورة الذهنية للمنظمة.

وتتفاوت الآراء حول طبيعة المهارات الكتابية في العملية الاتصالية عامة، حيث يميل البعض إلى اعتبار الكتابة نابعة في الأساس من وجود قابلية فطرية لدى الفرد لممارستها، لأن الأمر ليس بمجرد تلاعب بالكلمات والألفاظ ، بل هو تسخير للقوالب اللفظية لنقل المعاني والأفكار التي تكون داخل الكاتب الإعلامي. فالكاتب الأجوف لا يمكن له أن ينتج كتابة إبداعية، تشد القراء والمشاهدين والمستمعين إليه. وفي الجانب الآخر، لا بد أن نلاحظ أن ينبوع الأفكار والتصورات قد يبقى حبيس النفس الداخلية للكاتب إذا لم تتوفر الملكة والمهارة اللغوية القادرة على تجسيد المعاني والأفكار في قوالب لفظية إبداعية^(٣).

وتبرز أهمية الكتابة في العلاقات العامة عند مراجعة أنواع الاتصالات التي تجربها المنظمات بكافة أشكالها، فنجد أن السواد الأعظم من هذه الاتصالات هي اتصالات

مكتوبة سواء كانت على هيئة رسائل أو مذكرات أو بيانات صحفية أو ملصقات أو كتيبات ونشرات.

وبسبب تنوع وسائل الاتصال الجماهيرية والداخلية وتنوع الجماهير المتلقية للرسائل الإعلامية، وتعدد الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها، فإنه لا يمكن النظر إلى الكتابة الإعلامية على أنها عملية متناغمة في مكوناتها وأنماطها. فالوسائل الإذاعية (راديو وتلفزيون) والوسائل المطبوعة (صحف ومجلات ونشرات وكتيبات)، والوسائل التفاعلية (الانترنت والاسطوانات المدججة) والوسائل الشفاهية (كلمة خطابية أو محادثة شخصية) تتطلب أشكالاً محددة من الكتابة رغم تشاركها بأهمية العنصر الإبداعي في العمل الكتابي، وهذا الأمر يدفع باتجاه بروز التخصص في الكتابة وفق الوسيلة أو الجمهور أو الموضوع، حيث نجد كتاباً للنصوص الإذاعية وكتاباً للمضامين الصحفية وكتاباً للكلمات الخطابية وكتاباً للمواضيع الاقتصادية والمالية والمواضيع الاجتماعية والثقافية وكتاباً للمواضيع الرياضية، وكتاباً للمواضيع الدينية ، وغير ذلك^(١).

قواعد الكتابة في العلاقات العامة

تتطلب عملية الكتابة في العلاقات العامة توفر مهارات ومواصفات كثيرة فيمن يقوم بالكتابة. بالإضافة إلى ذلك فإن على من يقوم بالكتابة في هذا المجال مراعاة توفر الأصول والقواعد التالية في المخرجات الإعلامية المكتوبة للعلاقات العامة.

١- الوضوح: ينبغي أن تكتب المخرجات الإعلامية بأسلوب واضح ومباشر بحيث يتمكن القارئ المهتم بقراءة محتويات هذه المخرجات من قراءتها واستيعاب ما ورد بها بسهولة. ويستتبع ذلك بالضرورة أن لا يقوم الكاتب باستخدام ألفاظ عامة

يحتمل أكثر من معنى ، فكلمة الدخل قد تعني الدخل اليومي أو الدخل الشهري أو الدخل السنوي، كما أنها قد تعني دخل رب الأسرة فقط أو دخل كافة أفراد الأسرة.

٢- الإيجاز: خير الكلام ما قل ودل، وبالتالي فلا داعي للحشو في الكتابة للعلاقات العامة، وذلك حتى لا يضيع القارئ ويتشتت تفكيره ويتعد عن الموضوع الرئيسي . ولكن الإيجاز له حدود حيث يقف الكاتب في العلاقات العامة عند النقطة التي يصبح فيها في الإيجاز إخلال بالمعنى:

٣- الدقة والصدق: من أهم الصفات المفروض توفرها في المعلومة أن تكون دقيقة وصادقة. فعندما تتوفر صفة الدقة في المخرجات الإعلامية فإن ثقة القارئ في هذه المخرجات وفي كتابة هذه المخرجات تستمر وتبقى.

٤- الاستقلالية: ينبغي أن يكون الكاتب في العلاقات العامة مستقلاً وغير متحيزاً لأفكار معينة أو لمنظمة محددة. فعليه أن يكون صادقاً وموضوعياً، فيما يكتب وأن لا يحايي مصالح معينة أو جمهوراً معيناً كجمهور المالكين على حساب جمهور آخر كجمهور العملاء أو الموظفين.

٥- الأمانة: على الكاتب في مجال العلاقات العامة أن يكون أميناً مع نفسه ومع غيره. فإذا كان يبدي وجهات نظر معينة في موضوع محدد، فإن عليه أن يورد وجهات النظر المؤيدة لوجهة نظره والمعارضة لها، وبالتالي لا ينبغي التركيز على وجهات النظر المؤيدة لوجهة نظره وحجب المعلومات المتعلقة بوجهات النظر المعارضة لوجهة نظره.

٦- تسلسل الأفكار: بغض النظر عن أسلوب تقديم المعلومات الذي يتبعه الكاتب في العلاقات العامة، إلا أن عليه أن يراعي تسلسل الأفكار عند طرحها وتقديمها إلى القراء. فلا يقوم مثلاً بالقفز من فكرة أو فقرة إلى أخرى، ثم العودة إلى الفكرة الأولى مرة أخرى بعد ذلك فهذا قد يشوش تفكير القارئ ويقلل من فعالية عملية الاتصال.

٧- قواعد اللغة: لا بد للكاتب في العلاقات العامة أن يتقن قواعد اللغة التي يكتب بها حتى لا يرتكب أية أخطاء لغوية في كتاباته . بالإضافة إلى قواعد وسلامة اللغة فإنه ينبغي التدقيق والتأكد من خلو المخرجات الإعلامية من أي أخطاء طباعية.

٨- الابتعاد عن استخدام المصطلحات الغريبة: الكتابة الجيدة هي الكتابة التي يراعى فيها الكاتب المستوى الثقافي والتعليمي للقارئ المحتمل للمادة الإعلامية التي يكتب فيها، وبالتالي فإن تجنب استخدام المصطلحات الغريبة وغير المعروفة للقارئ المحتمل تزيد من فعالية الاتصال.

٩- اكتمال الأفكار: على الكاتب في العلاقات العامة أن يناقش كافة الأبعاد والزوايا المتعلقة بموضوع البحث.

فاشتمال المخرجات الإعلامية على كافة عناصر الموضوع يزيد أيضاً من فعالية عملية الاتصال، ويساعد على إيصال الصورة كاملة عن موضوع الكتابة.

١٠- التوقيت المناسب: يراعى عند الكتابة أن تصدر المخرجات الإعلامية في الوقت المناسب، وأن لا يتأخر ظهورها كثيراً بحيث تفقد فعاليتها ومبرراتها . فالرد على شائعة معينة أو الدفاع عن مواقف المنظمة أو كتابة التقرير السنوي، للمنظمة لا يجب أن يتأخر كثيراً حتى لا يفقد معنى الكتابة فيه.

أشكال الكتابة في العلاقات العامة

منالك الكثير من أشكال الكتابة في العلاقات العامة من أهمها:

- كتابة المذكرات الداخلية والرسائل:

تعمل المذكرات الداخلية Internal Memos والرسائل Letters معلومات يراد نقلها من المرسل إلى المستقبل، ولكن المذكرات الداخلية تكون متبادلة بين وحدتين أو

تخصيص في نفس المنظمة اما الرسائل فيتم تبادلها بين منطمتين أو شخصين يعملان في منطمتين مختلفتين.

والمذكرة الداخلية هي ترجمة للكلمة اللاتينية Memorandum وتعني للتذكر To be remembered ، وتبسيطاً للكلمة الطويلة يستخدم مصطلح Memo. يتم النظر إلى المذكرة على أساس أنها تقرير موجز، ويمكن أن تأخذ شكل أوامر وتعليمات من الرئيس إلى الرؤوس، كما يمكن أن تأخذ شكل استفسارات من الرؤوس إلى الرئيس.

تعتبر المذكرة أداة سريعة من أدوات تسجيل المعلومات في الاجتماعات والمقابلات والشكاوى، وهي أداة قياسية لنقل المعلومات التي قد تتعرض للتشويه أو التحريف إذا نقلت من خلال الاتصال الشفوي . وهناك شروط مفروض توفرها في المذكرة منها:

- أن تكون مختصرة وواضحة.

- أن تخلو من الشكليات كالتحية الافتتاحية والخاتمية.

- تناقش المذكرة على الأغلب موضوع واحد.

- أن تتضمن كلمة مذكرة في أعلاها.

-

وفيما يلي نموذجاً للمذكرة الداخلية:

الشكل ٢/١٣
نموذج مذكرة داخلية

مذكرة داخلية

من:

إلى:

التاريخ:

الموضوع:

.....

.....

.....

.....

التوقيع

- أما بالنسبة إلى الرسائل فإن أهم قواعد كتابة الرسالة ما يلي:-
- الإشارة إلى الرسالة السابقة.
 - الرد على الانتقادات ، إن وجدت ، بنفس ترتيب ورودها في الرسالة السابقة.
 - التسلسل المنطقي للفقرات والأفكار.
 - الاهتمام بالتحية الافتتاحية والخاتمة.

وفيما يلي نموذج لرسالة إدارية:

الشكل ٣/١٣

نموذج رسالة إدارية

شعار المؤسسة

مؤسسة الإيمان

ص.ب ٩٦٢٢٢، الرمز البريدي ١١١٩٦

عمان - الأردن

التاريخ:

السيد:

الموضوع:

تحية طيبة وبعد،،،

.....

.....

.....

.....

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام

التوقيع

وبغض النظر عن الخلفية الثقافية والتعليمية للطرفين المرسل والمستقبل، إلا أن المرسل ينبغي أن يراعي كتابة الرسالة بأسلوب واضح ومحدد وبسيط، فالطرف المستقبل قد لا يملك الوقت الكافي للبحث عن معاني الكلمات الغريبة ومفردات المصطلحات غير المألوفة الواردة في الرسالة.

ب- محاضر الاجتماعات:

الاجتماعات هي لقاءات بين عدد من الأفراد لبحث مشكلة معينة أو نقل وجهة نظر محددة أو لاتخاذ قرار معين. وقد تعقد هذه اللقاءات بين الموظفين ببعضهم أو بين الموظفين والعملاء أو المساهمين أو غيرهم. وقد تكون هذه الاجتماعات دورية أي تعقد كل فترة محددة كاجتماعات رؤساء الأقسام أو مديرو الدوائر أو اجتماعات الهيئة العامة للمساهمين، وقد تكون غير دورية بحيث تعقد حسب الحاجة إلى عقدها.

أما عن محضر جلسة الاجتماع Minutes of meeting فلا بد من توفر شروط أساسية في كتابته:

- كتابة المحضر بالفعل الماضي.
- تسجيل أسماء الأعضاء المشاركين في الاجتماع، كما يجب أن يذكر في محضر الاجتماع أسماء الأشخاص الذين شاركوا في الاجتماع أو في جزءاً منه وهم ليسوا أعضاء، مع بيان أسباب مشاركتهم.
- تخصيص بند مستقل لكل فقرة مع ترقيم كل بند بالتابع.
- إجراء التصحيحات اللازمة على المحضر من خلال كتابة تلك التصحيحات على نسخة التي سيتم الاحتفاظ بها في الملف مع تدوين تاريخ تلك التصحيحات.

- يجب كتابته اسم مقدم مشروع القرار في المحضر ، إن وجد هذا المشروع ، وكذلك نتيجة التصويت عليه إن كان هناك تصويتاً.

- كتابة أسماء الذين صوتوا بالموافقة أو الرفض على المشروع إذا كان التصويت علنياً.

- عدم كتابة جميع تفاصيل المداولات والمناقشات التي تتم حول الموضوع والاكتفاء بكتابة تلخيص لنتائج تلك المداولات.

ويوزع محضر الاجتماع على الأعضاء قبل موعد الاجتماع التالي، إذ يعتبر المحضر فيها مقروءاً أو يتم قراءة المحضر في بداية الاجتماع ليصار إلى إقراره من قبل المحاضرين.

ج - مجلة المنظمة

قد تصدر الكثير من المنظمات الكبيرة والمتوسطة وحتى الصغيرة، مجلة داخلية House Journal تعني بموظفيها وبشئونهم وأخبارهم حيث توزع عليهم بصفة دورية، كما أن بعض هذه المنظمات قد يصدر مجلات تتعلق بالمنظمة وتكون موجهة إلى عملائها أو مساهميها.

أما من حيث أسلوب الكتابة المناسبة للمجلات، فيلخص محمد إبراهيم عايش الخصائص العامة لأساليب الكتابة في المجلات بما يلي⁽⁵⁾:

١- الأخبار Straight News: وهي معلومات حول مناسبات وأحداث دقيقة تتعلق بالشركة تتسم بالأسلوب التقريري، وتتضمن مقدمة ومنتاً ونهاية، وتهدف إلى توصيل معلومات للقارئ بهدف إعلامي بحث ومن الأمثلة على الأخبار ما يتعلق منها بأنشطة الإدارة العليا وما تقوم به المؤسسة من برامج وأعمال تطوير وعلاقات مع المجتمع.

٢- التحقيقات الخفيفة Features: وهي تحقيقات تركز على شخصية أو قضية أو مناسبة أو ظاهرة، وتبرز جوانبها المثيرة للاهتمام في المجتمع. وعادة ما يتضمن

التحقيق الخفيف جوانب إنسانية تجذب القارئ وتجعله يتفاعل مع الموضوع مثل التحقيق حول شخصية مبدعة أو مناسبة مهمة للمنظمة أو قضية ذات علاقة باهتمامات المنظمة.

٣- التحقيقات الإخبارية Investigative Reports: وهي أشكال صحفية تركز على موضوع مثير للاهتمام بهدف الوصول إلى استنتاجات حوله مثل التحقيقات حول ظاهرة الإدمان على المخدرات في مجلة لوزارة الصحة أو للإدارة العامة للشرطة أو حول الزواج من أجنبيات في مجلة تصدرها وزارة العمل أو غيرها من الجهات.

٤- اللقاءات Interviews: وهي تسعى إلى طرح أسئلة على شخصية مهمة أو مثيرة للاهتمام والحصول على إجابات حولها من خلال مقابلة مباشرة، مثل لقاء مع مدير المنظمة أو مدير العلاقات العامة.

٥- الأعمدة Columns: يمكن لكاتب العلاقات العامة أن يسهم في مجلة المنظمة من خلال كتابة عمود دوري تحت مسمى ثابت وحول موضوعات متنوعة ذات ارتباط بالمنظمة وبالجوانب التي تتعلق بأنشطتها.

٦- المقالات الثقافية Cultural Essays: وهي تتضمن عرضاً لمعلومات حول موضوع أو قضية ما تغطي باهتمام القراء، ويمكن أن تسهم في الترويج لبعض الأفكار التي تبنها المنظمة، مثل مقالة حول الانترنت أو حول استكشاف الفضاء أو حول التلوث أو حول مرض سارس.

وتحتوي مجلة المنظمة عادة أساليب متعددة من الأساليب المذكورة أعلاه، حيث قد يتم استخدام أسلوب الأخبار لإنجازات المنظمة مثلاً، وأسلوب التحقيقات الخفيفة حول قضية هامة للمنظمة، وأسلوب اللقاءات في مقابلة للمدير العام، وذلك في نفس العدد من المجلة.

د- النشرة الإخبارية (الإصدار الإخباري): النشرة الإخبارية News Release

هي عبارة عن مواد إخبارية تعدّها إدارة العلاقات العامة بالمنظمة وتتمثل في أخبار المنظمة التي تمّ الجمهور. وتقوم العلاقات العامة بعد إعداد النشرة الإخبارية بإرسالها إلى وسائل الإعلام كي تقوم بنشرها.

وتتطلب كتابة الخبر الصحفي توفر أركان أساسية:

١- استخدام اللغة السليمة الحالية من الأخطاء.

٢- التعبير الكتابي الدقيق.

٣- الصدق في المعلومات.

٤- القدرة على إقناع القارئ.

٥- تغطية العناصر الرئيسية للخبر والتي تشمل:

من... ماذا... متى... أين... لماذا... كيف...

How...What... When... Where... Why...How

أما من حيث قوالب صياغة الخبر، فيمكن إيجازها في ثلاث قوالب رئيسية^(٦):-

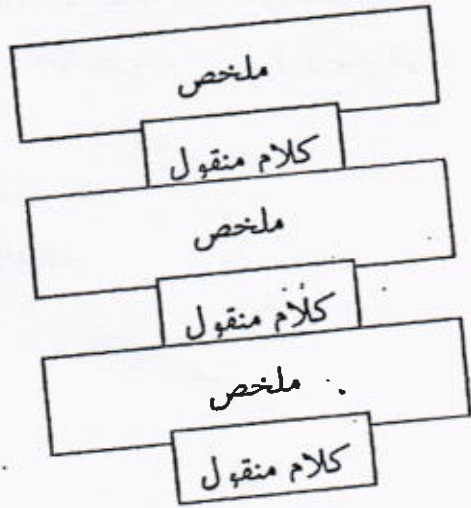
١- قالب السرد الصحفي: يتم الصياغة على أساس أن يكتب في صدر الخبر

الخلاصة بعبارات قصيرة فيها عنصر الإثارة وفي جسم الخبر تكتب الحقائق واحدة تلو الأخرى.

٢- قالب الحديث المنقول: في هذه الطريقة يسلك الكاتب طريقة المستطيلات

الكبيرة والصغيرة، حتى ينتهي من نقل المادة. وتمثل المستطيلات الصغيرة الكلام المنقول بنصه تماماً كما تمثل المستطيلات الكبيرة ملخص هذا الكلام وشرحه للقراء،

وذلك على النحو التالي:



فأي حديث يمكن أن يتم تجزئته بحيث يستقل كل جزء بفكرة معينة حيث يتم بعد ذلك إلحاق كل جزء بما يخصه من الشروحات.

٣- قالب القصة الخبرية: يرد الخبر وفق هذه الطريقة على شكل قصة مثيرة. يتوفر فيها عنصر التشويق المسرحي، وذلك بهدف التغلب على فتور القارئ وجوده. قد تتعرض النشرات الإخبارية التي ترسل إلى الصحف إلى عملية مراجعة وإعادة تحرير من قبل محرري الصحيفة، كما أنها قد تتعرض كما سبق أن أسلفنا، إلى عملية اختصار ذلك بسبب ضيق المساحة المتوفرة على صفحات الصحيفة.

هناك ثلاثة أجزاء ينبغي أن تتضمنها أية نشرة إخبارية حتى تكون هذه النشرة متملة:

- العنوان: ينبغي أن يكون العنوان مختصراً ودالاً على الموضوع المراد نشره.

٢- المقدمة: تؤدي المقدمة دوراً أساسياً في جذب انتباه القراء، وبالتالي فإنه يجب الاهتمام بصياغتها بطريقة سليمة. قد تكون المقدمة تلخيصاً للخبر أو قد تكون تصريحاً منسوباً إلى مصدر معين، كما أنها قد تأتي على صيغة سؤال تكون إجابته موجودة في متن النشرة الإخبارية.

٣- المتن: يناقش في متن النشرة الإخبارية تفاصيل الموضوع المراد نشره، ويكتب على أساس الحرم المقلوب بحيث توضع الأمور الأكثر أهمية في البداية، ثم على الأقل أهمية. وهكذا.

٤- الخلاصة: يوضع في نهاية النشرة الإخبارية خلاصة الخبر بطريقة مختصرة بحيث لا يتعدى حجمها ثلاثة أو أربعة أسطر.

هـ- تقارير بحوث العلاقات العامة

إن تقرير البحث هو صورة واضحة لعملية تنفيذ البحث وإجراءاته، أي أنه صورة صادقة عن نشاطات الباحث التي قام بها أثناء إجراءاته للبحث. والواقع فإنه مهما كان الباحث موقفاً في وضع فرضياته، ومهما كانت نتائج البحث وتوصياته صحيحة ودقيقة، فإن بحثه يبقى بدون فائدة إلا بعد كتابته.

وكتابة تقرير البحث تتطلب توفر مهارات كتابية لدى الباحث في العلاقات العامة، بالإضافة إلى إلمامه بأصول كتابة التقرير وبقواعد اللغة المستخدمة.

أما عن المسؤولية الأخلاقية في كتابة تقرير البحث، فإنه ينبغي على الباحث أن يتحلى بالمسؤولية الأخلاقية عند كتابة البحث. وتتضمن المسؤولية الأخلاقية ضرورة مراعاة ما يلي:

- المحافظة على سرية المعلومات التي تم الحصول عليها أثناء جمع المعلومات من المبحوثين.

- الاستقلالية والبعد عن التأثيرات الخارجية في كل مرحلة من مراحل البحث سواء في وضع الفرضيات أو جمع المعلومات أو حتى في النتائج التي تم الوصول إليها.
- الأمانة العلمية في اقتباس المواد في بحوث أو مصادر أخرى.
- عدم التحيز إلى فكرة معينة أو نتيجة محددة.

وبالنسبة إلى كتابة تقرير البحث في العلاقات العامة، فإن هنالك ثلاثة مجموعات من الجوانب التي ينبغي مراعاتها:-

الجوانب الشكلية: تتعلق الجوانب الشكلية بجزأين هامين:

١- الجزء التمهيدي للبحث والذي يشتمل على صفحة العنوان وقائمة المحتويات وقائمة الجداول وقائمة الأشكال التوضيحية ومقدمة البحث.

٢- الجزء التكميلي والمتعلق بكتابة الخاتمة والملخص بالإضافة إلى وجود الملاحق.
الجوانب الفنية: تشمل الجوانب الفنية في تقرير البحث في العلاقات العامة كل ما يتعلق بكتابة الخواشي والاقتباس، وكذلك الإلمام بأساليب كتابة المصادر وقائمة المصادر.

الجوانب الإخراجية: وتشمل عملية ترتيب الفصول وتسلسلها وترقيم الصفحات وكتابة المسودة، وطباعة تقرير البحث وتجليده.

مراجع الفصل الثالث عشر

- ١- سمير محمد حسين، الإعلام والاتصال بال جماهير والرأي العام، القاهرة: عالم الكتب، ١٩٨٤، ص ١٦٧.
- ٢- محمد نجيب الصرايرة، العلاقات العامة، عمان: مكتبة الرائد العلمية، ٢٠٠١، ص ١٠٠-١٠١، عن
E.W.Brody, Public Relation, N.Y: Praeger, ١٩٨٨
- ٣- محمد إبراهيم عايش، الكتابة للعلاقات العامة، عمان: دار وائل للنشر والتوزيع، ٢٠٠٣، ص ٢٢-٢٣.
- ٤- نفس المرجع، ص ٢٣.
- ٥- محمد إبراهيم عايش، المرجع السابق، ص ١٦٧-١٦٨.
- ٦- عبد اللطيف حمزة، المداخل في فن تحرير الصحفي، الطبعة الخامسة، القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، ٢٠٠٢، ص ١٢٨.

الفصل الرابع عشر

العلاقات العامة عبر الانترنت

- مقدمة عن الانترنت.
- الانترنت والاكسترانت
- العلاقات مع جماهير المنظمة.
- * العلاقات مع الجماهير الداخلية.
- * العلاقات مع الجماهير الخارجية.
- وسائل الاتصال العامة والانترنت.
- معوقات الانترنت

مقدمة عن الانترنت

لقد أصبح الانترنت **Internet** واسع الانتشار، ومع مرور الزمن فإن أعداد مستخدمي الانترنت سواء الأفراد أو المنظمات تزداد وتتضاعف باستمرار. إن هذا العصر يلقب بأنه عصر الانترنت وذلك بسبب الطاقات الهائلة التي تملكها الشبكة العالمية على نقل المعلومات والتفاعل معها.

أدى استخدام شبكات الانترنت ووسائل الإعلام التماثلية والرقمية إلى فتح المجال أمام مختلف المنظمات للاتصال بجمهورها بسرعة كبيرة مما ساعد إلى حد كبير في تعزيز العلاقات مع هذه الجماهير.

الانترنت بكل بساطة هو عبارة عن عدد كبير من أجهزة الحاسوب المتصلة مع بعضها بهدف تبادل المعلومات وإجراء الاتصالات. ويتم توصيل الانترنت عن طريق الهاتف من خلال استخدام جهاز يسمى **Modem** وهو اختصار لاسمي جهازين في جهاز واحد **Modulator- Demodulator** ، حيث يقومان بتحويل إشارات الكمبيوتر الرقمية مثل الصور والنصوص إلى أصوات هاتفية وبالعكس.

ويقدم الانترنت خدمات كثيرة لمستخدمي الشبكة من أهمها خدمة البريد الإلكتروني **E-mail** أي استقبال وإرسال الرسائل الإلكترونية من جهاز كمبيوتر إلى آخر ضمن الشبكة. وتشمل هذه الرسائل برامج كمبيوتر وإعلانات ومجلات الكترونية عامة ومتخصصة وغير ذلك. ويمكن استقبال البريد الإلكتروني الخاص بالشخص من أي مكان سواء من جهاز الكمبيوتر في العمل أو في البيت أو حتى في دولة أخرى. وهذه

الميزة يمكن أن تفيد العاملين في مجال العلاقات العامة الذين يقضون معظم أوقاتهم خارج مكان العمل ويسافرون إلى الخارج باستمرار.

بالإضافة إلى ذلك فإن الانترنت يقدم خدمات أخرى كثيرة كالمحادثة التي تتيح للمشارك أن يفتح خط الاتصال بينه وبين أي مشترك آخر ضمن الشبكة، وشبكة العنكبوت العالمية

(World Wide Web (www) والتي تمكن المشترك من التجول من خلال الشبكة ورؤية أشياء عديدة بالصوت المجسم والصور المتحركة والفيديو. ومن خلال هذه الخدمة يمكن للمستخدم اختيار المعلومات والمواد الترفيهية والإعلانات التي تسترعي اهتمامه من بين مئات الآلاف من الصفحات التي تظهر أمامه على الشاشة. ويمكن استخدام الانترنت كقناة جديدة للعلاقات العامة، حيث توفر هذه القناة فرصة نشر وبث آخر الأخبار حول المنتجات والسوق والناس^(١).

الانترانت والاكسترانت

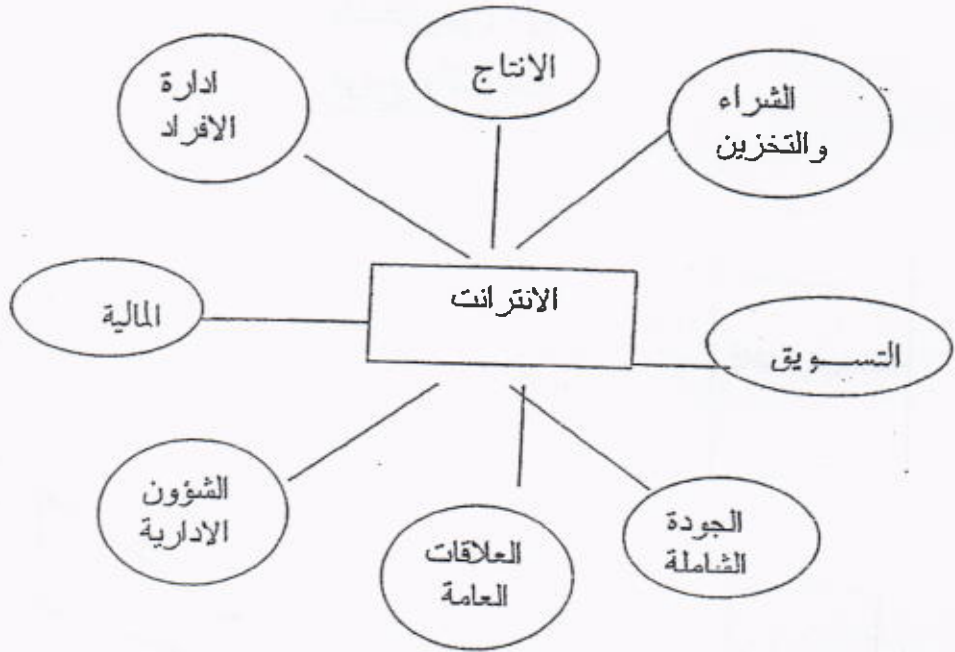
هنالك مصطلح قريب من مصطلح الانترنت هو ما يسمى الانترانت Intranet. حيث يعرف حسام الملحم وعمار خير بك^(٢) الانترانت بأنه شبكة محلية داخلية مستقلة بحد ذاتها ، ويمكن اعتبارها شبكة تعاونية (تشاركية) ، أو شبكة منظمات تربط بين مستخدميها باستخدام تقنيات الانترنت الحديثة ، فهي مبنية على أساس البروتوكولات

Transmission Control Protocol / Internet Protocol (TCP/IP) المستخدمة في شبكة الانترنت، كما أنها كثيرة الشبه بما من الناحية البنيوية، إلا أنها تتميز بأنها تحد من سلطات الانترنت اللاحدودة، فهي تمكن المستخدمين من الاتصال فيما بينهم بحرية ولكن ضمن حدود معينة.

ويوضح الشكل التالي كيفية ربط علاقات المنظمة من خلال الانترنت:

الشكل رقم ١/١٤

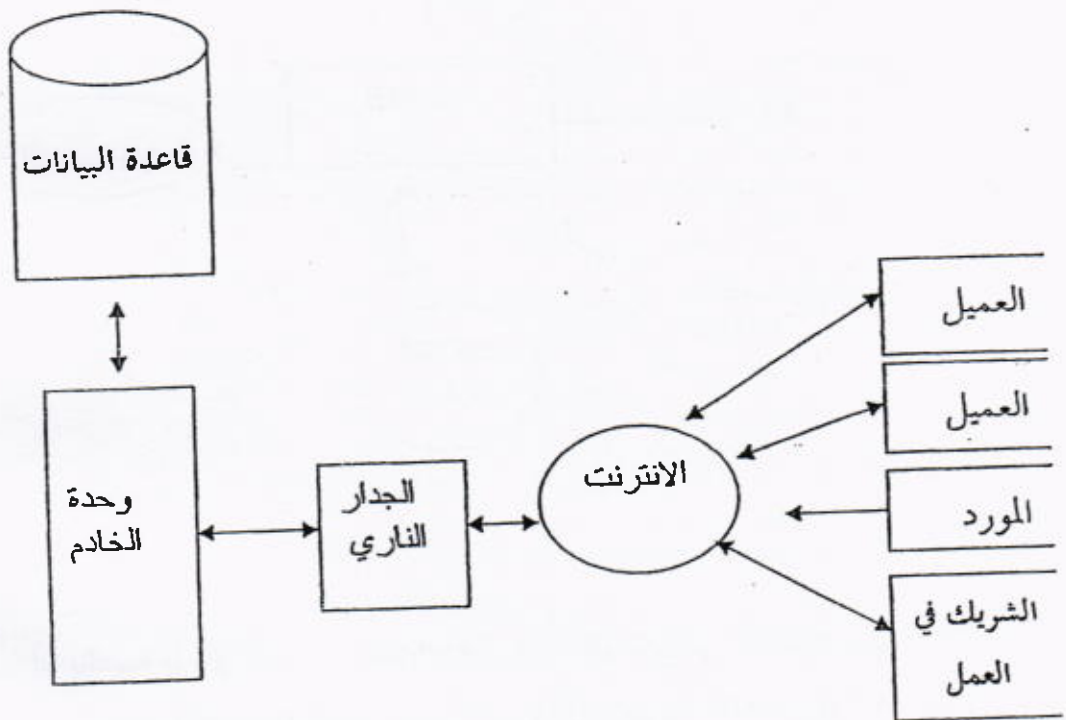
ربط علاقات المنظمة من خلال الانترنت



أما بالنسبة الى الإكسترنات Extranet فنجد أن كثيراً من المنظمات تسمح لأفراد ومؤسسات من خارج المنظمة بالدخول المحدود الى الانترنت الداخلي لها. فقد يتمكن العملاء من الوصول الى أجزاء معينة من انترانت المنظمة للحصول على معلومات عن خصائص المنتج وتكلفته.

ويوضح الشكل التالي نموذجاً للاكسترات والذي يظهر فيه كيف أنه باستطاعة بعض العملاء أو الموردين أو الشركاء في العمل الدخول الى الانترنت من خارج المنظمة. أما غير المخولين بالدخول فان وجود الجدار الناري للحماية Firewall يمنعهم من ذلك.^(٣)

الشكل رقم ٢/١٤
نموذج الاكسترات



Source: K.C. Laudon, and J.P.Laudon, Management Information System, ٦th Ed,

N.J.:Prentice Hall International Inc., ٢٠٠٠, Fig. ١٠-٥

كما هو موضح في الشكل أعلاه فإن استخدام المنظمة للجدار الناري يحول دون دخول غير المصرح لهم من العملاء والموردين وباقي أصحاب المصالح Stakeholders الى الانترنت الداخلي ، وبالتالي تبقى المعلومات الداخلية آمنة ولا يسمح بالاطلاع عليها الا لمن له الحق بذلك.

العلاقات مع جماهير المنظمة

أ- العلاقات مع الجماهير الداخلية

يضيف استخدام الانترنت في مجالات العلاقات العامة فوائد كثيرة للمنظمة وللعاملين فيها، وكذلك للمالكين أو المساهمين. فمن خلال استخدام الانترنت فإن الاتصالات تصبح أكثر سهولة وأقل تكلفة. إن كثيراً من المنظمات العاملة في الدول الصناعية، وبعض المنظمات العاملة في الدول النامية أصبحت الآن تستخدم الانترنت في إجراء المراسلات بين المدير العام ومدير الدوائر، وبين مدير الدوائر ورؤساء الأقسام، وكذلك بين رؤساء الأقسام وباقي الموظفين. فالتعليمات والتبهيئات والتعميمات، كلها تأخذ مجراها بين موظفي المنظمة من خلال استخدام الانترنت. بالإضافة إلى ذلك فإنه بالإمكان وضع معلومات معينة تفيد أو تزيد من درجة الوعي لدى العاملين مثل الضمان الاجتماعي للعاملين والنظام الداخلي للمنظمة. وفي كثير من المنظمات يتم استخدام شبكات الانترنت، وذلك في تلك المنظمات التي يكون لديها شبكة محلية أو داخلية للاتصال.

وحتى تكون الانترنت كاملة، فإنها تحتاج إلى أن تخضع للقواعد الأساسية التالية^(٤):

- ١- أن تكون آمنة بحيث يمكن للموظفين استخدامها باطمئنان.
- ٢- أن تكون جديرة بالثقة، بحيث لا يشعر الموظفون بأي تهديد من استخدامها.
- ٣- أن تكون مناسبة، بحيث تساعد في تعزيز العمل.

٤- أن تكون خاصة، وذلك حتى يمكن استخدامها للتفاعل الداخلي بين الأقسام.
٥- أن تكون سريعة، لتوفير الوقت والمساعدة في الوصول إلى المحتوى لزيادة الإنتاجية.

٦- أن يتم تطويرها بانتظام، بحيث تكون المعلومات المتوفرة هي أحدث المعلومات.
ويقول طلال عبود في هذا المجال أنه قد لوحظ ازدياد انتشار الشبكات المحلية التي تدعى شبكات الانترانت Intranet والتي تزود العاملين بالمعلومات وفرص التعاون، وتؤمن اتصالات فرق العمل، والمعلومات الشخصية، وتطوير الوثائق، وغيرها^(٥). لقد زاد دور ومسئولية العلاقات العامة في أنشطة الاتصالات الداخلية من خلال الشبكات الداخلية. حيث يساعد موظفو العلاقات العامة في تصميم هذه الشبكات والتخطيط لها. لقد أصبحت الاتصالات من خلال الشبكات الداخلية أكثر تكاملاً وأكبر تأثيراً على الرأي العام داخل المنظمة وعلى العلاقة بين المنظمة وجماهيرها الداخلية.

ب- العلاقات مع الجماهير الخارجية

تساهم تكنولوجيا المعلومات بشكل فعال في رفع مستوى أداء العاملين في العلاقات العامة وتخفيض تكلفة الخدمات التي يقدمونها والاتصالات التي يتم إجراؤها مع العملاء. ففي شركة ٣M مثلاً، كان العملاء يختارون مشترياتهم بعد الإطلاع على كتالوج الشركة الثقيل والذي يضم عشرات الآلاف من السلع التي تنتجها الشركة المذكورة، ويكلف مبالغ طائلة لإنتاجه وإخراجه.

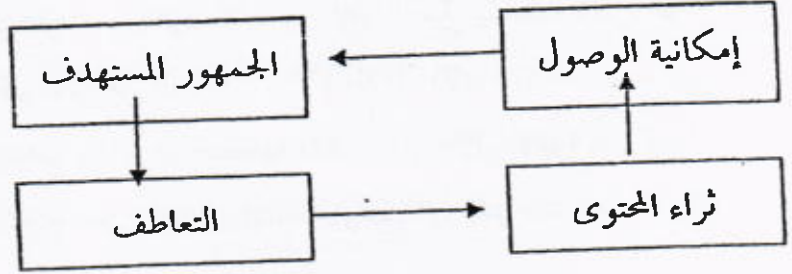
ومع تطور تكنولوجيا المعلومات أصبحت شركة ٣M تستخدم تقنيات حديثة في هذا المجال، فاستعاضت عن الكتالوج الضخم من حيث عدد صفحاته بـ CD-ROM صغير جداً ووزنه قليل، وتكلفته كذلك محدودة بحيث لم تكن تتجاوز دولار أمريكي واحد، وبنفس الوقت فإن هذه التقنية الحديثة تسهل على العميل استعراض المنتجات وأسعارها وطرق توزيعها، وتوفر عليه الوقت وعناء البحث.

وبالتطور السريع في مجال الانترنت، فإنه قد أصبح بإمكان العملاء الإطلاع على المعلومات التي تهمهم بيسر وبأقل تكلفة. ففي السابق كان على هؤلاء العملاء إما الذهاب إلى مقر المنظمة المعنية أو الاتصال بهم من خلال الهاتف وتوجيه أسئلة إليهم والحصول على إجابات عليها. وبوجود الانترنت فإن العميل يستطيع زيارة موقع المنظمة والإطلاع على كم هائل من المعلومات. بالإضافة إلى ذلك فإن العميل يستطيع أن يقوم بتعبئة أي استبيانات تكون قد صممها المنظمة من خلال الانترنت، كما أن بإمكانه تسجيل أي شكاوى على المنظمة وإدارتها ووضع أي مقترحات أمام الإدارة من خلال الانترنت .

ويقول ديفيد فيليس^(٦) أن هناك حاجة إلى تفهم وجهات نظر واهتمامات جمهور الانترنت والتعاطف معها خلال عملية بناء علاقة عبر الشبكة. وهذا يقود إلى علاقات الثقة والانفتاح والتجارة بالإضافة إلى العلاقات التفاعلية بين المنظمة والجمهور. ويمكن لهذه العلاقة أن تعزز من مصالح كل من المنظمة ومستخدم الانترنت. أن معرفة اهتمامات مستخدم الانترنت وآماله والأشياء التي تحفزه يزيد من فرصة إنشاء علاقات ثقة وسمعة جيدة. في المقابل يؤثر هذا على طبيعة المعلومات التي ستحتاج المنظمة إلى إتاحتها وعلى مواضع الاهتمام المتصلة بها بالإضافة إلى طبيعة الجمهور المستهدف. وهذا يؤدي إلى استمرار العملية ونمو العلاقة الجيدة بين المنظمة والجمهور واستمرارها. وهذه العلاقة تشمل الثراء والمحتوى وإمكانية الوصول بالنسبة للمحتوى والجمهور المتصل بهذا المحتوى والعلاقة الوثيقة بالثقافة عبر الشبكة أو خارجها التي تخلق التعاطف لتلبية احتياجات الجمهور والمنظمة. في المقابل سوف يؤثر هذا التفهم على المحتوى وعلى ثراء المحتوى الذي توفره المنظمة. هذه الأشكال تعد تفاعلاً لا منتهياً بين الإثراء وإمكانية الوصول والجمهور المستهدف والتعاطف. والشكل التالي يمثل هذه العلاقة:

الشكل رقم ٣/١٤

العلاقة بين المحتوى والوصول والجمهور والتعاطف



ويعبر الشكل أعلاه عن العلاقات العامة، إذ أن كل من العناصر الأربعة أعلاه، ثراء المحتوى وإمكانية الوصول والجمهور المستهدف والتعاطف مع الجماهير هي عناصر هامة في أنشطة العلاقات العامة.

ويقترح ديفيد فيليس^(٧) عشر خطوات رئيسية لجذب الجمهور في هذا المجال:

- ١- تحديد القضية أو الموضوع وثيق الصلة بين المنظمة والجمهور.
- ٢- تحديد الجماهير النشطة والواعية والكامنة والجماهير غير المهتمة (خاصة الجماهير خارج الانترنت) التي لها صلة بأحد الموضوعات أو القضايا التي تم تحديدها.
- ٣- تحديد شكل الوجود المناسب على الانترنت سواء كان من خلال التصفح أو غير ذلك من الوسائل، وذلك عن طريق تقييم سبب الحاجة إلى وجود موقع ويب والمشاكل التي سيعمل على حلها هذا الموقع أو المنافع التي سيولدها.
- ٤- من خلال هذا الأمر سوف تكون قادراً على تحديد الوسائل المناسبة أو الاستجابة إلى احتياجات الزائرين (للسيلة الخاصة بك على الانترنت) والجماهير المهتمة (في وسائل الانترنت التي يفضلونها أو في المواقع الخاصة بهم على الشبكة).

٥- وفر إمكانية الوصول إلى المعلومات والمعرفة من داخل المنظمة وإدراجها على موقع الويب أو أية وسيلة أخرى من وسائل التواجد على الانترنت للوفاء بالاحتياجات الخاصة بالجمهور ذات الصلة.

٦- قدر الحاجة إلى تناول القضايا المختلفة من خلال صفحات أساسية مختلفة أو تفاعل على مختلف مع الجماهير. ويعني هذا أنك ستحتاج إلى تناول القضايا الخاصة بالمستفيدين من خلال عدة أنواع من وسائل الانترنت مثل وسائل الإعلام الإخبارية والصفحات على موقع الويب الخاص بك أو على موقع ويب بديل.

٧- حاول تطوير المحتوى من خلال تنمية المهارات والخبرات أو من خلال الاستعانة بمستشارين خارجيين.

٨- قم بتقييم مدى تأثير المعلومات المتاحة على سمعة المنظمة، بالإضافة إلى تقييم إمكانية تغيير جمهور الانترنت للمعلومات المتاحة عند التحدث عنها على الانترنت.

٩- تقييم العائد على رأس المال، أي مدى تحقيق خفض في التكلفة، أو مدى إضافة قيمة إلى المساهمين.

١٠- المتابعة وإجراء الاختبارات لضمان عدم وجود أخطاء في النظام أو تأثيرات أخرى مضادة على سمعة المنظمة وعلاقاتها.

وإجمالاً فإنه يمكن القول أن للإنترنت دوراً حيوياً في إرساء قواعد العلاقات الشخصية بين المنظمة وعمالها وتعزيز هذه العلاقات. وبالتالي فالعلاقات العامة من خلال الانترنت تساهم في تفعيل وسائل تحقيق رضا العملاء ومستخدمي الانترنت عموماً.

وسائل الاتصال العامة والانترنت

يتميز الانترنت بأنه يحتوي على مجموعات كبيرة ومتنوعة من المعلومات، ويمكن البحث والوصول إلى آلاف المواضيع التي يرغب الفرد في معرفتها. وتقدم هذه

المعلومات على صفحات الانترنت من خلال طرق عديدة، حيث قد تقدم مع الصوت أو الأصوات أو مع وثائق معينة أو غير ذلك.

ويعتبر الانترنت وسيلة جيدة لإجراء بحوث العلاقات العامة بمختلف أشكال الحصول على معلومات ضخمة عن العملاء وخصائصهم وانطباعاتهم واتجاهاتهم إذا المنظمة وإدارتها وسياساتها. لإجراء البحوث من خلال الانترنت أقل تكلفة، وهو يساعد بنفس الوقت على الحصول على معلومات دقيقة وبسرعة كبيرة.

يلجأ ممارسو العلاقات العامة إلى استخدام الانترنت كوسائل اتصال بشكل أكثر من استخدام وسائل الاتصال العامة التقليدية كالصحف والمجلات والتلفزيون وغيرها. وفي حالات عديدة يعتبر بناء تواجد على الانترنت وصيانته أرخص بكثير بالنسبة للأفراد من التواجد في وسائل الإعلام التقليدية (الانترنت ليس وسيلة إعلام جماهيرية، بل نشاط بين شخصين) بحسب حجم الصفحة وبحسب اختيار وحدة الخدمة، فإن تكلفة زيارة كل شخص إلى الصفحة قد تكون أقل من ربع تكلفة طابع بريدي لنفس حجم الصفحة. ويمكن تحديث الصفحة دورياً وبسرعة، بعكس نشرات الإعلان الورقية، والكتالوجات ووسائل الاتصال الأخرى، التي نادراً ما تتغير، وكلفة أي تحديث طارئ عليها بعد إنجازها تكون مرتفعة. إضافة إلى ذلك، كَوْن العملاء يستعملون الموقع على الانترنت لمهام محددة، فهذا يوجد وفراً هائلاً في اليد العاملة والمعدات. وطبقاً لإحصائيات حديثة، توفر شركة Fedex للبريد السريع حوالي ٧ دولارات في كل مرة يتابع فيها العميل بنفسه إرسالية من خلال نموذج موضوع في موقع المنظمة على الانترنت، بدلاً من الاتصال بخط دعم العملاء للسؤال عنها^(٨).

ويستخدم في الانترنت وسائل تكنولوجية متقدمة عديدة تحدث أثراً فعالاً في نفوس متلقي الرسائل الاتصالية من الجماهير، ومن أهم هذه الوسائل التكنولوجية المستخدمة ما يسمى بالوسائط المتعددة Multimedia. يشير محمد إبراهيم عايش إلى أن الوسائط

المتعددة هي عملية دمج عناصر إعلامية رقمية Digital متنوعة كالصور والنصوص والرسومات والأصوات ومشاهد الفيديو في بوتقة تفاعلية واحدة، بعد أن كانت تشكل في الماضي وحدات تماثلية Analog منعزلة عن بعضها البعض^(٩). وتعتبر الوسائط المتعددة وسيلة تفاعلية حيث ألما تفتح أمام مستخدم الكمبيوتر الفرصة للتفاعل مع الطرف مصدر الرسالة.

تقدم الكثير من المنظمات التي لها موقع على الانترنت نشرات صحفية تعطي معلومات عن المنظمة ومنتجاتها وخدماتها، بالإضافة إلى ذلك تقدم بعض المنظمات نشرات مختصرة أو كما يسميها البعض فلايرز Flyers على موقعها الخاص، حيث تضع وصفاً لمنتجاتها وأسعارها والتكالوجات الخاصة بها وغير ذلك من المعلومات الضرورية.

وعند الكتابة في هذا المجال فإنه ينبغي مراعاة استخدام الجمل القصيرة والإكثار من عرض المعلومات بأسلوب النقط المعروف باسم Bullets بدلاً من عرضها بأسلوب الفقرات ذات النص الطويل، فقراءة الفقرات على شاشة الحاسوب تكون بطيئة، وقد لا يتمكن المشاهد من إجراء المقارنة للمعلومات وقراءة النصوص قراءة شاملة بنفس الوقت.

وينتشر كثيراً في هذه الأيام عملية إنشاء صحيفة إخبارية خاصة بالمنظمة على موقعها، حيث تعمل هذه الصحيفة بديلاً للرسائل الإخبارية أو المجلات المتعلقة بالمنظمة. وتستهدف الصحيفة الالكترونية الجماهير الداخلية والخارجية كالموظفين والمساهمين والعملاء والموزعين والموردين والمجتمع المحلي.

وهناك أيضاً صفحة النشرة الإخبارية التي تسمح للصحفي تلقي المعلومات من المنظمة بصفة منتظمة، وبهذا يمكن للصحفي أن يأخذ المواضيع الهامة بصفة منتظمة وخلال وقت سريع، بهدف الإعداد لنشرها في الوقت المناسب.

إن هنالك ثورة أخرى رافقت الثورة المعلوماتية وهي ثورة النشر الإلكتروني حيث بلغ عدد الصحف والمجلات التي تنشر سنوياً أكثر من ١٥٠٠ صحيفة و ٣٥٠٠ مجلة وعدداً هائلاً من الكتب والمراجع ، مما يجعل الانترنت مصدراً هاماً للمعلومات والاتصالات في المجتمع.

معوقات الانترنت

لقد أصبح العالم كما ذكرنا شبكة واسعة من أجهزة الحاسوب المرتبطة ببعضها حيث بإمكان أي جهاز حاسوب في العالم أن يتكلم مع أي جهاز حاسوب آخر من خلال لغة الارسل المعروفة TCP/IP . وينبغي الإشارة هنا الى أن الانترنت كوسيلة هامة للاتصال بين الافراد والمنظمات لا يمكن السيطرة عليه لأن بإمكان أي موقع الكتروني ان ينشر ما يريد من معلومات أو أخبار أو غير ذلك.

ويواجه الانترنت العديد من المشاكل والمعوقات يمكن تلخيص أهمها فيما يلي:

- ١- ضعف البنى التحتية في بعض الدول بالنسبة الى صعوبة توفر الهواتف ووحدة الخادم

وأجهزة الحاسوب.

- ٢- الحاجة النفسية أمام الكثير من المديرين فيما يتعلق باستخدام الانترنت.
- ٣- صعوبة وجود ضمان لسرية المعلومات مما يضعف ثقة المنظمات في التعامل مع الانترنت

ويزيد من مخاطر الدفع من خلال الانترنت.

- ١- ارتفاع تكاليف الانترنت خاصة عندما تكون عملية نقل الصفحات أو قراءتها طينة.

٥- إمكانية اختراق مواقع المنظمة على الانترنت وإضافة أو حذف أو تغيير معلومات معينة

قد تسيء الى الصورة الذهنية للمنظمة أمام الجماهير.

٦- ظاهرة انتشار الفيروسات والتي تحد بشكل ملحوظ من الوقت المقتضي على الانترنت مما

يشكل عائقاً كبيراً أمام انتشار استخدام الانترنت.

وإجمالاً فإن استخدام وسائل الاتصال من خلال الانترنت جنباً إلى جنب مع وسائل الاتصال التقليدية في مجالات العلاقات العامة يؤدي إلى إرساء علاقات أكثر متانة بين المنظمة وجماهيرها، وبالتالي يعمل على زيادة فعالية أداء نشاطات العلاقات العامة.

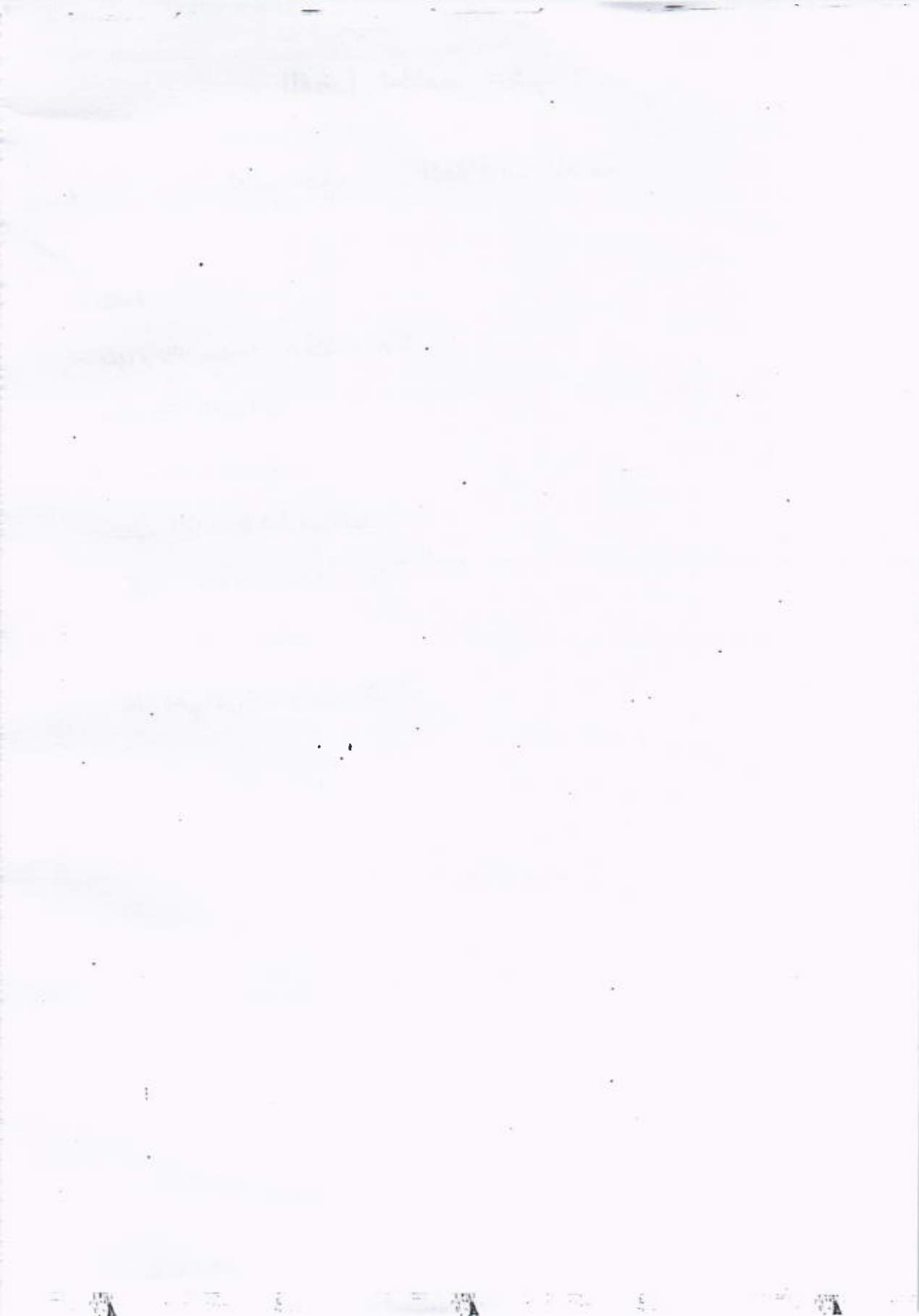
مراجع الفصل الرابع عشر

- ١- بشير عباس العلاق ، التسويق عبر الانترنت . عمان: الوراق للنشر والتوزيع، ٢٠٠٢ ، ص ٤٠.
- ٢- حسام الملحم ، وعمار خير بك ، شبكات الانترنت : بنيتها الأساسية وانعكاساتها على المؤسسات، دمشق: دار الرضا للنشر، ٢٠٠٠، ص ١٣.
- ٣- K.C. Laudon, and J.P.Laudon, Management Information System, ٦th Ed, N.J.: Prentice Hall International Inc., ٢٠٠٠.
- ٤- ديفيد فيليس، العلاقات العامة عبر الانترنت، ترجمة تيب كوب لخدمات التعريب والترجمة، القاهرة : دار الفاروق للنشر والتوزيع، ص ٩٢.
- ٥- طلال عبود، التسويق عبر الانترنت، دمشق: دار الرضا للنشر، ٢٠٠٢ ، ص ٤٧.
- ٦- ديفيد فيليس، المرجع السابق ص ص ١٦-١٧.
- ٧- المرجع نفسه، ص ص ٦٥-٦٦.
- ٨- بشير عباس العلاق، تطبيقات الانترنت في التسويق، عمان: دار المناهج للنشر والتوزيع، ٢٠٠٣، ص ص ٨٧-٨٨.
- ٩- محمد إبراهيم عايش، الكتابة للعلاقات العامة، عمان: دار وائل للنشر والتوزيع، ٢٠٠٣، ص ٢٠٢.

الفصل الخامس عشر

نظم معلومات العلاقات العامة

- مقدمة
- مفهوم نظام معلومات العلاقات العامة.
- فوائد نظام المعلومات.
- عناصر نظام المعلومات.
- تنظيم الملفات وقواعد البيانات.
- مكونات نظام المعلومات.
- تصميم وتطبيق النظام.
- نظم دعم القرارات والنظم الخبيرة.



نظم معلومات العلاقات العامة

مقدمة:

من الضروري توفير المعلومات اللازمة لمن يحتاجها بالخصائص المطلوبة من حيث التوقيت والدقة والصحة والكلفة والموثوقية. وبالتالي فإن على المنظمة توفير نظام معلومات معين يمكن مديرو وموظفو المنظمة من الوصول إلى المعلومات التي يحتاجونها، كل وفق طبيعة عمله. هذا النظام الذي يسمى بنظام المعلومات هو عبارة عن شبكات مترابطة من المعلومات يتم إعدادها ومعالجتها من أجل استخدامها لمساعدة الموظفين المستفيدين منها لإنجاز أعمالهم.

ويعرف James O. Hicks, Jr. نظام المعلومات الإدارية على أنه نظام رسمي يعتمد على جهاز الحاسوب الذي يقوم بدمج المعلومات وتجهيزها لأجل تزويد الإدارة بالمعلومات الضرورية لاتخاذ القرارات ^(١) كما يعرف د. محمد عبد حسين آل فرج الطائي نظام المعلومات الإدارية على أنه التكوين الهيكلي المتكامل والمتفاعل من الآلات والمعدات والبرامج والتواعد والقوى العاملة والذي يكفل تحصيل ومعالجة البيانات لأجل توفير المعلومات الضرورية (توصيلها إلى المستفيدين، تخزينها، تحديثها، استرجاعها) بالوقت المناسب والتكلفة والكمية المناسبين، عن البيئة الداخلية للمنظمة والبيئة الخارجية المحيطة بها، وفيما يخص أدائها في الماضي والحاضر والتنبؤات المحتملة في المستقبل ، وعلى النحو الذي يسهل مهمة الإجراءات في جميع المستويات في صنع القرارات من خلال إنجاز الوظائف الإدارية وبما يحقق أفضل استخدام ممكن لهذه المعلومات ^(٢).

فالهدف الأساسي إذن من نظام المعلومات الإدارية هو توفير المعلومات اللازمة والتي قد يحتاجها المديرون أثناء تأدية أعمالهم في التخطيط والتنظيم والتوجيه والرقابة.

ويتم تجزئة نظام المعلومات في أي منظمة إلى مجموعة من الأنظمة الفرعية، فيكون هنالك نظام معلومات لكل وظيفة أو نشاط من نشاطات المنظمة. وينبغي التأكيد هنا على أن هذه الأنظمة الفرعية تتفاعل مع بعضها وتكون متكاملة. وفي هذا المجال يقول د. تيسير العجارمة وزميله أن التكامل بين الأنظمة الفرعية يمكن أن يتحقق بطرق مختلفة، واحدة من هذه الطرق تتمثل في التدفق الفعلي أو المحتمل للمعلومات فيما بينها. فالتدفق يعد مهماً جداً خاصة عندما تكون هذه المعلومات والموجودة في نظام فرعي معين مطلوبة من قبل نظام فرعي ثاني^(٣) إن مخرجات نظام فرعي معين من المعلومات المعالجة سوف تشكل بيانات (المادة الخام) النظام الفرعي الآخر^(٤) ومن طرق التكامل بين أنظمة المعلومات الفرعية الحالة التي يشترك فيها أكثر من نظام معلومات فرعي في إيجاد نوع من المعلومات تلبية لاحتياجات نظام معلومات فرعي ثالث، بحيث يتعذر إيجاد مثل هذه المعلومات أو يتعذر الاستفادة منه إلا في حالة تحقيق المشاركة بين النظامين الفرعيين، كاشتراك نظام المعلومات المالية ونظام معلومات الإنتاج في إيجاد المعلومات الخاصة بتكلفة السلعة التي تعتمد كأساس في تحديد السعر لاحقاً^(٥)

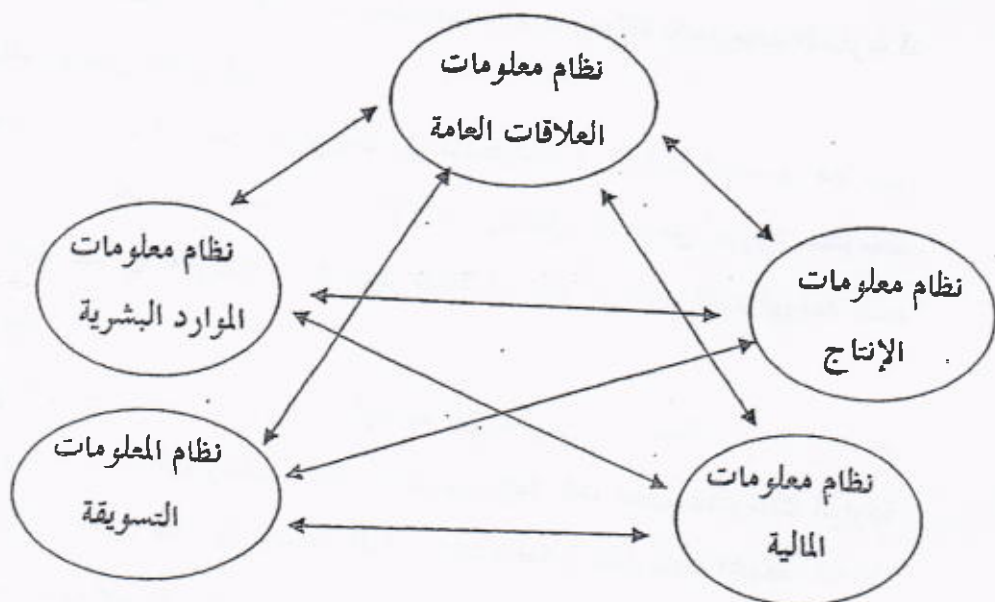
مفهوم نظام معلومات العلاقات العامة

يعتبر نظام معلومات العلاقات العامة أحد الأنظمة الوظيفية الفرعية داخل المنظمة، حيث يهدف إلى تجميع البيانات ومعالجتها وتوفيرها للمدبري وموظفي العلاقات العامة لأجل الاستفادة منها في تخطيط وتنظيم وتوجيه ورقابة وظائف ونشاطات العلاقات العامة.

ومما يجدر الإشارة إليه أن نظام معلومات العلاقات العامة لا يعمل بشكل منعزل عن الأنظمة الوظيفية الفرعية الأخرى، فهو يعتبر مكماً لها ومتفاعلاً معها. فمخرجات نظم المعلومات في التسويق والأفراد والمالية والإنتاج مثلاً تعتبر مدخلات

لنظام معلومات العلاقات العامة، والعكس صحيح، فمخرجات نظام معلومات العلاقات العامة تعتبر مدخلات لنظم معلومات التسويق والأفراد والمالية والإنتاج. ويوضح الشكل التالي التفاعل بين هذه النظم الفرعية

الشكل رقم ١/١٥
تفاعل نظم المعلومات الفرعية



من الشكل أعلاه يتبين لنا كيف تتم عملية التفاعل والتكامل بين نظم معلومات العلاقات العامة ونظم المعلومات الوظيفية الفرعية الأخرى في المنظمة. وحتى تكون المعلومات التي تم جمعها وتجهيزها مفيدة وذات جدوى، فإنه ينبغي أن تتوفر فيها الصفات التالية:-

- ١- الوضوح: تعتبر المعلومات الواضحة والمحددة أكثر فائدة من المعلومات المبهمة والغامضة أو تلك التي تحمل أكثر من معنى.
 - ٢- الصحة: أي الصدق في إيراد المعلومات وعدم المبالغة فيها أو التقليل من أهميتها يؤثر على نتائج العملية المراد استخدام هذه المعلومات فيها.
 - ٣- الدقة: ينبغي توخي الدقة وخاصة في تسجيل الأرقام والأعداد والمبالغ النقدية، لما لذلك من أهمية في اتخاذ القرار.
 - ٤- التوثيق: من الضروري أن تكون المعلومات مكتوبة وموثقة فالمعلومات الشفوية قد يتم نسيانها ويسهل التغير فيها.
 - ٥- التوقيت: يجب أن تصل المعلومات إلى المستفيدين في الوقت المناسب، فلا معنى إطلاقاً لوصول المعلومات بعد فوات الأوان، وبالتالي فلا معنى لورود معلومات ضرورية لخطة الدائرة لعام ٢٠٠٤ في شهر شباط أو آذار من نفس العام أي بعد البدء بتنفيذ الخطة.
 - ٦- الكم المناسب: يجب أن تتوفر المعلومات التي تكون ذات صلة بالموضوع المراد اتخاذ القرار فيه أو معالجته بنفس القدر المطلوب. فإذا كان حجم المعلومات الواردة أكثر من اللازم، أدى ذلك إلى إضاعة الوقت وعدم فعالية المعلومات المجمعة. أما إذا كان حجم المعلومات الواردة أقل من اللازم، أدى ذلك إلى عدم وضوح الصورة وعدم اكتمال المعلومات، وبالتالي فمن المحتمل أن يكون القرار المتخذ قراراً خاطئاً.
 - ٧- الكلفة / العائد: يفترض أن يكون العائد المتوقع من جمع المعلومات وتحليلها تربيها وتجهيزها أكبر من الكلفة المصاحبة لذلك.
- هذا وينبغي أن تتوفر السرية والأمن في المعلومات المهمة التي يتم تجهيزها. بالتالي فإن على المستفيدين من هذه المعلومات عدم إفشاء أي جزء من تلك

المعلومات، كما يتطلب الأمر حماية قواعد البيانات وضمان عدم وصولها إلى غير المصرح لهم باستخدامها.

فوائد نظام معلومات العلاقات العامة

تحتاج المنظمة إلى نظام معلومات كفؤ يساعد إدارتها في تحقيق أهدافها.

وبالتالي فوجود نظام معلومات جيد للعلاقات العامة يحقق الفوائد التالية:-

١- توفير المعلومات الصحيحة والأرقام الدقيقة لكافة مديرو وموظفو العلاقات العامة في الوقت المناسب.

٢- دعم إدارة العلاقات العامة في اتخاذ القرار الرشيد، فكلما كانت المعلومات كافية ودقيقة كلما أدى ذلك إلى زيادة درجة رشد القرار.

٣- زيادة قدرة الإدارة على متابعة وتقييم نشاطات العلاقات العامة، وذلك من خلال توفير المعلومات اللازمة عن تنفيذ الخطط وتشبه إنجاز المهام المخطط لها، مما يتيح الفرصة للدراسة وتحليل الانحرافات عن الخطة واتخاذ الإجراءات التصحيحية في الوقت المناسب.

٤- تحفيز موظفي العلاقات العامة من خلال إبلاغهم بأرقام التنفيذ الفعلي للخطط ومدى التقدم الذي يحققونه في هذا المجال.

٥- توثيق المعلومات الضرورية والكافية واسترجاعها عند الحاجة إلى ذلك.

٦- مساعدة موظفي العلاقات العامة عند الرد على استفسارات الجماهير، وكذلك عند الاهتمام بمشاكل وشكاوى الجماهير ومحاولة حلها.

٧- مساعدة إدارة العلاقات العامة بتوفير المعلومات اللازمة عند إجراء المؤتمرات الصحفية أو المقابلات التلفزيونية.

عناصر نظام معلومات العلاقات العامة

يتكون نظام معلومات العلاقات العامة ، شأنه شأن بقية الأنظمة الوظيفية الفرعية الأخرى والتي جميعها تستند الى عناصر النظام ، من أربعة عناصر أساسية:-
أ- المدخلات Inputs :

تتعلق المدخلات بالبيانات المدخلة والتي تشكل المادة الخام (المعطيات البكر) وهي عبارة عن حقائق مبهمة لا يمكن تحقيق الاستفادة منها حيث قد تكون على شكل نصوص أو صور أو أرقام أو غير ذلك. فالمدخلات إنجماً لا تكون فعالة أو كافية للمساعدة في اتخاذ القرار الجيد. وتأتي المدخلات عادة من أحد مصدرين:-

١- المصدر الداخلي أي من داخل المنظمة كسجلات العلاقات العامة فيما يتعلق بالعملاء والموردين ووسائل الإعلام وتحليل بحوث العلاقات العامة

٢- المصدر الخارجي أي من خارج المنظمة كدراسة العوامل الاقتصادية والاجتماعية والتشريعات والقوانين والمعلومات الواردة من غرف التجارة والصناعة والبنوك المركزية ودائرة الإحصاءات العامة وغيرها.

ب- معالجة البيانات Data Processing

المقصود بمعالجة البيانات تلك النشاطات المتعلقة بتحويل المدخلات من البيانات

(المادة الخام) إلى مخرجات من المعلومات (التي تم معالجتها) بحيث تصبح صالحة للاستفادة منها. وتشمل عملية معالجة البيانات النشاطات التالية:

١- تسجيل البيانات : نقل البيانات وتوثيقها في سجلات خاصة بها يدوياً أو إلكترونياً أو بأي وسيلة أخرى.

٢- تصفية البيانات : استبعاد البيانات غير المتعلقة بالموضوع، أو غير الدقيقة، ومحاولة التأكد من شمولية البيانات لكافة جوانب وأبعاد الموضوع.

٣- ترتيب البيانات وتصنيفها : يتم ترتيب البيانات وفق نظام معين، كما يتم تصنيفها إلى مجموعات رئيسية وفرعية.

٤- إخراج البيانات : إقرار طريقة عرض البيانات على أساس جداول أو أشكال ورسومات بيانية أو خرائط أو غير ذلك.

٥- تخزين البيانات وإمكانية استرجاعها : يتم تخزين البيانات في مجموعات يطلق عليها "قواعد البيانات" وسوف يتم شرحها في الأجزاء القادمة من هذا الفصل. إن الطريقة التي يتم بها تخزين المعلومات يجب أن تبنى على أساس إمكانية استرجاع البيانات التي يرغب المستفيد باسترجاعها بأسرع وقت ممكن.

٦- تحديث البيانات : على الإدارة تحديث البيانات بشكل مستمر وذلك حتى تكون تلك البيانات مفيدة لمستخدميها ، فلا معنى لاحتفاظ المنظمة برقم تلفون مفصول أو بريد الكتروني ملغي أو عنوان قديم انتقل منه العميل أو المورد.

ج- المخرجات Outputs

هنالك عدة صور من المخرجات والتي تعد النتائج التي يتم الحصول عليها

واستخراجها من النظام. ومن أهم صور المخرجات:-

- تقارير دورية: يومية، أسبوعية، شهرية، نصف سنوية، سنوية.

- تقارير غير دورية حيث تصدر حسب احتياجات المستفيدين.

- إحصاءات وتحليلات.

- إجابات على أسئلة واستفسارات.

وكما ذكرنا سابقاً فإن البيانات (المادة الخام) قبل معالجتها تعتبر مدخلات أما المعلومات (بعد المعالجة) فإنها تعتبر مخرجات للنظام. وعادة يتم تقييم نظام المعلومات من خلال حساب مدى الاستفادة من مخرجاته، فكلما كانت هناك استفادة أكبر من مخرجات النظام أدى ذلك الى رضا المستفيدين مما يعني أن النظام نفسه ذو كفاءة وفعالية.

إن تحليل الاحتياجات من المعلومات سوف يقرر نوعية المخرجات المطلوبة لنظام المعلومات، وأي قرار يتعلق بتحديد ما يجب إخراجها من النظام يتأثر بالمعايير التالية (٦).

١- الجدوى من المخرجات Feasibility

إن نظام المعلومات يجب أن يتصف بإمكانية وجدوى إصدار مخرجات تلبي حاجات مستخدميه. أي يجب أن يحدد القواعد الحاكمة لإنتاج مجموعة البيانات ومجموعة الإخراج اللازمة لوظيفة المخرجات. ولتوفير المعلومات التي تعتمد عليها هذه القواعد يجب أن تكون المعلومات دقيقة وفورية.

٢- التبرير Justification

بمجرد تقرير إمكانية وجدوى إنتاج المخرجات يجب أن يقرر ما إن كانت هذه المخرجات مجدية ومفيدة أم لا.

٣- القبول Acceptability

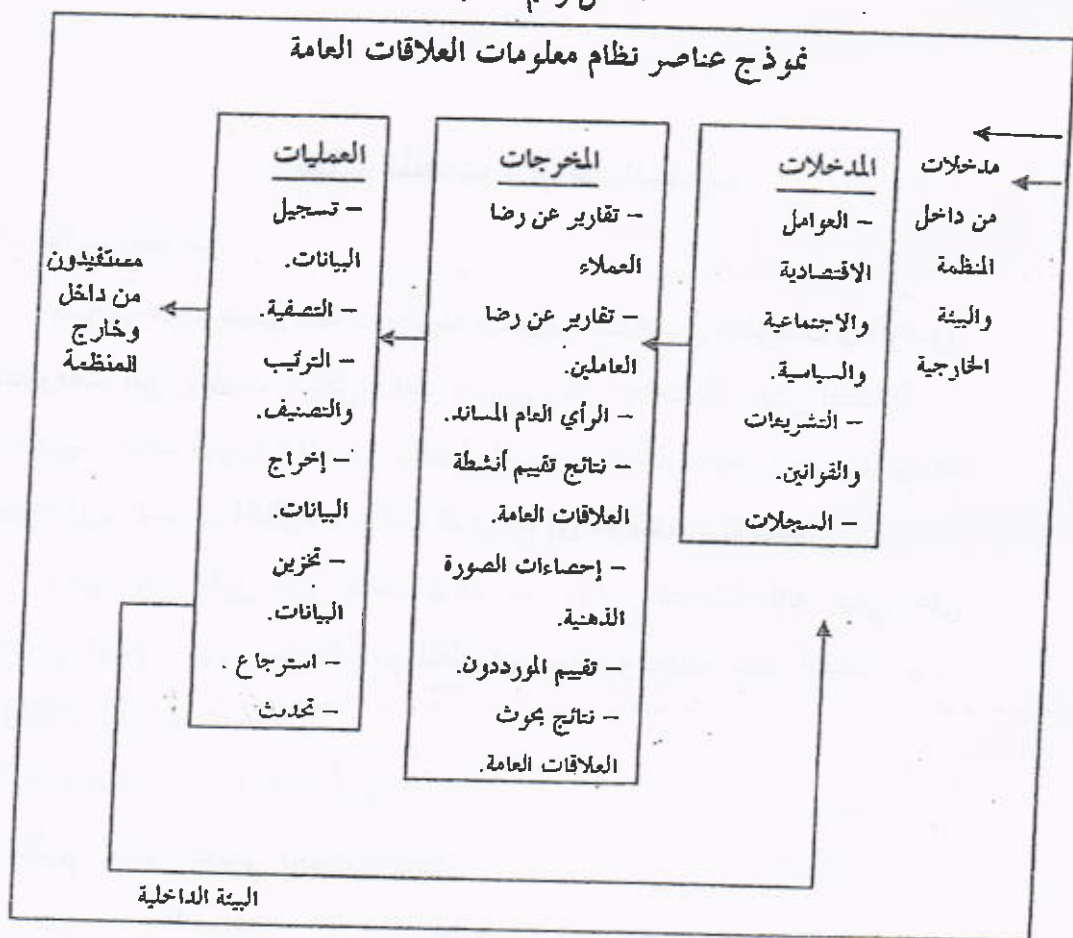
يجب أن تكون المخرجات من نظام المعلومات مقبولة من قبل من يتعاملون معها من قوى عاملة مشغلة لها وأفراد منتفعين منها، أي لا تكون جامدة غير مرنة وغير مقبولة بالتالي .

٤- التغذية العكسية Feedback

من الضروري جمع المعلومات اللازمة عن أداء النظام وفعاليتة وعن مدى الاستفادة منه، حيث يتم ذلك من خلال ما يسمى بالتغذية العكسية أو الراجعة من المستفيدين من النظام. إن المعلومات التي يتم تجميعها من خلال التغذية العكسية يمكن استخدامها كذلك في التعرف على مواقع القوة ومواطن الضعف وبالتالي إجراء التحسينات المستمرة على النظام.

ويوضح الشكل التالي نموذجاً لعناصر نظام معلومات العلاقات العامة:

الشكل رقم ٢/١٥



يتبين لنا من الشكل أعلاه أن هناك مدخلات من داخل وخارج المنظمة كما أن هنالك مخرجات قد يستفيد منها المديرون والموظفون من داخل المنظمة كما قد يستفيد منها العملاء مثلاً من خارج المنظمة.

تنظيم الملفات وقواعد البيانات

أولاً: تنظيم الملفات:

تساعد عملية تنظيم الملفات بطريقة صحيحة مستخدمي المعلومات في الوصول إلى المعلومات التي يريدونها بشكل مباشر وسريع ومن الملاحظ أن بعض المنظمات قد يكون لديها أحدث أجهزة الحاسوب وأفضل البرامج، إلا أن أدائها في مجال المعلومات قد يكون دون المستوى المطلوب، وذلك قد يرجع إلى سوء تنظيم الملفات.

وحتى يتم تحقيق أكبر فائدة ممكنة من تنظيم الملفات، فإنه ينبغي على مستخدمي النظام تحديد احتياجاتهم من المعلومات بدقة، وكذلك تحديد أوقات الحاجة إليها والمكان الذي يريدونها فيها.

وهناك عدة طرق لتنظيم الملفات أهمها :

١- تنظيم الملف التساعي Sequential

يتم تخزين السجلات وفق هذه الطريقة بترتيب محدد حسب مفتاح الترتيب المستخدم، وبالتالي فهناك طريق واحد للوصول إلى السجل المطلوب، وهو الترتيب

الذي كانت عليه عملية التخزين لهذا السجل في داخل الملف. ويناسب تنظيم الملف
التابعي عمليات المنظمة التي تحدث على فترات كأجور موظفي العلاقات العامة.

٢- تنظيم الملف المفهرس Indexed

وفق هذه الطريقة فإنه يتم إعداد فهرس يتضمن قائمة بكل مفاتيح السجلات
والعناوين المادية للتخزين لكل سجل والذي يرتبط بمفاتيح السجل نفسه. ويبين
الشكل التالي كيفية تنظيم الملف وفق هذه الطريقة.

الشكل رقم ٣/١٥

تنظيم الملف المفهرس للمخازن

رقم المادة	موقع السجل	موقع السجل	رقم المادة	وصف المادة	الكمية
٣٠	٧	١	٨٥	برغي ٦ ملم	٢٠
٨٥	٢	٢		طول ٣ سم	
هذا الرقم هو		٣	٨٨	برغي ٦ ملم	٥٠
المطلوب أن		٤		طول ٨ سم	
تصل إليه		٥			

٣- تنظيم الدخول المباشر Direct Access

قد يتم تنظيم المعلومات بطريقة تجعل من السهل الوصول إلى السجلات عشوائياً وبدون أن يكون التابع ضرورياً، فالتقدم التكنولوجي في مجال تخزين البيانات يتيح أكثر من طريقة للوصول إلى السجل نفسه.
ثانياً: قواعد البيانات

قواعد البيانات هي مجموعة من البيانات المرتبطة مع بعضها منطقياً والتي يجري بناؤها لتفي باحتياجات المستخدمين من البيانات. ويعرف Steven Alter قاعدة البيانات على أنها مجموعة من البيانات الهيكلية التي يتم تخزينها ومراقبتها والدخول إليها من خلال أجهزة الحاسوب، وذلك بالاعتماد على علاقات بين أنواع من المعلومات تم تعريفها سابقاً وتعلق بمنظمة معينة أو حالة أو مشكلة محددة (٧).
وتتكون قاعدة البيانات مما يلي:

أ- الملفات Files.

ب- السجلات Records.

ج- الحقول Fields.

حيث أن مجموعة الحقول المترابطة تكون سجلاً ومجموعة السجلات المترابطة تكون ملفاً ومجموعة الملفات تشكل قاعدة بيانات (٨).
تقوم المنظمات ببناء قواعد بيانات كبيرة لجمهورها من العملاء والموردين ووسائل الإعلام وذلك لأجل مساعدة الإدارة في تحديد سياساتها وأهدافها واستراتيجياتها، وإرشادها في عملية اتخاذ القرارات.

ويتم جمع البيانات المتعلقة بهذه الجماهير، إلا أن هذه البيانات وحدها لا تكفي، حيث تبرز الحاجة إلى ترتيبها على شكل طبقات Layers فالنموذج المعروف The Recency, Frequency, Monetary Mode (RFM) يوفر قاعدة يعتمد عليها لتحليل البيانات الخاصة بطراز الحياة، وهي معلومات يتم شراؤها أصلاً

من وكالات متخصصة، حيث يتم من خلال هذا النموذج إعادة غربة البيانات وتنقيتها. وتتطلب عملية تحليل الاستجابة تحديد العملاء الأفضل والأكثر ربحية بالنسبة للمنظمة، ومن ثم تظهر طبقة أخرى من البيانات تتضمن الجمهور الأكثر استجابة للبريد المباشر أو الطلبية بالبريد فقاعدة البيانات إذن تتألف من طبقات من المعلومات تبرز بيانات السيرة Bibliographies^(٩).

ومن أهم المزايا التي تتمتع بها قواعد البيانات امكانية تخزين كافة البيانات المتعلقة بجميع النشاطات في موضوع معين وتصنيفها وترتيبها بحيث تكون قابلة للاسترجاع في أي وقت يرغب فيه المستخدم استرجاعها. كما أنه يمكن متابعة التطورات التي قد تأتي على البيانات المخزنة وتحديث هذه البيانات باستمرار أي كلما حدث تعديل فيها مما يجعل الاستفادة أكبر من هذه البيانات.

إن نجاح قواعد البيانات في تأدية مهامها يعتمد أساساً على فني قاعدة البيانات وفريق إدارتها، حيث ينبغي أن يكون هؤلاء الأفراد متخصصون ومدربون جيداً على التعامل مع نظم إدارة قواعد البيانات. ولا يكفي وجود مثل هذه القوى العاملة المدربة بل ينبغي إيجاد التوعية الكافية لمستخدمي النظام والمستفيدين منه لمساعدتهم على تحديد احتياجاتهم من المعلومات والتعامل معها بكفاءة عالية.

مكونات نظام معلومات العلاقات العامة

هنالك العديد من المستلزمات الضرورية لنظام معلومات العلاقات العامة من

أهمها:-

١- مورد المعدات: تتكون الأجهزة والمعدات الضرورية لنظام المعلومات أساساً من جهاز الحاسوب وما يتبعه من المكونات المادية والمودم ولوحة المفاتيح والشاشة وغيرها.

وعلى الإدارة أن تبذل جهداً دائماً لضمان اقتناء أحدث الأجهزة والمعدات وأكثرها تطوراً.

٢- مورد البرامج: تتضمن البرامج الرئيسية المتعلقة بنظام التشغيل ونظام إدارة قواعد البيانات ونماذج اتخاذ قواعد البيانات ونماذج اتخاذ القرارات، هي ضرورة أيضاً لأي نظام معلومات.

٣- الإجراءات: تعتبر الإجراءات الدليل الذي يبين تسلسل خطوات العمل زمنياً كإجراءات تجهيز المدخلات وإجراءات جمع المعلومات وتحليلها.

٤- الاتصالات والشبكات: لا بد من وجود مجموعة من مراكز المعلومات تتعاون فيما بينها لأجل تبادل المعلومات بشكل يتيح تدفق الخبرات والتجارب المختلفة. وعلى الجهات المسؤولة عن الشبكة إيجاد القنوات الكفيلة بنقل المعلومات بسرعة وبدون تشويش.

٥- الأفراد: يعتبر العاملون مكون أساسي من مكونات أي نظام معلومات، فالمبرمجون ومحللو النظم ومدخلو المعلومات ومدققوها والإداريون العاملون على الأجهزة في نظام المعلومات يجب أن يكونوا مدربين جيداً وعليهم أن يعملوا بروح الفريق.

بالإضافة إلى ذلك فمستخدموا النظام يجب أن يتمتعوا بمستوى عال من القدرة على تحديد احتياجاتهم من النظام وبكيفية تحقيق الاستفادة القصوى منه.

تصميم وتطبيق نظام معلومات العلاقات العامة

هنالك أشكال وصور مختلفة لنظام معلومات العلاقات العامة، فدرجة

بساطة أو تعقيد النظام تعتمد على عدة عوامل أهمها حجم المنظمة وتكلفة النظام

بالإضافة إلى نظرة الإدارة العليا إلى الأهمية النسبية لنظام المعلومات مقارنة بالوظائف الأخرى للمنظمة.

ويمكن تلخيص خطوات تصميم وتطبيق نظام معلومات العلاقات العامة بما

يلي:

١ - دراسة وتحليل النظام الحالي:

تشخيص الوضع الحالي للمنظمة والتعرف على نقاط القوة ونقاط الضعف في النظام المطبق حالياً مما يساعد كثيراً في تحديد الاحتياجات بصورة علمية وموضوعية.

٢ - تحديد الاحتياجات من المعلومات

يتم في هذه الخطوة الاتصال بالمديرين والموظفين الذين يحتاجون إلى المعلومات لإنجاز أعمالهم من خلال المقابلات الشخصية أو تصميم وتوزيع استبانات أو غيرها من الطرق، وذلك بهدف تحديد احتياجاتهم من المعلومات من حيث الكم والوقت والمكان.

٣ - تصميم النظام

تتضمن عملية تصميم النظام القيام بوضع وتصميم المدخلات والعمليات وقواعد البيانات والمخرجات بالإضافة إلى تحديد وسائل التقييم لأداء النظام. يمكن تقسيم تصميم نظم المعلومات إلى مرحلتين: الأولى هي التصميم المنطقي أو المفاهيمي، حيث يتم تحديد مكونات النظام والعلاقات التي تربط تلك المكونات وكيفية ظهور النظام للمستخدم النهائي. وبالتالي يتم توصيف المدخلات والمخرجات والعمليات والوظائف التي يؤديها النظام. أما المرحلة الأخرى فهي التصميم المادي، حيث يتم ترجمة نواتج المرحلة الأولى إلى تصميم في النظام يتضمن محددات البرنامج، والحاسبات ومكوناتها، والاتصال عن بعد، وسرية وأمن النظام. وهناك عدة بدائل

لتصميم النظام، حيث يقوم المحلل بتقييم تلك النماذج اعتماداً على نتائج تحليل الاحتياجات والتي تم التوصل إليها في مرحلة التحليل. (١٠)

ومما يجدر الإشارة إليه أن النظام يصمم لتلبية احتياجات المستفيدين، وبالتالي فإن من الضروري إشراكهم في عملية تصميم النظام وكذلك تطويره وتحديثه.

٤- وضع البرامج

يتم في هذه الخطوة تحديد البرامج التي مستحق أهداف التصميم، حيث يتم تحديد لغة البرمجة المستخدمة بالإضافة إلى توصيف المدخلات والعمليات والمخرجات.

٥- اختبار النظام

يتم اختبار النظام للتأكد من أن مخرجاته هي المخرجات الصحيحة والمفيدة للمستخدم. وذلك في ضوء تحديد نقاط القوة ونقاط الضعف في النظامين الجديد والقديم وكذلك في ضوء التكلفة والعائد.

٦- التنفيذ

بعد إجراء الاختبار اللازم للتأكد من فعالية النظام. تتم عملية التحول إلى النظام الجديد ياتباع أحد الاستراتيجيات التالية (١١):

١- استراتيجية التوازي: حيث يتم تشغيل النظام الجديد أثناء تشغيل النظام القديم ويتم الإحلال تدريجياً خلال فترة زمنية معينة في نهايتها يكون قد تم استخدام النظام الجديد بالكامل. وتعتبر هذه الطريقة أكثر أمناً حيث أن ظهور أي مشاكل للنظام الجديد لا يؤثر على المنظمة نظراً لوجود النظام القديم يعمل في ذات الوقت ، إلا أن تلك الطريقة مكلفة.

٢- التحول المباشر: حيث يتم إحلال النظام القديم بالنظام الجديد في لحظة زمنية محددة. ورغم انخفاض تكلفة تلك الطريقة، إلا أن مخاطرها مرتفعة وهو ما قد يؤدي إلى ارتفاع التكلفة.

٣- الدراسة الاستكشافية: حيث يتم تطبيق النظام في جزء محدد من المنظمة، فإذا تم التأكد من أن النظام يعمل بكفاءة وبدون مشاكل يتم تعميمه على باقي أجزاء المنظمة.

٤- المدخل المرحلي: حيث يتم إدخال النظام الجديد على مراحل سواء على مستوى وظائف المنظمة أو وحداتها.

٧- المتابعة والرقابة

تعتبر عملية المتابعة والرقابة الخطوة الأخيرة في مجال تصميم وتطبيق نظام معلومات العلاقات العامة. تشمل هذه الخطوة متابعة تطبيق النظام للتأكد من أن مخرجات النظام هي المخرجات المطلوبة، وضمان أن النظام يعمل بكفاءة وفعالية.

نظم دعم القرارات والنظم الخبيرة

أولاً: نظم دعم القرارات (DSS) Decision Support Systems

ظهرت فكرة نظام دعم القرارات في السبعينات من القرن العشرين تحت تسمية نظم قرار الادارة وقد تحولت التسمية بعد ذلك الى نظم دعم القرارات . يرتكز مفهوم نظام دعم القرارات على وجود مجموعة من الوسائل التي تعتمد على الحاسوب والتي تمكن نظام المعلومات الادارية من إيجاد المعلومات اللازمة لدعم القرارات (١٢).

ويجب ملاحظة ان نظم دعم القرار هو تعبير حر المحتويات (أي أنه يعني أشياء مختلفة للناس المختلفين) ولا يوجد أي تعريف شامل وكامل لنظم دعم القرار (١٤). ويتكون نظام دعم القرارات من قواعد بيانات تتضمن وظائف المنظمة ونماذج إحصائية ورياضية تحليلية للمساعدة في عملية التحليل الإحصائي الذي يدعم قرارات المسؤولين.

وتعرف د. سونيا محمد البكري وزميلها نظام دعم القرارات بأنه نظام مبني على الحاسب الآلي لدعم المستوى الإداري في المنظمة، ويدمج بين البيانات وبين النماذج التحليلية لدعم القرارات غير المبرجة وشبه المبرجة في المنظمة. وتختلف نظم دعم القرارات عن نظم المعلومات من عدة نواحي. فنظم دعم القرار لديها قدرات تحليلية تسمح للمستخدم بالاستفادة من مجموعة من النماذج المتقدمة في تحليل المعلومات، كما تعتمد نظم دعم القرار على التفاعل مع المستخدم النهائي عن طريق سهولة الوصول إلى المعلومات والتجارب التحليلية وسهولة استخدام تعليمات تشغيل الحاسب الآلي وتوفير الألفة بين المستخدم النهائي وهذا النظام. ويمكن حصر أهم خصائص نظم دعم القرار في الآتي:

- ١- تقدم نظم دعم القرار المرونة والتكيف وسرعة الاستجابة للمستخدم النهائي.
 - ٢- تعطي نظم دعم القرار للمستخدم النهائي القدرة على التحكم في المدخلات والمخرجات.
 - ٣- تعمل نظم دعم القرار بدون مساعدة من المبرمجين المحترفين.
 - ٤- تقدم نظم دعم القرار دعم القرارات والمشكلات التي لا يمكن تحديد حلولها مقدماً.
 - ٥- تستخدم نظم دعم القرار أساليب وأدوات ونماذج تحليلية متقدمة.
- وبالتالي فإن نظم دعم القرارات تتكون من مجموعة من الأدوات والنماذج والخرائط والتحليلات التي تسمح لمستخدم القرار أن يتفاعل مع أجهزة الحاسوب لجعل المعلومات ذات جدوى في اتخاذ القرارات. هذه القرارات قد تتضمن القرارات المتعلقة باندماج شركة مع أخرى، أو تنوع المنتجات، أو إنتاج منتج جديد، أو إدارة المحافظ المالية، أو الحملات الإعلامية في العلاقات العامة أو غير ذلك من القرارات. كما يمكن

استخدامها أيضا في جوانب إدارية أخرى مثل بناء الخطط ووضع السياسات في مجال نشاطات العلاقات العامة، وكذلك تحفيز موظفي العلاقات العامة وتدريبهم.

ثانياً "النظم الخبيرة Expert Systems"

النظم الخبيرة هي أنظمة تستخدم المعرفة الانسانية في الحاسب الآلي وذلك لأجل حل المشكلات التي تحتاج الى خبرات عالية ، حيث تقوم هذه النظم بتقليد عمليات التفكير التي يتبعها الخبراء في حل المشكلات. والهدف من هذه النظم الخبيرة هو أن يتمكن غير الخبراء من تحسين قدراتهم على حل المشاكل ، بالإضافة الى زيادة قدرات الخبراء أنفسهم في حل المشكلات ، فالنظم الخبيرة هي خلاصة خبرات العديد من الخبراء والمتخصصين في عدة مجالات.

وتقوم فكرة النظم الخبيرة على أساس استخدام صيغة " إذا إذن" (If.....Then) ، أي في حالة حدوث شرط أو وضع معين، فإن الاستنتاج يكون كذا. إذا كان هناك شروط متوفرة في حالة معينة، إذن يجب أن يكون هناك استنتاجات محددة.

ويقول د. محمد عبد حسين آل فرج الطائي أن فكرة النظم الخبيرة تقوم على برمجة الحاسوب بطريقة تستطيع أن تحاكي فيها الإنسان في التفكير المنطقي والقيام ببعض الأعمال التي يقوم بها الإنسان. إذ أن الحاسوب يعمل كخبير في مجال معين بحيث يكون مستشاراً للمدير في صنع القرارات. من هنا فإن النظم الخبيرة هي في واقع الحال مجموعة من البرمجيات الجاهزة التي وضعت فيها خبرات وتحليلات مجموعة من الخبراء ليستفيد منها المستفيد في تقديم الاستشارات في مجالات محددة بهذه البرمجيات^(١٥). وبناء عليه يمكن تعريف النظم الخبيرة على أنها برنامج يساعد الحاسوب في

صنع

(إعطاء المشورة التي تتعلق بـ) القرارات غير الهيكلية والتي عادة ما تصنع من قبل أفراد ذوي خبرات معينة (١٦).

إن هناك فروقات عديدة بين نظم المعلومات الادارية والنظم الخبيرة ، وقد أوجز الاستاذ الدكتور عثمان الكيلاني وزملائه وهلال البياتي وعلاء السالمي أهم هذه الفروقات في الجدول التالي (١٧):

الجدول رقم ١/١٥

الفروقات بين النظم الخبيرة ونظم المعلومات الادارية

نظم المعلومات الادارية MIS	النظم الخبيرة ES
١- تعتمد في تنفيذها على الحاسبات الالكترونية ذات الامكانيات المتوسطة والعالية	١- تعتمد في تنفيذها على الحاسبات الالكترونية ذات الامكانيات العالية
٢- تعتمد على قاعدة معرفة ذات مواصفات خاصة	٢- تعتمد على قاعدة معرفة ذات مواصفات خاصة (معلومات وحقائق وخبرة)
٣- تصمم على أساس المساعدة في اتخاذ القرارات وإنجاز وظائف الادارة	٣- تصمم على أساس إجراء الاستنتاج المبني على المعلومات والخبرة الموجودة في قاعدة المعرفة المتوفرة عن المشكلة المطلوب اتخاذ قرار حولها
٤- تعتمد على أساليب البرمجة المعقدة والاستفادة من المعلومات الموجودة في قاعدة البيانات لإنجاز الوظائف الادارية	٤- وجود قواعد معرفة يستفاد منها في توفير الاستدلال المنطقي لحل أعقد المشاكل

٥- تطبيقها في الوقت الحاضر بشكل ضيق في مجالات قليلة	٥- تطبيقها في الوقت الحاضر بشكل واسع وفي العديد من المجالات
٦- الانظمة الحالية لا تتعامل بكفاءة عالية مع المشاكل التي تقع حلولها خارج حدود المعارف الموجودة في قاعدة المعارف الخاصة بها	٦- الانظمة الحالية تتعامل بكفاءة عالية مع المشاكل التي بواسطتها يراد حلها ، نظراً لحزن كافة البيانات المتعلقة بالانظمة
٧- امكانيات التفسير والتحليل الحالية ما زالت غطية ومحدودة	٧- لا توجد لها امكانيات التفسير والتحليل بل يمكن من خلالها ظهور الاستنتاج لإتخاذ القرار وإنجاز عمل محدد

المصدر: عثمان الكيلاني، هلال البياتي، وعلاء السالمي ، المدخل الى نظم المعلومات الادارية ، عمان : دار المناهج للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٠

إن النظم الخبيرة تقوم بتقديم حلولاً وبدائل جاهزة يتم حسابها بدقة متناهية وفي وقت قياسي سريع ، وقد تكون النظم الخبيرة أكثر دقة في تحليل الكم الكبير من المعلومات وتحويله إلى شروط واستنتاجات تفيد المديرين في اتخاذ قراراتهم. وعملية نقل الخبرة من خلال النظم الخبيرة تشمل أربعة نشاطات:

- ١- الحصول على المعارف من الخبراء
- ٢- وجود المعارف داخل برنامج النظم الخبيرة في الحاسوب
- ٣- عمل الاستدلالات اللازمة والتي يقوم البرنامج بموجها بالاتصال بقواعد البيانات واستخدام المنطق
- ٤- نقل المعارف الى المستخدمين

ويمكن للإدارة استخدام النظم الحبيزة كوسيلة تدريب للمديرين الجدد، وذلك حيث أنها تحتوي على كم هائل من المعلومات التي تفيد هؤلاء المديرين في اتخاذ قراراتهم. ومما يجدر الإشارة إليه إلى أن النظم الحبيزة تعد مكملاً لنظم دعم القرار في مجال مساعدة المديرين في إدارة منظماتهم واتخاذ القرارات الرشيدة.

مراجع الفصل الخامس عشر

- ١- James O.Hicks,Jr, *Information Systems in Business: An Introduction*, ٢nd Ed, USA: West Publishing Company, ١٩٩٧, p.٧٨.
- ٢- محمد عبد حسين آل فرج الطائي، الموسوعة الكاملة في نظم المعلومات الإدارية الحاسوبية، عمان: دار زهران للنشر والتوزيع، ب، ت، ص ٤٣.
- ٣- تيسير المعجرفة، محمد الطائي، نظام المعلومات التسويقية، عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع، ٢٠٠٢، ص ٢٢.
- ٤- المرجع نفسه، ص ٢٣.
- ٥- المرجع نفسه.
- ٦- محمد محمد الهادي، نظم المعلومات في المنظمات المعاصرة ، القاهرة: دار الشروق للنشر، ١٩٨٩، ص ١٩٩.
- ٧- Steven Alter, *Information Systems*, ٣rd Ed, USA: Addison-Wesley, ١٩٩٩, p. ١١٦.
- ٨- عثمان الكيلاني، هلال البياتي، وعلاء السلمي، المدخل إلى نظم المعلومات الإدارية، عمان: دار المناهج للنشر والتوزيع، ٢٠٠٠، ص ٧٤.
- ٩- بريستون جبالا، التسويق عبر الانترنت، ترجمة خالد العامري وآخرون، القاهرة: دار الفاروق للنشر والتوزيع، ٢٠٠١، ص ٣٣.
- ١٠- سونيا محمد البكري، وإبراهيم سلطان، نظم المعلومات الإدارية، الاسكندرية : الدار الجامعية، ٢٠٠١، ص ٢٩٢.
- ١١- المرجع نفسه، ص ٢٩٦.

١٢- James O. Hicks, Op Cit, p. ٤٢٤

- ١٣- سونيا محمد البكري ، وإبراهيم سلطان ، المرجع السابق ، ص ص ٥٨-٥٩
- ١٤- ايفرام توربان ، نظم دعم الادارة : نظم دعم القرارات ونظم الخبرة ، تعريب سرور علي ابراهيم سرور ، الرياض: دار المريخ للنشر
- ١٥- محمد عبد حسين آل فرج الطائي، المرجع السابق ، ص ٣٣١.
- ١٦- المرجع نفسه.
- ١٧- عثمان الكيلاني ، هلال البياتي، وعلاء السامي ، المرجع السابق ، ص ص ٣٢٨-٣٢٩

الفصل السادس عشر

العلاقات الدولية

- مفهوم وأهداف العلاقات الدولية
- معرفة موظف العلاقات العامة بالعلاقات الدولية
- العوامل المؤثرة في العلاقات الدولية
- الدعاية في العلاقات الدولية
- أهم المبادئ المنظمة للعلاقات الدولية

- مبدأ المعاملة بالمثل
- مبدأ عدم التمييز
- مبدأ عدم التدخل
- مبدأ تحريم استعمال القوة

المنظمات الدولية

- منظمة الأمم المتحدة ووكالاتها
- المنظمات غير الحكومية
- الشركات متعددة الجنسيات



العلاقات الدولية

مفهوم وأهداف العلاقات الدولية

هنالك تعريفات كثيرة للعلاقات الدولية، حيث تعدد هذه التعريفات باختلاف الخلفيات الثقافية والتعليمية للباحثين العلماء. وبغض النظر عن تعدد هذه التعريفات، إلا أنه يمكن القول أن العلاقات الدولية هي عبارة عن العلاقات بين أشخاص وجماعات من دول مختلفة.

ولا تقتصر العلاقات الدولية على العلاقات ما بين الدول فقط، بل تشمل كذلك العلاقات بين الأفراد والمنظمات طالما أن لها آثاراً سياسية تتعدى حدود الدولة، كالعلاقات القائمة بين الدول المنتجة للنفط والشركات النفطية وكذلك الاتفاقات المبرمة بين قوى اقتصادية لها نفوذ عالمي.

أن علم العلاقات الدولية ليس منفصلاً عن العلوم الأخرى: بل هو وثيق الصلة بالعلوم الأخرى مثل القانون والسياسة والاقتصاد والتاريخ. وتسعى العلاقات الدولية إلى تحقيق عدة أهداف منها:

١- الأهداف الثقافية:

من الجدير بالذكر أن لوسائل الإتصال الحديثة كالإنترنت والفصائيات وغيرها أكبر الأثر في نشر ثقافات الدول وانتقال الحضارات فيما بينها. وبالتالي فإن كثيراً من الدول تسعى إلى المحافظة على تراثها الثقافي من غزو الثقافات الأخرى. كما أن هناك دولاً أخرى تحاول نشر ثقافتها في الخارج باستخدام وسائل عديدة كالتلفزيون والراديو والصحف والمجلات والإنترنت وفتح مراكز ثقافية في الخارج.

٢- الأهداف الاقتصادية:

قد تكون أهداف العلاقات الدولية ذات صلة بالنواحي الاقتصادية كتوقيع اتفاقيات للتقييد عن البترول أو استخراج معادن ثمينة، فكثيراً من الأفراد والشركات متعددة الجنسية والدول تستثمر في الخارج بلايين من الدولارات.

وتتضمن الأهداف الاقتصادية زيادة أحجام التبادل التجاري مع الدول الأخرى وتحسين نفوذ الدولة الاقتصادي في المجتمع العالمي ورفع مستويات الدخل للفرد.

٣- الأهداف السياسية:

يتعلق هذا الهدف بالدفاع عن فكر الدولة السياسي والحفاظ عليه. كما وأن بعض الدول لا تقتصر أهدافها على الدفاع عن فكرها السياسي، بل تتعدى ذلك إلى محاولة نشر هذا الفكر لدى شعوب الدول الأخرى.

٤- الأهداف السيادية:

أن أحد أهم أهداف العلاقات الدولية هو حماية سيادة الدولة وتدعيم أمنها القومي، وذلك من خلال عدة طرق منها إجراء التحالفات مع الدول الأخرى أو الحصول على مساعدات عسكرية واقتصادية من الخارج. ويرتبط بهذه الأهداف عملية مقاومة أي محاولات للتأثير في قيم المجتمع ومثله العليا.

٥-الأهداف الإنسانية:

أن كثيراً من الاتصالات في العلاقات الدولية قد يكون هدفها نشر السلام وتجنب الحروب والآثار المدمرة لها. كما قد يكون هدف هذه الاتصالات تعزيز الحرية والإخاء والمساواة في العالم.

٦-الأهداف التكنولوجية:

قد تسعى الإتصالات في العلاقات الدولية إلى زيادة عدد المستخدمين للتكنولوجيا من خلال بيعها إلى دول أخرى. وبالمقابل فإن دولاً أخرى تقوم بشراء التكنولوجيا وتطويرها واستخدامها لأغراضها، وذلك حتى يتم الاستفادة من التطورات التكنولوجية الحديثة.

معرفة موظف العلاقات العامة بالعلاقات الدولية:

من الضروري أن يلم موظف العلاقات العامة بالعلاقات الدولية من حيث إنشائها والحفاظة عليها وتطويرها وتحسينها، فالعلاقات الدولية تعتمد أساساً على إجراء الإتصالات وضرورة وجود اتصالات فعالة بين الدول والشركات والأفراد، وهذا هو الحال في العلاقات العامة والتي تعتمد كذلك على إجراء اتصالات فعالة مع الجماهير الداخلية والخارجية للمنظمة.

بالإضافة إلى ذلك فإن ممارسة العلاقات الدولية تتطلب توفر المهارات الإتصالية كمهارة الكتابة ومهارة القراءة ومهارة الإنصات ومهارة الحديث، تماماً كما هو الحال في ممارسة العلاقات العامة والتي تتطلب كذلك توفر مثل هذه المهارات الإتصالية في ممارستها.

وإذا استعرضنا الصفات التي من المفروض توفرها في موظف العلاقات العامة والتي تم مناقشتها في الفصول السابقة من هذا الكتاب، نجد أنه من الضروري أن يلم موظف العلاقات العامة بالعلوم الأخرى كالاقتصاد والإحصاء والقانون والإدارة العامة وغيرها. وعلم العلاقات الدولية هو من ضمن هذه العلوم التي ينبغي على موظف العلاقات العامة أن يكون لديه إلمام جيد به.

بالإضافة إلى ذلك فإنه من الأفضل أن يكون لدى موظف العلاقات العامة فكرة جيدة عن المنظمات الدولية كالأمم المتحدة ومنظمة الأغذية والزراعة ومنظمة العمل الدولية ومنظمة التربية والعلوم والثقافة (اليونسكو) وصندوق الأمم المتحدة للطفولة (اليونيسيف) وغيرها من المنظمات الدولية القائمة حالياً والتي تقدم خدماتها وتسعى لتحقيق أهدافها في مجالات عديدة.

فموظف العلاقات العامة يجري الكثير من اللقاءات والاجتماعات ويعقد العديد من المؤتمرات الصحفية ويدلي بالبيانات الصحفية، وتوجه إليه أسئلة ويجب عليها، ويتعرض إلى الكثير من الواقف التي تتطلب منه أن يكون ملماً بمفهوم وأهداف العلاقات الدولية وبالمبادئ المنظمة للعلاقات الدولية كمبدأ المعاملة بالمثل وتوازن القوى الدولية وعدم التمييز بسبب اللغة أو الدين أو اللون وعدم التدخل.

ويصفة عامة فإنه ينبغي التأكيد على أن العلاقات العامة وثيقة الصلة بالعلوم الأخرى كالاقتصاد والقانون والتاريخ والسياسة والعلاقات الدولية، وبالتالي فإنه لا بد لموظف العلاقات العامة أن يطلع على العلوم الأخرى وأن يكون ملماً بها.

العوامل المؤثرة في العلاقات الدولية:

لكي يتم الوقوف على حقيقة العلاقات الدولية فإنه ينبغي معرفة العوامل التي تؤثر في العلاقات الدولية، فقد تكون هذه العوامل مؤثرة في السياسة الخارجية للدولة وكذلك في إمكانيات الدولة وقدراتها.

وعند دراسة هذه العوامل، فإنه يجدر الإشارة إلى أنها متداخلة مع بعضها ، فقد يتوفر أكثر من عامل بنفس الوقت في الدولة، وبالتالي فهي ليست منفصلة عن بعضها البعض، فلا معنى لعدد كبير من السكان في دولة ما مع وجود نسبة أمية عالية فيها، ولا معنى كذلك لوجود موارد طبيعية هائلة في دولة ما وبنفس الوقت لا تملك هذه الدولة القدرة على استغلال هذه الموارد.

ومن أهم العوامل المؤثرة في العلاقات الدولية ما يلي:

١-العوامل الجغرافية:

تؤدي العوامل الجغرافية دوراً في طبيعة العلاقات بين الدول، فإذا كانت هناك دولتان متجاورتان وبدون حواجز طبيعية بينهما فإن هذا الوضع يساعد في تسهيل انتقال مواطني هاتان الدولتان وإنشاء علاقات بينهما، كسوريا ولبنان والأردن مثلاً. وكذلك الحال إذا مر نهر بأكثر من دولة فقد يؤثر ذلك في علاقات الدول ببعضها، فمثلاً مرور نهر النيل بمصر والسودان جعل هناك علاقات متميزة فيما بينهما.

ونفس الدور تؤديه الموارد الطبيعية كالبترول والغاز الطبيعي، فالدول المتجاورة المنتجة للبترول لا شك يكون بينهما علاقات دولية خاصة وهذا ما يحصل بالنسبة لكثير من الدول.

ومن العوامل الجغرافية الأخرى التي تؤثر على العلاقات الدولية المناخ السائد في المنطقة، فدرجة الحرارة والرطوبة في المنطق الحارة أثر كبير على صحة الناس وأسلوب حياتهم، كما أن لطول فترة الشتاء والبرد القارس والثلوج أيضاً تأثيراً كبيراً على صحة الناس.

٢- العوامل السكانية:

قد يكون هجرة بعض السكان من دولة إلى أخرى طلباً للرزق وكسب العيش أو لأي أسباب أخرى، عاملاً هاماً في توجيه بعض جوانب العلاقات الدولية بين الدولتين، فالموارد البشرية تؤدي دوراً هاماً في السياسات الخارجية للدول في كافة المجالات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية وغيرها.

وتتضح آثار الهجرة مثلاً من دولة إلى أخرى في العلاقات الدولية بما يلي^(١):

أ- من الناحية الاجتماعية والاقتصادية، فإن كثافة السكان تقل عما كانت عليه قبل الهجرة، وبالتالي قد تكفي موارد البلاد بقية السكان بنسبة أفضل مما كانت عليه. كما أنها قد ترفع من مستوى المعيشة لدى السكان، نتيجة لتخفيف حدة البطالة والتخفيف من وطأة الإسكان وغلأء الأسعار. كما أن الجموع المهاجرة لا تنقطع روابطها الاجتماعية الأسرية عن موطنها الأصلي.

فكثيراً ما يبعثوا لأهاليهم بالمساعدات، كما أن باستطاعتهم أن يوجهوا دولة المهجر إلى مزيد من المساعدة إلى وطنهم الأصلي وتشجيع التجارة معه.

ب- ومن الناحية السياسية الداخلية، فإن المجتمع الذي فتح أبوابه لخروج المواطنين مهاجرين، يخفف بذلك من انتشار المبادئ التي تعيش وتنمو في المناخ الاقتصادي الضيق. كما أن في وسع المهاجرين أن يكونوا أحزاباً سياسية تميل في سياستها من الوطن الأم أو ينضمون للأحزاب التي تسلك نفس الطريق.

ج- المجتمع الجديد في الدول المهاجر إليها قد لا يكون منسجماً ولا متآلفاً، وذلك لإختلاف تقاليده وعاداته، وخاصة مع الأجيال الأولى. ولذلك نرى مثل هذه الدول تتبع النظام السياسي الفيدرالي، الذي يقسم الدولة إلى ولايات أو مناطق يسكن كلاً منها الفئات المنسجمة والمتقاربة.

د- وللهجرة بعض المساوئ، فبالنسبة للدول المهاجر منها، عادة ما يهاجر الشبان لأنهم الأكثر حركة ونشاطاً وحباً للمغامرة فيبقى في المجتمع نسبة عالية من الشيوخ وكبار السن مما يؤثر على تطور الدولة ويعيق من أي عملية تغيير، فالشيوخ يتشبثون بالتقاليد والمحافظة عليها، وهم أقل حباً للتغيير والتطور.

هـ- كثيراً ما تسبب الهجرة تبايناً في انسجامية المجتمع، وينتج عن ذلك التمييز الطبقي والعنصري، الذي يؤدي بدوره إلى صراعات اجتماعية وسياسية حادة.

٣- العوامل القومية:

هناك العديد من عوامل التجانس القومي والتي تعتبر قوة في حد ذاتها، ومن أهم هذه العوامل:

أ- اللغة: أن اللغة أثر في توحيد فكر مواطني الدولة، فيمكن من خلال اللغة نقل ثقافة الأجداد إلى الآباء وإلى الأبناء، كما أن اللغة هي وسيلة التعبير عن تفاعلات المواطنين ووسيلة الإعلام في توجيه الناس.

ب- الدين: إن للعامل الديني أثر كبير في العلاقات الدولية فالتاريخ مليء بالحروب والمصالحات التي تعود إلى الدين

ج- العرق: تسري الصفات الخلقية المتوارثة عن الأجداد أي الصفات العرقية في الأمم حتى يصطبغ بها، وتسيطر عليه بطريقة لا يستطيع التخلص منها.

د- الأرض، حيث يعيش عليها مجموعة من الناس متقاربة في تقاليدها وعاداتها، وهي مستعدة للدفاع عنها بكل قوة.

هـ- التاريخ: يحمل تاريخ الأمة تضحياتها وشعاراتها، كما أن المصير المشترك يمثل بعداً هاماً من وحدة الشعب وتماسكه، تتفاخر الأمة بالحضارة التي تراثها عن الآباء والأجداد وتبناها بها أمام الأمم الأخرى.

٤-العوامل الاقتصادية:

يقوم التبادل التجاري بين الدول بدور قوي في تواصل الشعوب ببعضها، كما أنه يساعد على نقل الحضارات وتقريب وجهات النظر، فكثيراً ما كانت الأديان والمذاهب والأدب والفن تنتقل من خلال التبادل التجاري بين الدول، وكما كان التبادل التجاري عاملاً من عوامل العلاقات الطيبة بين الدول، فقد كان كذلك عاملاً من عوامل إشعال نار الفتنة والحروب بين الدول بهدف الاستيلاء على مركز استراتيجي مهم أو منفذ بحري معروف أو السيطرة على الأسواق.

ويمكن القول أن العوامل الاقتصادية تمثل عامل وحدة وعامل صراع في عالمنا المعاصر، فالالاقتصاد يمثل في كثير من الأحيان عامل صراع بين الدول، كما أنه قد يمثل في أحيان أخرى عامل توحيد، فالسوق الأوروبية المشتركة استطاعت بفضل وحدتها الاقتصادية أن تسير خطوات جبارة في طريق وحدتها السياسية.

٥-العوامل الفكرية:

تشكل المعتقدات الفكرية للدولة إحدى العوامل المؤثرة في علاقاتها مع الدول الأخرى، وذلك بسبب وجود صلة بين السياسات الداخلية والسياسات الخارجية. فالعلاقات الوثيقة بين الدول الرأسمالية قائمة أساساً على اعتناق هذه الدول لأيديولوجية معينة.

وهناك من الأيديولوجيات ما تهدف إلى تحقيق السلام وتشجيع التعاون بين الدول، كما أن هناك أيديولوجيات أخرى قومية (وطنية) وتوسعية (الأمبريالية والعنصرية) وأمية وحيادية.

هذه الأيديولوجيات لا شك أنها تؤثر بشكل أو بآخر في العلاقات الدولية.

٦-العوامل التقنية:

أدى التقدم العلمي الذي حصل في الآونة الأخيرة إلى تغيير كبير في طبيعة وسائل الاتصال في العلاقات الدولية، فثورة المعلومات والاتصالات سهلت عملية إجراء الاتصالات بين الأفراد والجماعات والدول، كذلك فإن الدول التي تملك تقنيات سمعية وبصرية متطورة أصبحت لديها القدرة على ممارسة نوع من السيطرة الثقافية على الدول الأخرى.

وعلى الرغم من مزايا التقدم العلمي، إلا أن له مشاكل كثيرة أهمها^(٢):

أ- فتح مجالات التنافس بين الدول من أجل امتلاك وحيازة الموارد الطبيعية العالمية، وهكذا بدأت الدول الكبرى في السباق نحو القمر والقضاء الخارجي، والتنازع حول استغلال الثروات البحرية في أعماق البحار والمحيطات.

ب- تهديد توازن البيئة عن طريق التفجيرات النووية، تلوث مياه الأنهار والبحار، والقضاء على الغابات، مما قد يتسبب في نزاعات دولية كثيرة.

ج- أن التقدم العلمي والتقني يزيد من خطورة فوارق القوة بين الدول (بفضل ما يوفره من إمكانيات) ومن التوتر بين البلدان الصناعية المتقدمة والبلدان النامية ومن الضروري لردم الهوة التي تفصل ما بين هذين العالمين، أن تقوم البلدان الصناعية المتقدمة بتحويل التقنية الحديثة إلى البلدان النامية.

الدعاية في العلاقات الدولية

تعتبر الدعاية أداة هامة للتأثير في العلاقات الدولية وخاصة في ظل وجود واستمرار الاستقرار السياسي في الدولة، ومما يزيد في أهمية الدعاية في العلاقات الدولية وفي المجتمع الدولي وجود جهاز دبلوماسي كفوء يمارس مهامه بالشكل المطلوب.

هذا الأمر يستتبع ضرورة توخي الموضوعية عند اختيار الجهاز الدبلوماسي، حيث ينبغي أن تتوفر فيهم صفات معينة كالمهارة في الاتصالات والقدرة على التحليل والتنبؤ بردود الأفعال التي قد تحدث من جراء تصرفات معينة، والمهارة في تقديم وعرض مواقف الدولة، إلى غير ذلك الصفات.

وهناك عدة شروط يجب توفرها في الدعاية حتى تكون فعالة في خدمة أهداف السياسة الخارجية للدولة^(٣).

١- عنصر البساطة Simplicity:

والمقصود بالبساطة الدعائية أن تصاغ المادة الدعائية بأسلوب مبسط، ومؤثر في نفس الوقت، لأن التغيير في صياغة المادة الدعائية قد يكون من عوامل الملل وعدم الاهتمام، وهو ما ينتج آثاراً سلبية في معظم الأحوال. وقد تقدم المادة الدعائية المبسطة على شكل شعارات مختصرة يسهل حفظها وترديدها مثل شعار "الدول الحجة للسلام" للدلالة على مجموعة الدول الاشتراكية، وشعار "العالم الحر" دلالة على العالم الغربي.

٢- القدرة على جذب الانتباه (Attraction):

الدعاية لا يمكن أن تكون فعالة وناجحة إلا إذا توافرت لها عناصر الإثارة والتشويق بحيث تثير في الذي توجه إليه الحافز على الاستماع والمتابعة، أي أن الإثارة التي تشتمل عليها المادة الدعائية تعد من عوامل الارتباط والتجاوب النفسي بين من يوجه هذه الدعاية وبين من تصل إليه.

وقد أثبتت التجارب والدراسات أن هناك تناسباً طردياً بين عنصر الإثارة وبين ارتباط الدعاية بواقع الجمهور المخاطب بها، فكلما كانت الدعاية أكثر التصاقاً وتعبيراً عن هذا الواقع، كانت ادعى إلى خلق استجابات نفسية مواتية للغرض الذي تخدمه وتسعى إليه، والعكس صحيح، فكلما بعدت الدعاية عن اهتمامات الجمهور زادت الحواجز التي تفصل بينه وبين تلك الدعاية الخارجية.

٣- قابلية الدعاية للتصديق Credibility:

من الأمور التي تزيد من فعالية الدعاية أيضاً قابليتها للتصديق من قبل الجمهور الذي تحاول الدعاية مخاطبته والوصول إليه والتأثير فيه. فإذا كانت الدعاية قائمة على التضليل والخداع ، وإذا ما أتيح للجمهور المخاطب أن يكتشف الطبيعة الكاذبة لهذه الدعاية فإنه سيعرض عنها، بل وربما كانت الاستجابات النفسية التي تولدها مثل هذه الدعاية، عدائية إلى حد كبير.

٤- صلة الدعاية بالجمهور الذي توجه إليه Relevance:

والعامل الآخر الذي يزيد من فعالية الدعاية هو مدى صلتها بالجمهور الذي توجه إليه. وهنا يجب أن تعتمد الدعاية على فكرة التمييز والتي تعتمد على تحديد طبيعة الجمهور الذي ستوجه إليها الدعاية بشكل مسبق، وتحليل احتياجاته النفسية والأمور التي تشغله، وتقرير أيهما أكثر حفزاً لاهتماماته. وفي ضوء هذا التحليل تجري دراسة المادة الدعائية واختيار أكثرها اتفاقاً مع هذه السيكولوجية الجماعية وأكثرها استجابة لميولها واتجاهاتها.

٥- توافق الدعاية وعدم تناقضها Consistency:

من بين العوامل التي تكسب الدعاية فعالية خاصة، مدى توافقها أو عدم تناقضها مع نفسها بشكل واضح. فالتناقض الملحوظ يعد من بين نقاط الضعف التي تدعو إلى التشكيك في المضمون الفعلي لهذه الدعاية. فإذا كان هذا النمط الدعائي يقوم مثلاً على الدفاع عن السلام، فيجب أن تصاغ المادة الدعائية دائماً بشكل يعطي الإيجاء فعلاً بأنها تدافع عن هدف السلام.

٦- التكرار والترديد المستمر Repetition:

بالإضافة إلى ما سبق فإن من بين العوامل الأخرى التي تزيد من فعالية الدعاية التردد والتكرار المستمر لبعض الجوانب الرئيسية لهذا الدعاية. ولا يشترط أن يأخذ التردد والتكرار المستمر طابعاً مخططاً واحداً، وإنما قد تختلف الوسيلة كأن تكون في شكل مقروء أو مسموع أو منظور. والمهم هو أن يؤدي التكرار في النهاية إلى ترك انطباعات عميقة في نفسية من يتلقى هذه الدعاية.

أما من حيث أساليب تقديم المادة الدعائية فإنها تختلف باختلاف الجمهور الذي توجه إليه تلك المادة الدعائية وحسب الهدف الذي تسعى إليه الجهة التي توجه المادة الدعائية. فقد يستخدم الأسلوب الإخباري **Informative** في تقديم المادة الدعائية حيث تكون تلك المادة على شكل مادة إخبارية مع إفصاح المجال لمتلقي المادة الدعائية لاستيعاب المادة وتفسيرها، وقد يستخدم أسلوب تشويه الحقائق في المادة الدعائية، أو الأسلوب الدعائي القائم على الصدق والأمانة في سرد الحقائق.

وكان أول جهاز أنشأته الولايات المتحدة الأمريكية للدعاية في الخارج عام ١٩٤٦ هو مكتب الإعلام الدولي والشؤون الثقافية **Office of International Infromation and Cultural Affairs** والذي كان تابعاً لمساعد وزير الخارجية لشؤون العلاقات العامة بعد ذلك تم إنشاء الوكالة الأمريكية للأبناء والقي كانت من مهامها العمل على تحقيق أهداف السياسة الخارجية الأمريكية، وحشد التأييد العالمي للسلام والحرية، بالإضافة إلى إبراز الولايات المتحدة على أنها الدولة الديمقراطية القوية.

ومن أبرز نشاطات الدعاية الأمريكية الرسمية وجود صوت أمريكا **Voice of America** الذي يقدم نشراته بأكثر من أربعين لغة، ويملك مئات محطات الإرسال

سواء داخل الولايات المتحدة أو خارجها. هذا بالإضافة إلى ما تقوم به المراكز الثقافية الأميركية والمعارض الأميركية في الخارج، وكذلك الأفلام المنتجة خصيصاً لأغراض الدعاية، في نفس المجال.

أما بالنسبة إلى الدعاية الرسمية في بريطانيا فإنه تؤدي كذلك دوراً رئيسياً في علاقاتها مع الدول الأخرى. ومن الجدير بالذكر أن هيئة الإذاعة البريطانية كانت ولا تزال تقدم النشرات الإخبارية والتحليلات السياسية لجمهورها. هذا بالإضافة إلى الدور الهام الذي تقوم به فروع المجلس البريطاني في الخارج.

أهم المبادئ المنظمة للعلاقات الدولية

لقد تطورت مجموعة من القواعد والمبادئ العالمية في القرن العشرين خاصة بعد تبني ميثاق الأمم المتحدة ١٩٤٥ لها وإدخالها في الميثاق نفسه. وهذا يدل على أن هناك رغبة لدى جميع الدول في وضع قواعد عامة تقوم على ضمان السلام وتحقيق العدالة وتحترمها جميع الدول.

تم تشكيل لجنة خاصة من أجل وضع مبادئ عالمية بهذا الخصوص عام ١٩٦٢ وقامت الجمعية العامة للأمم المتحدة بتبني أعمال هذه اللجنة بالإجماع في عام ١٩٧٠ من خلال إعلان مبادئ القانون الدولي الخاصة بالعلاقات الدولية.

ومن أهم تلك المبادئ التي تنظم العلاقات الدولية ما يلي:

١- مبدأ المعاملة بالمثل:

المقصود بمبدأ المعاملة بالمثل هو أن تقوم دولة بإعطاء حقوق أو منح إعفاءات لمواطني دولة أخرى وبالمقابل تقوم الدولة الثانية بإعطاء نفس الحقوق أو منح نفس الإعفاءات لمواطني الدولة الأولى، وذلك لأجل خدمة المصالح المشتركة للدولتين.

من أمثلة ذلك دخول الدولة بدون تأشيرة زيارة، الإقامة في الدولة دون تصريح إقامة، حق ملكية العقار، وحق ممارسة التجارة وحق العمل.

٢- مبدأ عدم التمييز :

ينبغي عدم التمييز بين دولة وأخرى في إعطاء المزايا أو التسهيلات بدون سبب مقنع أو مبرر منطقي. ولكن مبدأ عدم التمييز لا ينبغي أن يتم تفسيره بشكل جامد، فالدول النامية تطالب بمعاملة الدولة المتقدمة لها معاملة خاصة في علاقاتها معها.

وذلك لأن العلاقات بين الدول الصناعية والدول النامية غير متكافئة، ولأجل سد هذه الثغرة في العلاقات، فإنه لا بد من تطبيق إجراءات غير متكافئة لصالح الدول النامية فقد تباع الكتب بأسعار أقل إلى الدول النامية، كما قد تفرض جمارك أقل على صادرات الدول النامية.

٣- مبدأ عدم التدخل:

من المتطلبات السيادية الأساسية للدولة هو عدم قيام أي دولة أخرى بالتدخل في شؤونها الداخلية أو الخارجية، حيث أن في هذا التدخل اعتداء صارخ على سيادة الدولة وحريتها. لكل دولة حقها في إدارة شؤونها الداخلية والخارجية بالطريقة المناسبة التي تراها، وليس لأي دولة أخرى أي سلطة أو حق في التدخل في كيفية إدارتها لشؤونها.

ويتضمن مبدأ عدم التدخل القواعد الثلاث التالية^(٤):

أ- عدم التدخل في الشؤون الداخلية للدول الأخرى، فليس لدولة أن تمارس ضغطاً أو إكراهاً على أشخاص أو مؤسسات دولة أخرى. ولا أن تتدخل في علاقات هذه الدولة مع رعاياها. فكل دولة حرة في اختيار نظامها السياسي والاقتصادي والاجتماعي، ولها بمقتضى ذلك أن تضع القوانين التي تلائمها.

ب- الامتناع عن تشجيع أو مساندة أو إيواء النشاطات الضارة بالدول الأخرى فوق إقليمها.

ج- الامتناع عن التدخل في الحروب الأهلية التي قد تقع في دولة أخرى.

وللتدخل أشكالاً مختلفة، فقد يكون هذا التدخل سياسياً أو عسكرياً أو اقتصادياً أو فكرياً أو ثقافياً أو حالياً أو إدارياً أو غير ذلك من الأشكال.

٤- مبدأ تحريم استعمال القوة:

تنص الفقرة الرابعة من ميثاق الأمم المتحدة على أن يتمتع الأعضاء في علاقاتهم الدولية عن التهديد باستعمال القوة أو استخدامها ضد سلامة الأراضي أو الاستقلال السياسي لأية دولة أو على أي وجه آخر لا يتفق وأهداف الأمم المتحدة.

لقد وضعت كثيراً من الدول هدفاً لها وهو تحقيق السلام العالمي من خلال تحريم استعمال القوة، فمآسي وويلات الحرب العالمية الثانية كانت قاسية ومريرة على الإنسانية.

وعلى الرغم من التركيز على مبدأ تحريم استعمال القوة في حل المنازعات الدولية، إلا أن استعمال القوة جائزاً في حالة الدفاع المشروع عن النفس، أي في حالة تعرض الدولة إلى عدوان من دولة أخرى. وقد أعطت المادة الواحدة والخمسون من الميثاق للدول الأعضاء الحق في الدفاع عن نفسها ضد أي اعتداء مسلح تقع عليها، إذ نصت المادة المذكورة من الميثاق على أنه ليس في الميثاق ما يضعف أو يستقض الحق الطبيعي للدول، فرادى أو مجموعات، من الدفاع عن أنفسهم إذا ما اعتدت قوة مسلحة على أحد أعضاء الأمم المتحدة.

المنظمات الدولية

في هذا الفصل سيتم استعراض أهم المنظمات الدولية سواء المنظمات ذات الطابع الإنساني أو الفني أو التعاوني أو المنظمات عبر الوطنية، والهدف من إيراد هذا الاستعراض في الفصل الحالي نابع من ضرورة إلمام مسؤول العلاقات العامة بهذه المنظمات وبطريقة عملها.

المقصود بالمنظمة الدولية كل تجمع لعدد من الدول في كيان متميز ودائم يتمتع بالإرادة الذاتية وبالشخصية القانونية الدولية، تحقق هذه الدول على إنشائه كوسيلة من وسائل التعاون الاختياري بينها في مجال أو مجالات معينة يحددها الاتفاق المنشئ للمنظمة^(٥). وبالتالي من أهم أركان المنظمة الدولية أن تنشأ بإرادة ذاتية وليس بالإكراه أو التهديد، ليس إلا وسيلة من وسائل التعاون الاختياري بين الأطراف المنشئة للمنظمة الدولية.

ومما يجدر ذكره أن هناك منظمات دولية غير حكومية Non-Governmental Organizations (NGO) لها دور أساسي في هذا المجال. هذه المنظمات غير الحكومية نادراً ما تحمل اسم منظمة، حيث أنها قد تحمل أسماء أخرى كاتحاد أو وكالة أو هيئة أو نقابة أو جمعية.

وفيما يلي سوف نقوم بإعطاء وصف موجز لأهم المنظمات الدولية.

أولاً: منظمة الأمم المتحدة ووكالاتها.

تم توقيع ميثاق الأمم المتحدة في حزيران ١٩٤٥، ومنذ ذلك التاريخ أخذت منظمة الأمم المتحدة بكافة أجهزتها ووكالاتها، تعمل على المحافظة على السلام العالمي، وعلى دعم التنمية الاقتصادية والاجتماعية في العالم. والسعي لتحقيق المساواة في حقوق الإنسان والوفاء باحتياجات الجماعات التي تحتاج إلى رعاية كاللاجئين والأطفال، ومساعدة الدول التي لم تزل استقلالها على تحقيق أهداف شعوبها بالاستقلال.

أما من حيث أهداف الأمم المتحدة يمكن إجمالها فيما يلي:

١- حفظ السلام والأمن العالمين.

٢- تنمية العلاقات الدولية بين الأمم على أساس احترام مبدأ المساواة

بين الشعوب وحققها في تقرير المصير.

٣- التعاون فيما يتعلق بحل المشكلات الدولية وتقرير حقوق الإنسان

وحريته بدون تمييز بسبب الجنس أو اللغة أو الدين.

٤- اعتبار المنظمة مرجعاً لتسيق أعمال الأمم.

أما الهيئات الرئيسية للأمم المتحدة فتشمل الهيئات الست التالية:

١- الجمعية العامة: والتي تعتبر الجهاز الرئيسي للأمم المتحدة حيث يتم تمثيل

جميع الأعضاء فيها. وللجمعية العامة حق مناقشة وإصدار التوصيات فيما

يتعلق بكافة الموضوعات التي تدخل ضمن نطاق الميثاق. وتقوم الجمعية

العامة كذلك بانتخاب الأعضاء العشرة غير الدائمين في مجلس الأمن،

بالإضافة إلى توليها تعيين الأمن العام للأمم المتحدة وقبول الأعضاء الجدد

بناء على توصية من مجلس الأمن.

لكل دولة عضو في الجمعية العامة صوت واحد، وتصدر الجمعية

قراراتها بأغلبية أصوات الحاضرين وذلك في الأمور العادية، أما في الأمور

العامة فبأغلبية ثلثي الأعضاء الحاضرين.

٢- مجلس الأمن: يتكون مجلس الأمن من خمسة عشرة عضواً منهم خمسة

دائمون هم ممثلو الولايات المتحدة وبريطانيا والصين وفرنسا وروسيا. أما

الأعضاء غير الدائمين فيتم انتخابهم من قبل الجمعية العامة لمدة سنتين. تقع

على عاتق مجلس الأمن مسؤوليات حفظ السلام والأمن في العالم، وتصدر

قراراته في الأمور غير العادية بموافقة تسعة أعضاء، بشرط أن يكون من

بينها أصوات الدول الخمس الدائمين، وهذا ما يعرف بحق النقض أو الفيتو.

وفي حالة وقوع تهديد للسلام العالمي، يحق لمجلس الأمن اتخاذ إجراءات تنفيذية كقطع العلاقات الدبلوماسية والاقتصادية واستخدام القوة لأجل إعادة استتباب الأمور.

٣- المجلس الاقتصادي والاجتماعي:

يقوم المجلس الاقتصادي والاجتماعي بتوجيه وتنسيق العمل الاقتصادي والاجتماعي وإعطاء العون المالي والفني للدول النامية ورفع مستوى التعليم والثقافة ورعاية الطفولة وحماية اللاجئين، وذلك لأجل بناء مجتمع عالمي أفضل يتصف بالرخاء والعدالة والاستقرار.

٤- مجلس الوصاية:

تنحصر مهمة مجلس الوصاية في معاونة الجمعية العامة في الإشراف على إدارة المناطق المشمولة بالوصاية. وللمجلس حق القيام بزيارات دورية أو حسب الحاجة إلى المناطق المشمولة بالوصاية.

٥- محكمة العدل الدولية

تتكون هيئة محكمة العدل الدولية والتي مقرها في لاهاي بهولندا، من خمسة عشر قاضياً يتم انتخابهم من قبل الجمعية العامة ومجلس الأمن. ولكل دولة من الدول الأعضاء في الأمم المتحدة الحق في اللجوء إلى المحكمة في حالة حدوث خلاف بينها وبين أي دولة أخرى.

تتولى الأمانة العامة كافة المهام الإدارية، حيث تتألف من عدة مكاتب مثل مكاتب الأمين العام ومكاتب مساعدتي الأمن العام وإدارة الشؤون الاقتصادية والاجتماعية، ومكتب الإعلام ومكتب الخدمات العامة.

وهناك إجمالاً عدة أجهزة فرعية ووكالات دولية متخصصة تابعة للأمم المتحدة من أهمها:

١- صندوق الأمم المتحدة للطفولة (اليونيسيف) United Nations
Childrens' Fund (UNICEF)

يعتبر صندوق الأمم المتحدة للطفولة (اليونيسيف) أحد أجهزة الأمم المتحدة المعنية برعاية الطفولة في الدول النامية، وهو بذلك يخدم حوالي ٨٠٠ مليون طفل (٧٥%) من أطفال العالم) يعيشون في أمس الحاجة إلى الطعام والصحة والتعليم والتدريب والرعاية الاجتماعية، ومنذ إنشاء الصندوق عام ١٩٤٦ وهو دائب على نشر خدماته في ستة مجالات هي: الخدمات الصحية، ومكافحة الأمراض، ونشر الغذاء الصحي، والتربية والتعليم، والتوجيه الحرفي، والرعاية الاجتماعية. ويقدم الصندوق مساعداته في هذه المجالات، بناء على طلب الحكومات صاحبة الشأن، وهو بذلك يعمل على التعاون مع الدول النامية، في النهوض بأحوال أطفالها وشبابها عن طريق تشجيع ومعاونة حكوماتها في تنمية خططها لمواجهة احتياجات أبنائها الأطفال والشباب، ليصبحوا قادرين على الإسهام في النهوض بمجتمعاتهم^(٦).

ولصندوق الأمم المتحدة للطفولة دوراً كبيراً ومساهمة فعالة في مساعدة الدول النامية في جهودها لتخطيط وتنفيذ البرامج التي تضمن للأطفال والشباب الرعاية الصحية والتعليم والثقافة الجيدة والتدريب المهني.

٢- البرنامج الإنمائي للأمم المتحدة United Nations Development Program (UNDP)

البرنامج الإنمائي للأمم المتحدة هو برنامج يقدم العون للدول النامية لأجل بناء اقتصادها ورفع مستوى معيشة مواطنيها، إن من أهم عوائق التنمية في الدول النامية عدم إدراك هذه الدول لإمكاناتها وعدم استغلال مواردها الطبيعية بالإضافة إلى حاجتها إلى المهارات الفنية والأفراد المؤهلين للقيام باستغلال هذه الموارد الطبيعية.

لذلك فقد أسهم البرنامج بشكل كبير في القيام بالأبحاث والدراسات في هذه المجالات إضافة إلى إسهامه في تنفيذ مشروعات البحث التطبيقي الهادفة إلى تحسين الإنتاجية في الصناعة والزراعة والمناجم والثروة السمكية والطاقة، وذلك من خلال مساعدة الخبراء الدوليين المتعاونين معه.

٣- منظمة الأغذية والزراعة Food and Agricultural Organization (FAO)

تقدم منظمة الأغذية والزراعة FAO خدماتها لأجل أن تضمن لدول العالم المزيد من المنتجات المتعلقة بالمزارع والغابات، كما أنها تعمل من خلال ذلك على تحسين مستويات الغذاء ورفع مستويات المعيشة.

وبالتالي فإنه يمكن القول بأن المهمة الرئيسة التي تقع على عاتق منظمة الأغذية والزراعة تتلخص في إيجاد الوسائل الكفيلة بزيادة الإنتاج الزراعي من خلال وسائل عديدة أهمها نشر المعرفة المتعلقة باستغلال الأراضي وكيفية استخدام الأسمدة والري واستثمار الغابات والثروة السمكية.

تشمل منظمة العمل الدولية (ومقرها جنيف) ممثلين عن العمال وأصحاب الأعمال وحكومات الدول الأعضاء فيها، حيث يقوم هؤلاء الممثلين بعقد الاجتماعات لبحث تحسين أوضاع العمال والعمل على تثبيت استقرارهم الاقتصادي والاجتماعي. ولأجل تحقيق ذلك، فإن منظمة العمل الدولية تسعى لأن تقوم الأطراف الممثلة فيها بوضع توصيات وتجهيز اتفاقات وذلك فيما يتعلق بأجور العمال، وتحديد ساعات عملهم وكيفية تعويضهم والحد الأدنى لإجازاتهم بالإضافة إلى أمنهم الصناعي.

٥- منظمة التربية والعلوم والثقافة (اليونسكو)

United Nations Educational, Scientific and Cultural
(UNESCO)

إن الأساس التشريعي لعمل منظمة التربية والعلوم والثقافة (اليونسكو) داخل هيئة الأمم المتحدة قد تضمنه ميثاقها، إذ تنص المادة الأولى فيه على أن أغراض الأمم المتحدة تشمل الوصول إلى التعاون الدولي على حل المشكلات الدولية ذات الصبغة الإنسانية أو الثقافية أو الاجتماعية أو الاقتصادية.^(٧)

تتلخص مجالات عمل منظمة التربية والعلوم والثقافة (ومقرها باريس) في محو الأمية في العالم، والعناية بفروع العلوم المختلفة سواء العلوم الطبيعية أو العلوم الإنسانية، وكذلك تعزيز التبادل الثقافي بين الشرق والغرب.

وقد وجهت منظمة التربية والعلوم والثقافة عنايتها لإيفاد المبعوثين للدراسة في المعاهد المتخصصة، وكذلك إعداد المواد التعليمية كالمصقات والنشرات والأفلام لأجل توعية وإرشاد أهالي الريف، ونشر كتب القراءة والكتابة لأجل محو الأمية وتعليم الكبار في السن.

أما من حيث أهداف اليونسكو فقد أوجزها محمود مرشح^(٨) بقوله أن هناك ثلاثة أهداف رئيسية هي: السلام الدولي ورفاه الإنسانية كشرط ضروري للسلام ووسيلة إيجابية لصيانته، بالإضافة إلى تقدم المعارف، وهذا هدف إذا لم يكن بالإمكان طرحه بصورة مستقلة فإنه يجد طريقه بعلاقاته الأكيدة مع الهدفين الأولين.

ثانياً: المنظمات غير الحكومية:

تألف المنظمات غير الحكومية **Nogovernmental Organizations** (NGO) من ممثلين مستقلين عن حكوماتهم، سواء كانوا هؤلاء الممثلين أفراداً أم جماعات، وتمارس هذه المنظمات واجباتها باستقلالية كاملة عن حكومات أعضائها وعن أي ضغوطات خارجية، كما أن هذه المنظمات لا تسمح لأي دولة، حتى الدولة المقيمة على أرضها، بالتدخل في أمورها بأي شكل من الأشكال.

أما أهم أدوار المنظمات غير الحكومية فيمكن تلخيصها بما يلي: ^(٩)

أ- من حيث نشاطاتها المختلفة: فالمنظمات عادة ما تنظم وتنفذ وتشرف على مؤتمرات واجتماعات وندوات ونشرات دولية. كما تتبادل فيما بينها المعلومات، وتقدم كوسيلة تعبير أو مقر التقاء لتبادل الآراء والمعلومات واتخاذ القرارات من قبل أعضائها، الذين هم مواطنون من دول مختلفة يربط بينهم التعاون والتضامن من أجل تحقيق أهدافهم المشتركة، بالإضافة لدورها الهام في تحريك الرأي العام الوطني والدولي. وبناء على ذلك يمكن القول أن مهامها الدولية تؤدي إلى تطور الإتصالات والعلاقات ما بين الشعوب، باستقلالية تامة عن الدول التابعة لها، متجاوزة بذلك الحدود الوطنية.

ب- ارتباطها مع حكومات الدول بمهام للدراسة والتعاون والاستشارة وتوجيه النصح، أو حتى المساعدات الإنسانية والاجتماعية والصحية والعلمية، وتبادل المعلومات.

ج- ارتباطها مع المنظمات الدولية البيئحكومية وخاصة مع منظمة الأمم المتحدة من خلال أحد أجهزها الرئيسة (المجلس الاقتصادي والاجتماعي).

وبالرغم من حداثة المنظمات غير الحكومية إلا أن أعداد هذه المنظمات في تزايد مستمر، حيث أن عددها الآن يزيد عن خمسة آلاف منظمة تعمل في مجالات مختلفة كالدين والأخلاق والصحافة والسياسية والقانون والإدارة والاقتصاد والنقل والصحة والتربية والزراعة والنقابات والفنون والآداب والرياضة وغير ذلك.

ومما يجدر الإشارة إليه أن المجلس الاقتصادي والاجتماعي التابع لمنظمة الأمم المتحدة قد اعتمد تصنيفاً للوضع الاستشاري للمنظمات غير الحكومية حيث قسمها إلى ثلاث فئات كما يلي^(١٠).

أ- الفئة الأولى: وتضم المنظمات التي لها علاقة مع غالبية نشاطات المجلس، والتي تنص أهدافها على دعم أهداف منظمة الأمم المتحدة والتي لها صلة قوية بالحياة الاقتصادية والاجتماعية لشعوب الدول المتواجدة في مناطقها.

بالإضافة إلى عدد أعضائها الكبير وتمثيلها لقطاع كبير من السكان. هذا النوع من المنظمات غير الحكومية، يتمتع بالمرتبة الأولى في داخل المجلس الاقتصادي والاجتماعي، ويكون بإمكانه إرسال مبعوثين وتقديم بيانات للمجلس وللجان المختلفة المنبثقة عنه، كما يكون باستطاعته المطالبة بإضافة موضوع ما على جدول أعمال المجلس وتقديم تدخلات شفوية حول المواضيع المقترحة.

وتشمل هذه الفئة أعضاء كثيرين من المنظمات غير الحكومية منهم غرفة التجارة الدولية، والإتحاد العالمي للنساء، وجمعية الصليب الأحمر الدولي، والمنظمة العالمية للسياحة، والتحالف التعاوني الدولي.

ب- الفئة الثانية: وتضم المنظمات ذات الاختصاصات المحددة والتي تهتم ببعض نواحي نشاطات المجلس والمعروفة دولياً بقدرتها في مجال تخصصها هذه المنظمات متى توفرت فيها هذه الشروط تعطى لها المرتبة الثانية والتي تؤهلها لتقديم تدخلات لدى اللجنة المكلفة بالمنظمات غير الحكومية وأمام اللجان الأخرى، وهي بالطبع أكثر عدداً من الفئة الأولى.

ج- الفئة الثالثة: وتضم المنظمات الباقية المسجلة في سجل المجلس ويكون باستطاعتها تقديم استشارات خاصة بمواضيع محددة تساعد على القيام بمهامه. ويتم ذلك بناء على طلب من المجلس أو من الأمين العام للأمم المتحدة وبالتشاور مع المجلس الاقتصادي والاجتماعي أو مع لجنة المنظمات غير الحكومية التابعة للمنظمة العالمية. وعدد هذه المنظمات هو الأكبر بالمقارنة مع المنظمات من الفئتين الأولى والثانية.

لقد استطاعت المنظمات غير الحكومية أن تؤدي دوراً هاماً من خلال الوضع الاستشاري الممنوح لها، حيث سمح لها هذا الوضع بإقامة تعاون جيد مع المنظمات الدولية. هذا التعاون أدى بالتالي إلى زيادة أهمية دور المنظمات غير الحكومية في الدول النامية.

ثالثاً: الشركات متعددة الجنسية:

لا يوجد هناك اتفاق عام حول تعريف أو حتى تسمية الشركات متعددة الجنسيات، فالبعض يسميها الشركات متعددة الجنسيات Multinational

Companies، والبعض الآخر يسميها الشركات العابرة للحدود وآخرون يسمونها الشركات متعددة القوميات.

كما أن هناك اختلافاً في التسمية من حيث الشكل القانوني، فالبعض يطلق عليها اسم شركة Company، والبعض الآخر يطلق عليها اسم مشروع Enterprise وآخرون يطلقون عليها اسم مؤسسة Corporation.

لقد عرف المجلس الاقتصادي والاجتماعي للأمم المتحدة الشركات متعددة الجنسيات بأنها كل مشروع يمتلك أو يسيطر على موجودات ومصانع ومكاتب بيع ومناجم في دولتين أو أكثر. وبالتالي فإن الأمر يتعلق بوجود عدة وحدات قانونية مستقلة تمتع كل منها بشخصية قانونية مستقلة.

إذن فالشركة المتعددة الجنسيات ليست شركة واحدة، ولكنها مجموعات شركات، وهذه المجموعة تختلف عن غيرها في أن وحداتها المكونة لها لا تعمل كلها داخل حدود دولة واحدة، ولكنها تنتشر في دول متعددة على المستوى العالمي^(١١).

وبالرغم من اختلاف الكثيرين فيما يتعلق بالتسمية والتعريف، إلا أن هناك اتفاقاً بين الباحثين والعلماء على أن هناك سمات (معايير) مشتركة بين هذه الشركات متعددة الجنسيات من أهمها^(١٢).

أ- ضخامة الحجم:

لقد وصلت الشركات متعددة الجنسيات في يومنا هذا إلى أحجام كبيرة جداً أصبح معها لفظ "شركة" صغيرة بالنسبة لضخامتها.

فالحجم الكبير لم يقتصر على عدد فروعها وانتشارها في غالبية دول العالم، بل تعدى ذلك إلى حجم عقاراتها ومصانعها ومستودعاتها ومنشآتها وعدد موظفيها

ومستخدميها، الأمر الذي يترتب عليه ضخامة حجم نشاطاتها وسيطرتها... وتشير تقارير الأمم المتحدة ومجلة "فورتن" إلى احتلال شركة موتورز المكانة الأولى عام ١٩٩٣ إذ بلغ رقم أعمالها في ذلك العام (١٣٣,٦ مليار دولار) تليها شركة فورد (١٠٨,٥ مليار دولار) فشركة إكسون للبتروول (٩٧,٨ مليار دولار) وفي المرتبة الرابعة تحتل شركة رويال داتش/ شل حيث بلغ رقم أعمالها (٩٥,١ مليار دولار) والشركة الخامسة هي تويوتا موتورز (٨٥,٣ مليار دولار) ...

ب- الامتداد الإقليمي الجغرافي

هو المعيار الثاني من حيث الأهمية، والذي منه جاء تعبير المتعددة الجنسيات أو العابرة للقارات أو على وجه أكثر دقة العابرة لحدود الدول، حيث يشترط بالشركة متعددة الجنسيات أن تكون أعمالها قائمة في أكثر من دولة. ويتفاوت الامتداد الجغرافي لهذه الشركات (المتباين من حيث الأهمية) فبعضها يمتلك فروعاً وشركات تابعة للمقر الرئيسي أي للشركة الأم في أكثر من (١٠٠) دولة.

ج- تعدد مجالات منتجاتها ونشاطاتها المختلفة.

لقد كانت هذه الشركات في مراحلها الأولى مقتصرة على منتج واحد أو اثنين فقط مما جعلها عرضة للتدخل في شؤونها. الأمر الذي أدى بها إلى أن تقرب من حصر نفسها في إنتاج صناعي أو تجاري أو مالي واحد، لتجدها تنويع منتجاتها ومجالات نشاطاتها مثل الأعمال المصرفية والمنجمية والصناعية الخفيفة والمتوسطة والثقيلة، والإنشاءات ومجالات السياحة المختلفة من فنادق ومؤسسات وشركات نقل جوية وبحرية وبرية وحتى توجهها إلى الصحافة والنشر والإنتاج الغذائي والتصنيع الحربي.

وعلى سبيل المثال لا الحصر نجد أن شركة فيات الإيطالية الأصل والمتخصصة في صناعة السيارات أصلاً المتعددة الأسماء في عدة دول مثل: فيات وسيات ونصر ولادة، قد طرقت مجال الصحافة وكذلك شركة المواصلات السلوكية واللاسلكية (I.T.T) قد طرقت مجال السياحة حيث تملك أكبر شبكة فنادق في العالم (شيراتون) والأجهزة الكهربائية وغيرها.

د- خلقها واحتكارها للتكنولوجيا المتقدمة

نظراً لمقدرتها المالية وتعدد مجالات نشاطاتها وتشتتها الجغرافي، فقد قامت هذه الشركات بخلق مراكز متخصصة في البحوث العلمية ضمت إليها خيرة علماء العالم. بالإضافة لتسخيرها لبعض مراكز البحث العلمي الجامعي لخدمة مصالحها عن طريق عقود للأبحاث، وكذلك شرائها لكل المكتشفات الحديثة للأفراد أو المؤسسات الصغيرة واحتكارها لها، مما جعلها أقدر من جميع الدول على خلق وتطوير وتحديث أساليب الإنتاج.

هـ- الإدارة المركزية.

إن لكل شركة متعددة الجنسيات مقراً رئيسياً أو ما يعرف بالشركة الأم في بلدها الأصلي أو ما يسمى بلد المنشأ أو بلد المقر وهذه الشركات تسيطر سيطرة تامة على جميع فروعها وتبعياتها المنتشرة في أنحاء العالم عبر عدد محدود من خيرة العقول المسيطرة على الإدارة المركزية لهذه الشركات، مستخدمة أحدث الأساليب العلمية للإدارة وأحدث الوسائل الإلكترونية التي ما زال بعضها يعتبر أسراراً دولية كالحاسبات الإلكترونية المتقدمة والتي استطاعت هذه الشركات من خلالها معرفة أدق البيانات والتفصيلات عن نشاطات جميع فروع هذه الشركات وتجميعها وتصنيفها ومعالجتها كمياً مستخدمة أحدث النظريات الرياضية، وكل ذلك يتم في دقائق عبر

الشبكة التي تربط بين جميع فروعها والمقر الرئيسي، بالإضافة لاستخدامها لمجموعة كبيرة من خيرة الكوادر البشرية كرؤساء أو مدراء عامين وتنفيذيين لشركاتها الموزعة في أنحاء العالم.

إن كثيراً من الشركات متعددة الجنسية تمارس^(١٥) دورها في مجال المسئولية الاجتماعية كبناء المدارس والمستشفيات أو وصف الطرق وإقامة الجسور ! لا أن ذلك لا يلغي اعتقاد الكثيرين بأن هذه الشركات بحكم حجمها الكبير تمارس نوعاً من الاحتكار في صناعات أو منتجات معينة مما قد يكون له آثاراً سلبية على حماية الإنتاج الوطني.

مراجع الفصل السادس عشر

- ١- عبد المنعم إبراهيم البدرأوي، العلاقات الدولية بين النظرية والتطبيق، الدار البيضاء: مطبعة النجاح الجديدة، ١٩٨٠، ص ٣٦-٣٨.
- ٢- منصور ميلاد يونس، المرجع السابق، ص ١٥٥-١٥٦.
- ٣- اسماعيل صبري مقلد، العلاقات السياسية الدولية: دراسة في الأصول والنظريات، الكويت: منشورات ذات السلاسل، ١٩٩٣، ص ٤٤٩-٤٥١.
- ٤- المرجع نفسه، ص ١٨٧.
- ٥- محمد سامي عبد الحميد، محمد السعيد الدقاق، التنظيم الدولي، الإسكندرية: دار المطبوعات الجامعية، ٢٠٠٢، ص ٢٤٨.
- ٦- حسين عمر، المنظمات الدولية: هيئات ووكالات منظمة الأمم المتحدة ومنظمات التنمية والتجارة والتعاون الاقتصادي القاهرة: دار الفكر العربي، ١٩٩٣، ص ٤١٢.
- ٧- ليلى العقاد، المنظمات الدولية والإقليمية، دمشق: مطبعة الداودي، ١٩٨٦، ص ١٢٨.
- ٨- محمود مرشحة، المنظمات الدولية: النظرية العامة، دمشق: مطبعة دار الكتاب، ١٩٨٩، ص ٢٠٤.
- ٩- محمود خلف، مدخل إلى علم العلاقات الدولية، عمان، ١٩٩٧، ص ٢٩٩.
- ١٠- منصور ميلاد يونس، مقدمة لدراسة العلاقات الدولية، القاهرة: جامعة ناصر، ١٩٩١، ص ١٢٣-١٢٤.
- ١١- حسام عيسى، الشركات المتعددة القوميات، بيروت: المؤسسة العربية للدراسات والنشر، ب. ت، ص ٤٦.
- ١٢- لمزيد من التفاصيل، يرجى مراجعة، محمود خلف، المرجع السابق، ص ٢٧١-٢٧٦.

