

العلاقات العامة الدولية: الأطر النظرية والممارسات العملية

سليمان رابح الشريف صالح^{1*}

قسم العلاقات العامة - كلية الإعلام جامعة - بنغازي - ليبيا

DOI: <https://doi.org/10.54172/mjssc.v40i1.976>

المستخلص: تعد دراسة العلاقات العامة الدولية من المواضيع المعاصرة التي حظيت باهتمام الباحثين في العلاقات العامة خاصة في المجتمعات الغربية، بهدف تأطيرها وتبيان دورها عند ممارستها في مؤسسات متعددة الثقافات، لذا سعت هذه الدراسة لتتبع ممارستها دولياً، وتوضيح التطورات التي طرأت عليها في أبعادها المفاهيمية، والنظرية، والتطبيقية مما حدا بممارستها على الصعيد الدولي، فضلاً عن المقارنات التي تناولتها في ظل ممارستها في سياقات ثقافية متعددة. واستخدم المنهج النوعي في دراسة هذه الظاهرة الكونية، بالنظر إلى ما يتصف به من مرونة للغوص في الظواهر التي لم تحظ بدراسة كافية من قبل، كما وظف المنهج المقارن، لمعرفة أوجه التشابه والاختلاف في ممارسة العلاقات العامة الدولية في بيئات ثقافية متنوعة. وأظهرت النتائج بأن فهم الثقافات المحلية يعد شرط التحول لممارسة العلاقات العامة على الصعيد الدولي، فضلاً عن إمكانية تطبيق نماذج العلاقات العامة ونظرياتها في سياقات ثقافية مختلفة.

الكلمات المفتاحية: العلاقات العامة، العلاقات العامة الدولية.

International Public Relations: theoretical frameworks and practical practices

Suliman Rabeh Elsharef Saleh^{1*}

¹ Public Relations Dep, Faculty of Media, Benghazi University

Abstract: The study of international public relations is considered to be one of the contemporary topics that have attracted the attention of researchers in public relations, especially in western societies, in order to frame it and clarify its role when it is practiced in multicultural institutions. Thus, this study sought to trace its practice internationally, therefore, to clarify the developments that have occurred in its conceptual, theoretical, and applied dimensions, which led to its practice at the international level, as well as the comparisons that it dealt with in light of its practice in

especially the one that has not been sufficiently studied yet, furthermore, the comparative approach was employed, to find out the similarities and differences in practicing of international public relations in diverse cultural environments. The results showed that understanding local cultures is a condition for the transformation of the practice of public relations at the international level, as well as the possibility of applying public relations models and theories in different cultural contexts.

Keywords: Public Relations, International Public Relations.

1. الإطار المنهجي للدراسة:

1.1. مقدمة:

شهدت العلاقات العامة تطوراً ونموً سريعاً خلال العقود الماضية في العديد من الدول المتقدمة والنامية على حد سواء. وذلك من خلال التوسع الملحوظ الذي تشهده هذه المهنة أكاديمياً ووظيفياً، حيث أصبحت علماً يدرس في الكثير من الجامعات حول العالم، فضلاً عن دورها الوظيفي المحوري في الكثير من المؤسسات بوصفها نشاطاً إدارياً، مما دفع العديد من الحكومات وكذلك المنظمات غير الحكومية إلى الاستعانة بها في توطيد العلاقة مع جماهيرها، سواء جماهيرها المحلية أو جماهير المنظمات الأخرى التي تربطها بها مصلحة مشتركة وت تسعى للمحافظة على استمرار التواصل معها، وذلك لتحقيق الأهداف التي تسعى إليها الحكومات والمنظمات، وخاصة تلك التي لديها أنشطة وبرامج تسعى لتحقيقها مع دول ومؤسسات أخرى خارج حدود الدولة أو المؤسسة. إذ لم تعد أنشطة العديد من الدول والمؤسسات قاصرة على حدود الدولة أو المؤسسة ذاتها، لذلك سعت الكثير من الدول إلى تدشين سبل التواصل، وبناء الثقة والتعاون المتبادل مع غيرها من الدول الأخرى، سواء كان ذلك بشكل رسمي عن طريق سفارتها أو ممثليها لدى تلك الدول، أو كان بشكل غير رسمي عن طريق شركاتها العامة والخاصة التي لديها أعمال ومصالح تجارية تحرص على استمرارها. هذا التوسع في الأنشطة والمصالح، دفع العديد من الدول والمؤسسات إلى إنشاء أقسام وإدارات متخصصة تُعنى بأنشطة العلاقات العامة، توكل إليها المهام الإدارية والاتصالية لرسم إستراتيجيات فاعلة للتواصل الدائم والمستمر داخل الدولة وخارجها لتحقيق المصالح المشتركة، الأمر الذي أسهم في نمو القنوات الداعية إلى أهمية تطبيق وممارسة العلاقات العامة على الصعيد الدولي.

2.1. مشكلة الدراسة:

مع مطلع تسعينيات القرن الماضي، بدأت ممارسة العلاقات العامة الدولية في البلدان المتقدمة وبالأخص في الولايات المتحدة الأمريكية، وذلك من خلال الشركات المتعددة الجنسية التي لديها مصالحها في العديد من الدول حول العالم، فضلاً عن دور رابطة الممارسين الدوليين للعلاقات العامة والجمعية الدولية للعلاقات العامة، التي سرعت من نمو وانتشار ممارسة العلاقات العامة على الصعيد الدولي (بوتان 1992). منذ ذلك الحين وفي ظل تنامي التقنيات الحديثة للاتصال بدأ اهتمام المؤسسات الحكومية وغير الحكومية، خاصة في

البلدان المتقدمة، التي لديها مصالح مشتركة مع غيرها من المؤسسات الأخرى، بتوظيف العلاقات العامة على الصعيد الدولي لما لها من دور في فاعل بوصفها نشاطاً اتصالياً يسعى إلى تعزيز العلاقات بين المؤسسات مع بعضها البعض فضلاً عن الجماهير المستهدفة. مما دفع العديد من الباحثين في العلاقات العامة في التفكير بإيجاد أطر نظرية تسهل من مهمة الممارسين لها على الصعيد الدولي.

فضلاً عن الجدليات التي صاحبت ظهور وتطور ممارسة العلاقات العامة على الصعيد الدولي من حيث التأثيرات المختلفة، خاصة المتغيرات الثقافية، والسياسة، والاقتصادية، على ممارستها من بلد إلى آخر ومن ثقافة إلى أخرى، في الوقت الذي توصف فيه ممارسة العلاقات العامة الدولية في الدول النامية وخاصة في المجتمعات العربية بالندرة، حيث أنها لم تحظ بالدراسات الكافية التي تؤكد أو تنفي فرضية دولية العلاقات العامة من عدمها. وكان ذلك أحد أهم دوافع القيام بهذه الدراسة ضمن المساعي الرامية لتجذير ممارسة العلاقات العامة الدولية على صعيد البلدان المتقدمة، والنامية، فضلاً عن البلدان العربية. ويمكن صياغة مشكلة الدراسة ضمن التساؤلات التالية:

3.1. تساؤلات الدراسة:

- ما العلاقات العامة الدولية؟ وما المفاهيم المقاربة لها؟
- هل العلاقات العامة محلية أم دولية؟
- ما الأسباب التي دفعت لممارستها على المستوى الدولي؟
- ما تأثير الثقافات المحلية على ممارسة العلاقات العامة على الصعيد الدولي؟
- هل يمكن تطبيق نماذج ونظريات العلاقات العامة الدولية، والمطبقة في الدول المتقدمة، على الدول النامية وخاصة العربية منها؟

4.1. أهمية الدراسة:

تتجسد أهمية هذه الدراسة في خصوصيتها التي تسعى لتتبع ممارسة العلاقات العامة الدولية منذ بداية ظهورها في المجتمعات الغربية ومقارنتها بغيرها من الثقافات المجتمعية الأخرى، من أجل تأطير ممارستها دولياً. كما يؤمل أن تسهم في تقديم الإضافات النظرية المعرفية لتوفير أدب نظري متنوع يضاف لما هو موجود بالفعل، خاصة للباحثين العرب، مما يساعدهم على إجراء المزيد من الدراسات التي تُعنى بممارسة العلاقات العامة الدولية في المؤسسات الحكومية وغير الحكومية.

5.1. أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

- التعرف على ماهية العلاقات العامة الدولية ومقاربتها مع غيرها من المفاهيم ذات العلاقة.

- تتبع التطور المفاهيمي للعلاقات العامة التي في سياقاتها الدولية.
- الكشف عن الأسباب التي دفعت بممارستها على الصعيد الدولي.
- معرفة التأثير المحتمل للثقافات المحلية على ممارسة العلاقات العامة الدولية في المؤسسات متعددة الثقافات.
- التعرف على إمكانية تطبيق نماذج ونظريات العلاقات العامة الدولية الغربية، على مؤسسات الدول الأخرى، لاسيما مؤسسات الدول العربية.

6.1. منهج الدراسة:

تصنف هذه الدراسة من ضمن الدراسات النوعية التي تسعى للبحث في تفاصيل الظواهر، خاصة تلك التي لم تبحث بشكل كافٍ من قبل، حيث تم الاعتماد على المنهج الوصفي لتحليل الموضوع قيد الدراسة من خلال البحث المعمق في الأدب السابق الذي أهتم بدراسة العلاقات العامة على الصعيد الدولي في الدول المتقدمة والنامية، وكذلك الدول العربية. فضلاً عن ذلك وظف المنهج المقارن، للمقارنة بين الدراسات التي تناولت هذه الظاهرة في ظل ممارستها في سياقات ثقافية متنوعة، بهدف التأكد من صحة الفرضيات المتصلة بممارسة العلاقات العامة على الصعيد الدولي.

2. الإطار النظري للدراسة:

1.2. العلاقات العامة: تطور مفاهيمي

خلال العقود الثلاثة الماضية تغيرت مفاهيم وأساليب ممارسة العلاقات العامة ذاتها، من طبيعتها القديمة التقليدية إلى السمة الحديثة المعاصرة التي فرضتها الظروف والمتغيرات التي تمارس في ظلها وظيفة العلاقات العامة بالمؤسسات، مما عزز من فرص انتشارها وممارستها على الصعيد الدولي. فالمفهوم "التقليدي للعلاقات العامة" يُعنى بممارستها بشكل أحادي الاتجاه أي من المؤسسة إلى جماهيرها، وبتركيز على الدعاية والنشر دون الاهتمام بردود فعل الجماهير. في هذا السياق يؤكد (جرونج وهنت، 1984، Grunig & Hunt)، على أن المؤسسات ومن خلال استخدامها لهذا النمط الاتصالي تسعى إلى التأثير في الجماهير المستهدفة وإقناعها بسياسة المؤسسة وأهدافها. لذلك فإن هذا الأسلوب الاتصالي غير قادر على خدمة مصالح وسياسات الدول والمؤسسات التي تسعى إلى بناء علاقات متبادلة أو المحافظة على العلاقات القائمة، الأمر الذي دفعها إلى استخدام نمط اتصالي ثنائي الاتجاه متوازن يخدم مصالح كلا الطرفين. ذلك لأن جوهر "العلاقات العامة المعاصرة" هو الاتصال الثنائي المتزن، والحوار، والمفاوضات من أجل الوصول إلى تفاهات مشتركة بين المؤسسة وجماهير المصلحة التي تسعى للوصول إليها. ضمن هذا التوجه، تشير العديد من الدراسات التي أجريت في حقل العلاقات العامة بالبلدان المتقدمة والنامية على حد سواء، إلى أن مفهوم بناء العلاقات أو

المحافظة عليها من خلال فهم ثقافة الآخر والحوار مع الجماهير المستهدفة من أجل الوصول إلى تسوية مرضية لكل الأطراف، أصبح الهدف الرئيسي للعلاقات العامة الحديثة (كدراسة: صالح، Saleh, 2017 ،دياب 2010 ؛ تايلور، Taylor, 2000 ؛ جرونج وآخرون ، Grunig et al., 1995 ؛ بروم وآخرون ، Broom et al., 1997). هذه الفلسفة الاتصالية الحديثة للعلاقات العامة عززت من فاعليتها وقوة تأثيرها، كذلك اتساع رقعة ممارستها محلياً ودولياً، فضلاً عن تداخلها مع العلوم ذات الطابع الدولي كالنشاط الدبلوماسي الرسمي وغير الرسمي، الذي أصبحت تمارسه الدول والمنظمات للوصول إلى جماهيرها داخلياً وخارجياً، إذ يشير جولن إلى أن المفهوم المعاصر للدبلوماسية يستخدم الاتصال في اتجاهين، والحوار، والمفاوضات، و"القوة الناعمة"، كأساليب اتصالية حديثة لتعزيز وبناء علاقات طويلة الأمد بين الدول وجماهيرها أيضاً (2015 Golan). إن طبيعة العلاقات العامة المعاصرة وأدورها الاتصالية الفاعلة في الحوار والمفاوضات بين المؤسسات بعضها البعض، وبين المؤسسات وجماهيرها، زاد من أهميتها لدى تلك المؤسسات وخاصة ذات الطابع الدولي، الأمر الذي أضفى عليها طابع دولية العلاقات العامة، وسرع من فرص ممارستها ونجاحها لاسيما في ظل التطورات التقنية الحديثة، وما أنتجته من أدوات ووسائل اتصالية جديدة.

ومع منتصف القرن العشرين، اتسع نشاط العلاقات العامة الدولية، وظهرت الحاجة لها مع ظهور العولمة وكذلك التطورات التي حصلت على جميع الأصعدة وخاصة التكنولوجية منها. في هذا السياق، يؤكد إنجينهوف ورويل بأنه نتيجة للعولمة، والتقدم التكنولوجي الذي يشهده العالم اليوم، وخاصة في مجال وسائل الاتصال، لم تعد أنشطة الكثير من الدول والمؤسسات مقيدة بالحدود الجغرافية لبلدانها الأصلية، وإنما أخذت في التوسع نتيجة لمصالحها المشتركة مع غيرها من الدول الأخرى التي تسعى للوصول إلى جماهيرها والتأثير فيها، مما ألزمها مراعاة ظروف تلك الجماهير الثقافية، والسياسية، والاقتصادية، والاجتماعية (Ingenhoff & Ruehl, 2013) ويعزز سريرامش هذا التأكيد قائلاً إن انتشار المنظمات دولياً وارتباطها مع بعضها البعض نتيجة لمصالحها المشتركة، مكنت من ممارسة العلاقات العامة على الصعيد الدولي وأضفت عليها صفة العالمية (Sriramesh, 2003). ولكن السؤال الذي يمكن طرحه يكمن في وصف العلاقات العامة، وبمصادقية ذلك الوصف ضمن السياقات المحلية والدولية.

3.2. هل العلاقات العامة، دولية؟

تطورت مفاهيم العلاقات العامة بشكل سريع وتداخلت مع غيرها من المفاهيم الأخرى، نتيجة لتقارب العلوم الاجتماعية من جهة، وبوصف العلاقات العامة لا يزال علماً حديثاً في طور النمو والتوسع من جهة أخرى. وهذا ما يتطلب التمييز بين "دولية" العلاقات العامة و"عالمية" العلاقات العامة. وكذلك "العلاقات العامة الدولية أو الحكومية" و"المحلية"، وبحسب وصف إنجينهوف ورويل فإن العديد من الدراسات التي أجريت في المجتمع الغربي تبين أن هناك تقارب مفاهيمي وثيق بين العلاقات العامة الدولية والمفهوم التقليدي للعلاقات العامة،

حيث أن العلاقات العامة وفقاً لكلا المفهومين تسعى إلى ربط المؤسسة مع غيرها من المؤسسات، فضلاً عن جماهيرها الداخلية والخارجية، كما يؤكد الباحثان بأن هذا المفهوم استخدم لاحقاً على نطاق واسع في العديد من الدراسات ليصف ممارسة العلاقات العامة على الصعيد الدولي في المؤسسات الحكومية وغير الحكومية (Ingenhoff & Ruehl, 2013). في حين وجد تشابه في البعد الفلسفي والتطبيقي بين العلاقات العامة الحكومية والدبلوماسية العامة، فكلاهما يُستخدم كوظيفة اتصالية فاعلة من قبل الحكومات والمؤسسات الرسمية، التي تسعى إلى بناء علاقات بين الدول أو بين المؤسسة وجمهورها (لاتانغ ، 1996 ، L'Etang). بخلاف العلاقات العامة الدولية والمحلية، تهتم **العلاقات العامة العالمية** بالبحث في القضايا التي تشكل اهتماماً مشتركاً لدى دول العالم وشعوبها، في محاولة لإيجاد مبادئ عامة يمكن أن تطبق بشكل واسع وموحد باختلاف المؤسسات وأنشطتها وكذلك وأماكن تواجدها، وتعد نظرية العلاقات العامة العالمية المساهمة الأبرز في هذا المجال (فرسيش وآخرون 1996 Vercic et al.).

تتباين وجهات نظر الباحثين والمهتمين بالعلاقات العامة وممارستها حول ما يجعل من العلاقات العامة دولية بالفعل. بمعنى آخر، هل هناك علاقات عامة دولية، وأخرى محلية؟ في هذا الصدد، يقول كل من تايلور وكنت، تتأثر في كثير من الأحيان العلاقات العامة في المؤسسات التي لديها مصالح بدول أخرى و تمارس أعمالها خارج حدود دولتها، بثقافة البلد الأصلي الذي تتبعه تلك المؤسسة، مما يجعلنا نذهب إلى وصف العلاقات العامة بكونها عابرة للحدود أكثر من وصفها بأنها دولية (Taylor & Kent , 1999). فيما يرى كيرتن وجيثر بأن العلاقات العامة الدولية تُعنى بدراسة الثقافات الدولية خارج حدود الدولة ذاتها، بمعنى أن ممارسة العلاقات العامة يجب أن تتم خارج حدود الدولة الوطنية، مما يضيف عليها صفة الدولية (Curtin & Gaither, 2007). وفي السياق ذاته، يؤكد ويكفيلد، بأن أنشطة العلاقات العامة لا يمكن وصفها بأنها دولية، إلا من خلال دورها في بناء العلاقات بين المؤسسات وجماهيرها في بلدان مختلفة باختلاف ثقافتها وتنوعها (Wakefield, 2008). كما ترى اليمو بأن ما يميز حملات العلاقات العامة الدولية عن المحلية، هو أن حملات العلاقات العامة الدولية عند الممارسة دائماً ما تأخذ بعين الاعتبار الاختلافات الثقافية بين الشعوب المستهدفة (Alaimo, 2017). بمعنى، أن ما يجعل من العلاقات العامة دولية هو انخراط ممارسي العلاقات العامة نيابة عن المؤسسات التي يمثلونها مع المجتمع المحلي التي تعمل فيه تلك المؤسسات وفهم ثقافتهم وعاداتهم وتقاليدهم، مع مراعاة الاستراتيجيات الاتصالية لتلك المؤسسات.

في المقابل، تشير الكثير من الدراسات بأن الوسائل التقنية الحديثة وفرت أبدال متطورة للتواصل والتفاعل، حيث تقلصت المسافات ولم يعد عامل الزمن والمكان عائقاً في التواصل بين الشعوب، إذ لم تعد هناك حدود جغرافية معلومة بين الدول، التي أصبحت تعيش في عالم لا حدود له (صالح، 2021 ; Mutsvairo, 2016، موتسفايرو). حيث يؤكد سريرامش، بأن العولمة قربت من ثقافات الشعوب وسهلت من الاتصال والتواصل وفهم

كل طرف لثقافة الآخر، مما جعل المجتمع المحلي متعدد الثقافات، وانعكس على العلاقات العامة وانحسرت فرص ممارستها محلياً (Sriramesh, 2003). حيث يمكن وصف جميع أنشطة العلاقات العامة بأنها دولية، لأن التواصل أصبح أسهل من أي وقت مضى نتيجة للعولمة، فيما يرى جرونج أن العلاقات العامة لا تكون دولية إلا من خلال المنظور الذي يسمح لممارسيها من العمل في بلدان مختلفة وبشكل تعاوني متبادل مع شعوبها وفق اختلافاتهم الثقافية (Grunig, 1992).

فضلاً عن ذلك، أظهرت هجمات 9/11 على مركز التجارة العالمي سنة 2001 بنيويورك، التحديات التي تواجه الإدارة الأمريكية على وجه الخصوص في عهد الرئيس الأمريكي جورج بوش الابن، في الاستراتيجيات الاتصالية المتبعة للتعامل مع دول العالم ولاسيما المجتمعات الإسلامية وخاصة بعد ظهور "الإسلاموفوبيا"، مما دفع الإدارة الأمريكية في ذلك الوقت لإتباع استراتيجيات جديدة في التعامل مع الدول الإسلامية تُعنى بالتواصل مع شعوب تلك الدول وفهم ثقافتها وبناء علاقات متبادلة معها. في هذا السياق، يقول جريجوري، بأن هجمات 9/11 ألزمت الكثير من الحكومات حول العالم من تغيير طرق تواصلها مع بعضها البعض، حيث كان الحوار، والمفاوضات، وفهم الثقافات الوطنية هي الوسائل الاتصالية المناسبة لبناء العلاقات بينهما (2007، Gregory). فيما كانت سنة 2011، هي سنة التغيير والتحول في أنظمة وسياسات الكثير من الدول العربية، التي شهدت ما يعرف "بالربيع العربي"، حيث بدأت شرارتها في تونس مع نهاية سنة 2010، والتي أطاحت بالكثير من الأنظمة العربية في تونس ومصر وليبيا واليمن، وغيرت من السياسات الداخلية لكثير من الدول العربية تجاه مواطنيها، والتي كانت تقتصر لإيجاد استراتيجيات فاعله بينها وبين شعوبها فضلاً عن الدول الأخرى التي تتعامل معها، مما كلفها وكلف دولها وشعوبها الكثير من الأزمات التي لازالت تعاني منها حتى الوقت الراهن. كل هذه التحولات السياسية والاقتصادية التي شهدتها العالم وبالأخص منطقة الشرق الأوسط ودول شمال أفريقيا، أجبرت الدول التي لديها مصالح مشتركة مع غيرها من الدول، من تغيير سياساتها اتجاه تلك الدول، وسعيها في التواصل مع شعوبها وفهم ثقافتهم وعاداتهم، مما أسهم في الاستخدامات الواسعة لممارسة العلاقات العامة الدولية وزاد من أهميتها في بناء العلاقات بين الدول.

ضمن هذا التوجه يمكن التأكيد بأن الوسائل التقنية الحديثة، قربت المسافات، في الوقت الذي لم تزيل خصوصية الثقافات الموجودة لدى كل شعوب العالم. حيث أن الاختلافات الثقافية موجودة داخل البلد الواحد، مما يجعل من صفة الاختلاف قائمة في ممارسة العلاقات العامة باختلاف الدول والثقافات. في ظل ممارسة العلاقات العامة على الصعيد الدولي وفي ثقافات مختلفة، يصفها العالاق بأنها الجهود المبذولة والمخطط لها من قبل المؤسسات بهدف إيجاد التفاهم المشترك بينها وبين الجماهير المستهدفة تتجاوز فيها الفجوات الجغرافية، والثقافية، والاجتماعية (العلاق، 2010). فضلاً عن ذلك، يمكن تعريف العلاقات العامة الدولية بأنها الممارسة الاتصالية بين الدول والمؤسسات التي تتم خارج حدود البلاد الوطنية وتراعي فيها التنوع الثقافي

والسياسي والاجتماعي بين شعوب الدول التي تتعامل معها من أجل بناء علاقات معها أو المحافظة على العلاقات القائمة بالفعل. أي أن العلاقات العامة الدولية تُعنى بمدى تطبيق وممارسة الاستراتيجيات الاتصالية للعلاقات العامة من قبل الدول أو الشركات أو المنظمات متعددة الجنسيات على الصعيد الدولي، أخذه في اعتبارها الاختلافات الثقافية بين البلد الأصلي والبلدان المضيفة لها.

على الرغم من كل هذا التطور الذي شهدته العلاقات العامة، إلا أن الفهم المعمق لها من الناحيتين النظرية والتطبيقية لا يتأتى إلا من خلال أطر نظرية تمارس من خلالها وتختبر فروضها لتأكد أو تنفي الفرضيات المطروحة من عدمها، مما يقدم التفسيرات ويسهل ويعمق من فهمها في السياقات التي تطرح فيها. تأسيساً على ذلك، ومع منتصف تسعينيات القرن الماضي طالب العديد من علماء العلاقات العامة لإيجاد أطر نظرية تشرح وتفسر ممارسات العلاقات العامة في دول ومؤسسات مختلفة، حيث وفرت تلك المطالب، وأسست لتقديم إسهامات متنوعة شملت نماذج العلاقات العامة الدولية، فضلاً عن نظرية العلاقات العامة العالمية.

4.2. نماذج العلاقات العامة الدولية:

ينظر إلى نماذج العلاقات العامة الأربعة التي قدمها جرونج وهنت منتصف الثمانينيات من القرن الماضي وهي (نموذج المعلومات العامة، ونموذج الوكالة الصحفية أو النشر، ونموذج ثنائي الاتجاه غير المتوازن، ونموذج ثنائي الاتجاه المتوازن)، بوصفها أول إطار نظري قدم في مجال العلاقات العامة، التي طبقت في العديد من الدول والمؤسسات المتقدمة والنامية، والحكومية وغير الحكومية منها. حيث أسهمت هذه النماذج بشكل كبير في تطور مهنة العلاقات العامة ليس فقط من الناحية النظرية بل من ناحية الممارسة العملية لها (عبدالحى، 2014 Abdelhay). في سياق متصل يقول دياب قبل أن يقدم جرونج وهنت هذه النماذج، كان الباحثين والممارسين للعلاقات العامة يعتمدون في دراساتهم على أطر نظرية من ميدان العلوم الاجتماعية كالسياسة والاجتماع وغيرها، إلى أن قُدمت هذه النماذج التي مُورست على نطاق واسع في المؤسسات العامة والخاصة حيث ساعدت في تقديم التفسيرات في مجال ممارسة العلاقات العامة (دياب، 2010). مما أسهمت في ظهور أنموذج التأثير الشخصي **Personal Influence Model** ، وأنموذج المترجم الثقافي **Cultural Interpreter Models**، اللذان يُعنيان بممارسة العلاقات العامة على الصعيد الدولي.

1.4.2. أنموذج التأثير الشخصي : **Personal Influence Model**

ظهر هذا الأنموذج نتيجة للدراسات التي تعنى بدراسة العلاقات العامة في سياقات ثقافية مختلفة، ويعد سريرامش Sriramesh من أشهر علماء العلاقات العامة الذين يطالبون بفهم العلاقات العامة ودراستها في ظل السياق الثقافي التي تعمل به المؤسسات. ويقدمه سريرامش بوصفه الأنموذج الخامس في ميدان ممارسة العلاقات العامة، ويؤكد بأن هذا النمط الاتصالي يحظى باستخدامات واسعة في دول ومؤسسات الشرق الأقصى، حيث وظف ممارسي العلاقات العامة بتلك المؤسسات هذا الأنموذج الاتصالي بهدف التأثير على

جماهير المصلحة وإقناعهم ومن ثم تغيير اتجاهاتهم ومواقفهم السابقة (Sriramesh ، 1992). وتستند الفلسفة الاتصالية وفقاً لهذا النموذج على أن القائم بالاتصال يستفيد من العلاقات الشخصية التي تربطه مع قادة الرأي من صناع القرار بالمجتمع، فضلاً عن وسائل الإعلام المحلية من أجل إقناعهم بسياسة المؤسسات التي ينتمون إليها. فيما أظهرت العديد من الدراسات أن هذا النمط الاتصالي الذي يعتمد على التأثير الشخصي للممارسين في بناء علاقات مع الجماهير ومؤسساتهم، قد طبق في العديد من المؤسسات حول العالم. في هذا الصدد، تشير دراسة ليرا التي هدفت لمعرفة ممارسة العلاقات العامة بالمؤسسات اليونانية، أن نموذج التأثير الشخصي يؤدي دوراً محورياً في ربط المؤسسة وقيادات المجتمع المحلي من إعلاميين وسياسيين، كما تعد المهارات والعلاقات الشخصية للمتقدمين للعمل بوظيفة العلاقات العامة، شرطاً للتوظيف تطالب به الكثير من المؤسسات اليونانية (ليرا، 1991 Lyra).

كما بينت نتائج العديد من الدراسات التي أجريت في الدول العربية، بأن هذا النموذج قد وظفته الكثير من المؤسسات العامة والخاصة، من أجل بناء علاقات بين المؤسسة وجمهورها، حيث يؤكد دياب بأن الكثير من ممارسي العلاقات العامة بالمؤسسات العربية، يستخدمون هذا النموذج التأثير الشخصي للتواصل مع قادة الرأي والفاعلين بالمجتمع، بهدف الحصول على دعمهم وتأييدهم (دياب، 2010). فيما جاءت نتائج الدراسات التي أجريت على المؤسسات السعودية، والإماراتية، والليبية متوافقة من حيث أهمية الدور الذي يؤديه هذا النمط الاتصالي الذي يعتمد عليه ممارسي العلاقات العامة بالدول الثلاث السابقة (صالح، 2017 Saleh؛ عبد الحى، 2014 Abdelhay).

2.4.2. أنموذج المترجم الثقافي: Cultural Interpreter Models

بينت نتائج دراسة ليرا التي أجريت في المجتمع اليوناني، التي سعت للتعرف على ممارسة العلاقات العامة في المؤسسات اليونانية، بأن ممارسي العلاقات العامة بالمؤسسات التي شملتها الدراسة، اعتمدوا في ربط المؤسسة مع المؤسسات الأخرى وكذلك الجماهير المستهدفة، على أفراد محليين، الذين يعدون أكثر إلماماً وإدراكاً للثقافة السائدة، مما يسهل من تفسير وشرح أهداف المؤسسة وغاياتها (ليرا ، 1991 ، Lyra). هذا وتشير العديد من الدراسات التي أجريت في سياقات ثقافية مختلفة، بأن أنموذج المترجم الثقافي يستخدم من قبل ممارسي العلاقات العامة أو من يمثل المؤسسة " المبعوث الخاص " ، مما يسهل عليهم في عملية بناء أو تعزيز العلاقات الثنائية بينهم وبين المؤسسات التي يمثلونها. في هذا السياق، يقول جرونج وآخرون، يعد هذا النمط الاتصالي بالغ الأهمية والتأثير بالنسبة لممارسي العلاقات العامة الذين تختلف ثقافتهم وعاداتهم عن ثقافة وعادات الجماهير المستهدفة (Grunig et al., 1995).

تسعى المنظمات الحكومية وغير الحكومية جاهدة لبناء علاقات تعاون متبادل بينها وبين المنظمات الأخرى، فالمصالح المتبادلة تدفع الدول عن طريق سفاراتها أو ممثليها لمد جسور التعاون مع غيرها من الدول للمحافظة

على تلك المصالح خاصة في ظل التنافس القائم بين الدول، فضلاً عن دور الشركات العامة والخاصة التي لديها مصالح تجارية مع العديد من البلدان حول العالم، مما يستدعيها إلى فهم ثقافة وعادات الدول التي تعمل بها. وفي هذا السياق يؤكد دياب في دراسته التي أجريت على السفارات الموجودة بجمهورية مصر العربية، وصالح في دراسته التي أجريت عن السلك الدبلوماسي ودوره في توظيف العلاقات العامة من أجل بناء العلاقات الليبية الإيطالية، بأن أنموذج المترجم الثقافي استخدم من قبل الدبلوماسيين والممارسين لفهم الثقافة المحلية في المجتمع المصري من جهة، والمجتمع الليبي من جهة أخرى (دياب ، 2010 ؛ صالح ، 2017 (Saleh). كما بينت نتائج دراسة جرونج وآخرون التي تناولت ممارسة نماذج العلاقات العامة على الصعيد الدولي، بأن العديد من المنظمات العامة والخاصة تقوم بالاستعانة بالسكان المحليين بالدول التي تعمل بها، فعادة ما تقوم السفارات والشركات متعددة الجنسية باستخدام أنموذج المترجم الثقافي، مما يسهل من عملية التواصل مع قيادات ومؤسسات المجتمع المحلي (Grunig et al., 1995).

فضلاً عن نماذج جرونج وهنت الأربعة، فقد وظف كلا الأنموذجين الدوليين على نطاق واسع في الكثير من مؤسسات الدول المتقدمة والنامية. وعلى الرغم من ذلك، سعى العديد من علماء العلاقات العامة لإيجاد نظرية عالمية للعلاقات العامة يمكن تطبيق مبادئها على صعيد دولي، مما أسهم في ظهور نظرية العلاقات العامة العالمية في منتصف التسعينيات.

5.2. نظرية العلاقات العامة العالمية: Global Theory in Public Relations

كان لتراكم الأدب النظري في العلاقات العامة، والدراسة التي أجراها جرونج وآخرون الدور الجوهري في ظهور نظرية العلاقات العامة العالمية، اهتمت دراستهم بمعرفة التكيف المستخدم عند ممارسة العلاقات العامة في ظل التنوع الثقافي، حيث أجريت على مؤسسات متنوعة الأنشطة وفي بلدان مختلفة، وأجريت هذه الدراسة على أكثر من 300 مؤسسة اشتملت على العديد من الدول حول العالم، بهدف اختبار خصائص نظرية الامتياز على أقسام وإدارات العلاقات العامة، من أجل الوصول إلى ممارسة العلاقات العامة على صعيد الدولي (ري ، 2002 (Rhee). فيما عرفت في حقل العلاقات العامة بمسمى "نظرية المبادئ العامة والتطبيقات المحددة"، وتشمل المبادئ العامة على نماذج العلاقات العامة فضلاً عن نظرية الامتياز، وتشير التطبيقات العامة، إلى ممارسة أنشطة وبرامج العلاقات العامة في ظل سياقات معينة تشتمل على الثقافة، والسياسة، والاقتصاد، والإعلام وغيرها.

توصف هذه النظرية كما قدمها منظريها بأنها نظرية معيارية، أي أنها تُراعي الثقافات الأصلية لكل بلد، ولا تُهمل التنوع الثقافي بين الشعوب وفق لمبدأ النسبية الثقافية، واستناداً لمبدأ المعيارية في هذه النظرية، يمكن ممارسة مبادئها بشكل موحد بصرف النظر عن المكان الذي تمارس فيه، مما يسهل من مهمة ممارسي العلاقات العامة في تحقيق أهداف المؤسسات التي يمثلونها. في هذا السياق، يؤكد كل من خميس وتوث بأن

نظرية العلاقات العامة العالمية، قدمت لأول مرة مجموعة من المبادئ العامة التي تتيح من ممارسة أنشطة وبرامج العلاقات العامة على مستوى دولي (Khamis & Toth، 2008). ويشير فان دايك عند الممارسة الفعلية للعلاقات العامة على الصعيد الدولي، على الممارسين أن يأخذوا بعين الاعتبار الاختلاف والتنوع الثقافي القائم بين الشعوب، من أجل ضمان ممارسة فاعلة للمبادئ العامة التي تستند عليها هذه النظرية (Van Dyke، 2005). فضلاً عن ذلك، يرى صالح، بأن المستوى المعرفي والمهارات التي يتحلى بها الممارسين، والدعم الذي يحظون به من إداراتهم العليا، ومراعاة الاختلافات الثقافية بينهم وبين الجماهير المستهدفة، تعد عوامل رئيسية لممارسة هذه المبادئ العامة في مؤسسات مختلفة (Saleh، 2017). ويمكن توضيح المبادئ العامة للنظرية العالمية للعلاقات العامة على النحو التالي (فرسيش وآخرون 1996 Vercic et al.) :

1. *مشاركة العلاقات العامة في الإدارة الإستراتيجية*: تعمل أقسام وإدارات العلاقات العامة على إقامة علاقات متبادلة بين المؤسسات وجماهيرها، الداخلية والخارجية منها، فضلاً عن المؤسسات بعضها البعض، بهدف تحقيق الأهداف المرجوة.

2. *تمكين العلاقات العامة في الإدارات العليا بالمؤسسات*: لكي تمارس إدارات العلاقات العامة أنشطتها وبرامجها بشكل فاعل، يجب أن تكون جزءاً لا يتجزأ من الإدارة العليا للمؤسسة.

3. *التكامل بين وظائف العلاقات العامة*: وذلك بدمج وتوحيد وظائف العلاقات العامة داخل المؤسسات، بمعنى، أن وظائف مثل التسويق والإعلان والنشر وما إلى ذلك، يجب أن تكون موحدة، بحيث يتم تركيز جميع الجهود نحو تحقيق أهداف المؤسسة.

4. *العلاقات العامة كوظيفة إدارية مستقلة عن الوظائف الأخرى*: ذلك لأن طبيعة مهام إدارات العلاقات العامة ووظائفها، تختلف عن غيرها من الأقسام والإدارات الأخرى بالمؤسسة، حيث يؤدي التداخل في الوظائف بين الإدارات فضلاً عن تكلفته المالية وإهداره للوقت، إلى تشتيت الجهود ويحول دون تحقيق الأهداف.

5. *دور ممارسي العلاقات العامة*: يجب أن تسند مهمة من يترأس إدارات العلاقات العامة في المؤسسات إلى أفراد متخصصين قادرين على ممارسة الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة بفاعلية، وألا تُسند هذه الممارسة إلى إدارات أخرى غير متخصصة وليس لها دراية ببرامج العلاقات العامة وأدوارها.

6. *أنموذج ثنائي الاتجاه المتوازن للعلاقات العامة*: بخلاف الأنموذج ثنائي الاتجاه غير المتوازن، تسعى العديد من المؤسسات العامة والخاصة إلى توظيف الأنموذج ثنائي الاتجاه المتوازن عند ممارستها للأنشطة الاتصالية وفي الحوار والمفاوضات من أجل بناء علاقات ثنائية بينها وبين المؤسسات الأخرى، وبينها وبين الجماهير التي تسعى للوصول إليها.

7. أنشطة اتصالية داخلية متماثلة: يعد الجمهور الداخلي هو نقطة البدء في كل المؤسسة بصرف النظر عن نوع أنشطتها، فالمؤسسات التي تتبنى نظاماً اتصالياً داخلياً متوازناً بينها وبين العاملين بالمؤسسة، تعزز من فرص رفع مستوى الرضا الوظيفي للعاملين فيها.

8. التوازن بين المعرفة والدور الوظيفي بإدارات العلاقات العامة: يجب أن تراعي المؤسسات التي تسعى للتميز في ممارستها للأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة أن الممارسين يتحلون ليس بالمعرفة النظرية للعلاقات العامة فحسب، بل بالمهارات الفنية المطلوبة في تعاملاتهم اليومية مع الجماهير، من أجل تحقيق الفاعلية التي تسعى لها.

9. التنوع يشمل جميع الأدوار: يقصد بمبدأ التنوع في أقسام العلاقات العامة وإداراتها بالمؤسسات أن تشمل الذكور والإناث، فضلاً عن التنوع الثقافي للممارسين، نظراً لتنوع الجماهير التي تتعامل معها تلك المؤسسات وتسعى لفهمها وكسب ودها وإرضائها.

ويلاحظ أن نتائج العديد من الدراسات التي أجريت بمؤسسات مختلفة بالبلدان المتقدمة والنامية، من أجل التحقق من مبادئ نظرية العلاقات العامة العالمية، أكدت إمكانية تطبيقها في سياقات ثقافية مختلفة، مما يجعل من تطبيقها على المستوى الدولي ممكناً (كدراسة: دياب، 2010؛ جرونج وآخرون، 1998، Grunig et al.؛ هوانغ، 1997، Huang؛ صالح، 2017، Saleh). إلا أن فرضية التأثير المحتمل والمختلف للثقافة المحلية يظل قائماً ومؤثراً على ممارسة العلاقات العامة من بلد لآخر ومن ثقافة لأخرى، مما يستوجب معرفة ممارستها والدور الذي تؤديه في مناخات مختلفة وسياقات بيئية متنوعة.

6.2. انعكاس الثقافة المحلية على ممارسة العلاقات العامة الدولية:

فهم طبيعة الدور الذي تؤديه العلاقات العامة لا يتأتى إلا من خلال دراسة البيئة المحلية الحاضنة للمؤسسات التي تمارس في ظلها أنشطة العلاقات العامة وبرامجها. حيث يمكن وصف العلاقات العامة بأنها دولية عندما تمارس على قدم المساواة في مؤسسات الدول المتقدمة والنامية على حد سواء. إذ تؤدي الثقافة دوراً حاسماً في طريقة تعامل الدول وشعوبها مع بعضهم البعض، فالشعوب التي لديها قواسم ثقافية مشتركة تكون أكثر فهماً وتقارباً من غيرها. وعلى الرغم من الإجماع القائل بعدم وجود تعريف واحد متفق عليه للثقافة، إلا أن هناك شبه اتفاق عام على السمات العامة للثقافة، بكونها يمكن فهمها من قبل أعضاء مجتمعها، ولا تنتقل وراثياً، فضلاً عن سهولة تعلمها (فيشر، 2009، Fischer).

قدمت العديد من التعريفات لمفهوم الثقافة، حيث تنوعت في تفسيرها لهذا المعنى وفقاً لمنظور التخصص وزاوية الاهتمام، في هذا السياق يقول التواتي، إن التعريفات التي تناولت مفهوم الثقافة تعددت وانحدرت من العمومية إلى الخصوصية، استناداً على التخصص ومستويات التحليل التي تتناول هذا المفهوم (Twati، 2008). والثقافة يمكن وصفها بأنها ذلك النسيج من العادات والتقاليد والأعراف التي تتسم بها شعوب بعينها، وتميزها عن غيرها

من الشعوب والأمم الأخرى، ويعرف تينغ-تومي الثقافة بأنها نظام مكتسب من الرموز والمعاني يعطى إحساساً خاصاً بالهوية المشتركة بين أعضائه أفراداً وجماعات (Ting-Toomey, 2005). كما توصف الثقافة بأنها قواعد وأعراف اجتماعية غير مكتوبة تفهم بدرجة متساوية بين أعضائها وتميزهم عن غيرهم من الجماعات الأخرى (هوفستد ، 1980 ، Hofstede). من الأهمية بمكان وقبل الحديث عن انعكاس الثقافة وتأثيراتها المحتملة على ممارسة العلاقات العامة في المجتمعات المختلفة، فهم الثقافة ومظاهرها في المجتمع. في هذا السياق، قدم هوفستد مع مطلع ثمانينيات القرن الماضي إطاراً نظرياً للثقافة يجسد مفهوم الثقافة الوطنية من خلال خمسة أبعاد، عرفت بأبعاد هوفستد للثقافة، (Hofstede, 1980) وهي كالتالي:

1. تفاوت القوى: *Power-Distance*

يصف هذا البعد الاختلافات في مراكز القوى بين الطبقات داخل المجتمع والذي يكتسب من خلاله الأفراد ممن هم في مرتبة أعلى أهمية ومكانة على من هم دونهم، ففي العديد من المؤسسات ووفقاً للهيكل التنظيمية المعمول بها يكون المرؤوس ملزم باتباع أوامر رئيسه في العمل. يشير كنت وتايلور بأنه نتيجة للسلطة المستمدة من التفاوت في مراكز القوى وخاصة لدى الحكومات وممارسة نفوذها على المؤسسات التابعة لها، ينعكس هو الآخر على ممارسة أنشطة وبرامج العلاقات العامة بتلك المؤسسات (Taylor & Kent, 1999).

2. الفردية مقابل الجماعية: *Individualism vs Collectivism*

يشير هذا البعد إلى أن الثقافات الفردية تضع مصالح الشخص الفردية أولاً، بخلاف الثقافة الجماعية التي ينصب اهتمام منتسبيها على ترسيخ ثقافة العمل الجماعي بين أفرادها، فالمؤسسات التي تسود فيها الثقافة الجماعية، يكون ولاء أعضائها للمؤسسة ويسعون لتحقيق أهدافها، أكثر من تركيزهم على مصالحهم وأهدافهم الشخصية التي تعززها المؤسسات ذات الطابع الفردي في العمل، لذلك فإن ممارسة العلاقات العامة تختلف باختلاف ثقافة المجتمعات التي تعمل بها من حيث درجة تفضيلها للثقافة الجماعية أم الفردية.

3. النوع الاجتماعي: *Masculinity-Femininity*

في هذا البعد تكون الأدوار بين الأفراد في المؤسسات موزعة وفقاً للنوع الاجتماعي، ففي العديد من المؤسسات يراعى فيها النوع عند توظيف العناصر البشرية للعمل بتلك المؤسسات، التي تختلف من مجتمع لآخر ومن ثقافة لأخرى، مما يلزم ممارسي العلاقات العامة أن يكونوا على دراية بها عند التواصل مع جماهيرهم المستهدفة من ثقافات متنوعة، فما يكون مقبولاً في مجتمعات غربية، قد لا يكون مقبولاً في مجتمعات أخرى كالمجتمعات العربية على سبيل المثال.

4. تجنب عدم اليقين: *Uncertainty Avoidance*

يشير البعد الرابع من أبعاد هوفستد التي قدمت للثقافة إلى ثقافات المجتمعات في مدى تسامحها وتعاملها في المواقف الغامضة التي يطالها الشك وعدم اليقين، حيث تختلف ثقافة المؤسسات في تعاملها مع المواقف

الغامضة أو المفاجئة، فيميل بعضها إلى عدم تفضيلها بحكم خروجها عن القواعد الرسمية المعروفة والمعلومة مسبقاً مما قد يسبب تهديداً لهم، في هذا السياق، تقول اليمو بأن الأفراد، لاسيما ممارسي العلاقات العامة، في ثقافة المجتمعات التي تتجنب عدم اليقين في التعامل، يشعرون بدرجة عالية من الإحباط وعدم الرضا، وغالباً ما يكون لديهم حالة من الخوف بشأن أموالهم فضلاً عن صحتهم ومستقبلهم الوظيفي، وأكثر عصبية وأقل قبولاً للآخرين (Alaimo, 2017). فضلاً عن ذلك، يصف هل Hall بأن ثقافة المجتمعات ذات السياقات المرتفعة (مثل : إيطاليا، ومصر، ودول الخليج العربي، وليبيا الخ)، تعد أكثر تسامحاً وقبولاً لحالات عدم اليقين مقارنة بالمجتمعات ذات السياق المنخفض (مثل : الولايات المتحدة الأمريكية، والمملكة المتحدة، وسويسرا الخ) (Zaharna, 1995، زهارنه).

5. التوجه بعيد المدى: Long-Term Orientation

يصف البعد الأخير من أبعاد الثقافة اختلافات ثقافة المؤسسات بحسب توجهاتها التي تنتهجها سواء كانت طويلة أو قصيرة المدى، فالتوجه بعيد المدى يعزز من القيم المرتبطة بالتوجه نحو المستقبل كالاقتصاد والمثابرة، فيما يركز التوجه قصير المدى على القيم المتعلقة بالماضي والحاضر، واحترام العادات والتقاليد والالتزامات الاجتماعية. يؤكد سريرامش وفرسيتش بأن ممارسة المؤسسات، لاسيما إدارات العلاقات العامة بها، للتوجه طويل المدى في عملها ينتج عنه أخلاقيات عمل قوية بين موظفيها، فضلاً عن توقعاتهم للحصول على منافع ومكافآت في المستقبل البعيد وليست بشكل فوري (Sriramesh, Vercic, 2003).

طبقت أبعاد هوفستد على نطاق واسع في العديد من المؤسسات بالدول المتقدمة والنامية على حد سواء، وكان تباين الثقافات وتنوعها وتأثيراتها المختلفة ألقى بظلاله على ممارسة العلاقات العامة وفهمها، فضلاً عن الإستراتيجيات الواجب اتباعها وفقاً لثقافة كل شعب من شعوب الدول التي تعمل بها، التي تسعى لخلق قنوات تواصل فاعل معها، في هذا الصدد يقول المطري، بأن هوفستد أجرى العديد من الدراسات عن ثقافات مختلفة حول العالم، لاسيما في الدول العربية، حيث درس الثقافة العربية في العديد من البلدان العربية، على سبيل المثال مصر، والمملكة العربية السعودية، والإمارات العربية المتحدة، والعراق، وليبيا، مؤكداً أن الدين الإسلامي يؤدي دوراً مهماً وحاسماً في حياة الناس وثقافتهم بتلك الدول (Almutairi, 2013). فيما يصف هوفستد الدين الإسلامي بكونه عنصراً مهماً في تشكيل ثقافات الشعوب العربية، ويضيف بأن التفاوت في مراكز القوى وكذلك تجنب عدم اليقين من الخصائص المميزة لشعوب هذه البلدان، وما يمكن وصفهم بالقادة في هذه الدول، سواء قيادات سياسية أو مؤسسات، منعزلين عن بقية المجموعات الأخرى في المجتمع وهم من يصدر الأوامر، التي تعد ملزمة لمرؤوسيههم وفقاً لمبدأ تفاوت مراكز القوى (Hofstede, 1980).

تعد أبعاد هوفستد الخمسة إطاراً مهماً ومفيداً يسهل من عملية ممارسة استراتيجيات العلاقات العامة ومبادئها خاصة عندما تطبق في سياقات ثقافية مختلفة، سواء طبقت في مؤسسات حكومية رسمية كالسفارات، أو شركات

عامة وخاصة كالشركات متعددة الجنسية. بمعنى، أن الثقافات المحلية للدول وشعوبها يجب أن تأخذ في الاعتبار من قبل ممارسي العلاقات العامة بالمؤسسات الحكومية وغير الحكومية من أجل تطبيق استراتيجيات العلاقات العامة بشكل فاعل ومؤثر، وعلى الصعيد التجاري، وفي ظل تنامي المنافسة العالمية التي تشهدها الأسواق الدولية بين الشركات العامة والخاصة وحرصها على توسيع نطاق تسويقها لمنتجاتها ووصلها لجمهورها تختلف ثقافتها عن ثقافة البلد الأصلي الذي تنتمي إليه تلك الشركات، توصي اليمو، ممارسي العلاقات العامة بضرورة الالتزام بمايلي: (Alaimo, 2017)

1. فهم اللوائح والتشريعات المحلية المعمول بها في البلد الذي ترغب بالعمل به: والتي تختلف من بلد لآخر ومن ثقافة لأخرى. فالمجتمعات تتنوع بين سياقات ثقافية مرتفعة وأخرى منخفضة، والتي تختلف فيها ممارسة العلاقات العامة وفقاً لذلك السياق. فما قد يدفع من مبالغ مالية باعتباره مساهمة أو تشجيع لنشاط معين في بلد ما، قد يفهم بأنه رشوة في بلد آخر.
2. مساهمة الشركات محلياً في المجتمعات والدول التي تعمل بها، عن طريق دعمها لمشاريع خيرية، أو إنشاء مدارس ومستشفيات وغيرها من المساهمات الأخرى.
3. تبديد المخاوف التي قد تشغل بال أعضاء المجتمعات المحلية قبل البدء في أي مشروع، لاسيما وإن كانت بعض المشاريع ستكون منافسة للمنتجات المحلية.
4. التعرف على صورة المؤسسة والبلد الذي تتبع له في أذهان المجتمع المحلي، التي قد تكون صورة خاطئة وسلبية عن المؤسسة مما يستدعي تغييرها من خلال استراتيجيات اتصالية فاعلية.
5. السعي لبناء أو تعزيز العلاقات مع قادة المجتمع المحلي، ومؤسسات المجتمع المدني، فضلاً عن المؤسسات الإعلامية التي تعد مهمة في مساعدة التواصل مع أفراد المجتمع.
6. فهم المتغيرات الجيوسياسية وتأثيراتها المحتملة على أنشطة المؤسسة ومستقبلها، من حيث سعر الصرف في البلد المحلي، أو الرسوم والقيود التي قد تفرض على الشركات الأجنبية من قبل المؤسسات المحلية.
7. معرفة الاستراتيجيات الاتصالية والتكتيكات التي تستخدمها إدارات العامة بالشركات المنافسة بالمجتمع المحلي.

وإن كانت ظروف ممارسة العلاقات العامة متغيرة بتغير المؤسسات وطبيعة نشاطها وأماكن عملها، إلا أن جملة التوصيات السابقة تُمكن الممارسين لها بشكل أو بآخر من فهم الثقافة المحلية وإمكانية توظيفها في خدمة المؤسسات الخاصة التي يمثلونها، فضلاً عن ذلك تستخدم العلاقات العامة في بناء علاقات رسمية بين الدول أو المحافظة على العلاقات القائمة والتواصل مع جماهير تلك الدول من خلال ممارسة برامج العلاقات العامة الحكومية التي تتداخل مع الدبلوماسية العامة في العديد من الجوانب، حيث يعد بناء العلاقات بين الدول والمؤسسات من أهمها.

في الوقت الراهن، ونتيجة للتطورات التقنية، وظهر منصات التواصل الاجتماعي أو ما يعرف بأدوات الإعلام المتجددة التي سهلت من عملية الاتصال والتواصل بين شعوب العالم، لم تعد تعتمد الكثير من الدول ومؤسساتها على القنوات الرسمية في الاتصال بين الدول من خلال وزارة الخارجية أو سفرائها ومبعوثيها لدى الدول الأخرى، وإنما أصبحت تعمل على خلق أبدال اتصالية مع شعوب تلك الدول وتسعى لفهم ثقافتهم وعاداتهم المحلية وجذبهم وبناء علاقات وطيدة معهم الأمر الذي أضفى أهمية على ممارسة العلاقات العامة في العديد من المؤسسات ذات الطابع الدولي، وقيام الكثير من العاملين بالسلك الدبلوماسي للاستعانة ببرامج وأنشطة العلاقات العامة واستخدامها في أعمالهم اليومية في المؤسسات التي يعملون بها في بلدانهم فضلاً عن الدول المضيفة لهم.

تتقارب العلاقات العامة الحكومية من حيث ممارستها على الصعيد الدولي، مع الدبلوماسية العامة، فكلاهما يسعى للتواصل مع المؤسسات و جماهيرها بهدف بناء علاقات معها، في هذا الصدد، يشير كل من سيجنيتزر وكومبس اللذان يعدان من أوائل الباحثين الذين أجروا الدراسات العلمية من أجل فحص مستوى التقارب بين العلاقات العامة والدبلوماسية العامة، حيث يؤكدان بأن الصلة بين التخصصين موجودة بالفعل (1992)، (Signitzer & Coombs). فيما يضيف لاتانغ، بأن هناك العديد من الوظائف المشتركة التي تقوم بها العلاقات العامة والدبلوماسية العامة، حيث يسعى إلى تحقيق أهداف مؤسساتهم من خلال التواصل مع الجماهير المستهدفة، وكلاهما يستخدم نهج الاتصال ثنائي الاتجاه لبناء علاقات نفعية تبادلية مع جماهيرها و جماهير بلدان الدول التي تتعامل معها، كما تستعين بهما المؤسسات الحكومية وغير الحكومية كوظيفة استشارية تسهل من تحقيق أهداف تلك المؤسسات (L'Etang, 1996). في هذا السياق، قدمت زهارانه بعض التكنيكات التي ترى بأنها مهمة للحكومات التي تسعى لبناء علاقات مع جماهير الدول الأخرى، ونظراً للتداخل والتشابه بين العلاقات العامة والدبلوماسية العامة، يمكن توظيف هذه الاستراتيجيات من قبل ممارسي العلاقات العامة على الصعيد الدولي نيابة عن المؤسسات وخاصة الحكومية وغير الحكومية التي تمثلها، وهي كالتالي: (Zaharna, 2009).

1. تبادل البرامج الثقافية والتعليمية: تقوم العديد من الدول التي تربطها مصالح مشتركة مع دول أخرى بمثل هذه البرامج لتعزيز الترابط بينهما، على سبيل المثال وفي سياق العلاقات بين ليبيا وإيطاليا، هناك العديد من المراكز الثقافية والتعليمية موجودة في كلا البلدين، في روما توجد الأكاديمية الليبية التي تقوم بالعديد من الأنشطة والبرامج التي تدعم الحوار الثقافي بين البلدين، كما تقوم إيطاليا ومن خلال سفارتها في طرابلس وكذلك قنصليتها في بنغازي بإعداد الندوات والبرامج التعليمية والثقافية، فضلاً عن المنح الدراسية المجانية للطلبة الليبيين للدراسة بالجامعات والمراكز التعليمية والثقافية بإيطاليا.

2. الدور الذي يجب أن يقوم به ممارسي العلاقات العامة أثناء الزيارات الرسمية التي يجريها رؤساء الدول لدول أخرى، كالتنسيق في عقد لقاءات مباشرة أو غير مباشرة مع أعضاء المجتمع المحلي وقياداته ومؤسساته، مما يساعد في تقريب وجهات النظر وبناء علاقات مع شعوب تلك الدول ومؤسساتها.
3. يساعد إطلاق المشاريع التنموية في الدول المضيفة في كسب ود الجماهير المحلية لتلك البلدان، على سبيل المثال ما قامت به إيطاليا من خلال سعيها لطي صفحة الماضي الاستعماري لها في ليبيا، وكجزء من بناء علاقات جديدة مع ليبيا وللمحافظة على مصالحها، قامت ببناء وتمويل العديد من المشاريع في ليبيا.
4. ترتيب اتفاقيات التوأمة بين البلدان والمؤسسات: عادة ما تقوم الدول والمؤسسات بتوقيع اتفاقيات شراكة وتعاون فيما بينهم مما يعزز من زيادة التبادل الاقتصادي والسياسي والتعليمي والتقني وغيرها. في هذا الصدد، تعد اتفاقية الصداقة والشراكة الموقعة بين ليبيا وإيطاليا سنة 2008، من أكبر الاتفاقيات التي توقعها ليبيا مع بلد أجنبي التي اشتملت على جوانب تعليمية، وثقافية، وصحية، وتطوير البنية التحتية وغيرها. فيما استخدمت برامج وأنشطة العلاقات العامة فضلاً عن الاتصال الدبلوماسي الرسمي للتوصل إلى هذا الاتفاق الذي استمرت فيه المفاوضات بين الدبلوماسيين الليبيين ونظرائهم الإيطاليين لأكثر من عشر سنوات لطي صفحة الماضي الاستعماري وللدخول في عهد جديد من العلاقات بين البلدين (Saleh, 2017).
5. الحملات التي تسعى إلى بناء علاقات بين الجماهير في البلدان الأخرى: يسعى ممارسي العلاقات العامة في البلدان المضيفة إلى نسج العلاقات بينهم وبين الجماهير المحلية لتلك البلدان بهدف تحقيق مصالح مؤسساتهم.
6. تأسيس قنوات اتصال غير رسمية على صعيد الأفراد والمؤسسات الخاصة ذات الطابع المشابه.
7. بناء التحالفات مع الدول الأخرى والمنظمات غير الحكومية الفاعلة لتحقيق أهداف سياسية واقتصادية، عادة ما تبني مثل هذه التحالفات وفقاً للمصلحة المشتركة بين الدول والمؤسسات، نظراً لمصالح إيطاليا في ليبيا والمتمثلة في الحصول على النفط والغاز وضبط الهجرة غير الشرعية، لذلك حرصت على تعزيز علاقتها مع ليبيا أكثر من أي بلد آخر.
- تعد التوصيات التي قدمتها اليمو لممارسي العلاقات العامة الذين يمارسون أنشطتهم التجارية على الصعيد الدولي، فضلاً عن استراتيجيات زهارانه ذات الطابع الدبلوماسي، التي يمكن تطبيقها في حقل العلاقات العامة الدولية، بحاجة إلى المزيد من الاختبار والدراسة وخاصة في ظل ثقافات متغيرة ومصالح متجددة بين الدول والمؤسسات. ذلك لأن الثقافات المحلية للدول تؤثر على أنشطة وبرامج العلاقات العامة، مما يستدعي مزيد من البحث لفهم تلك الثقافات وانعكاساتها عن تطبيق وممارسة العلاقات العامة في مجتمعات أخرى.
- 7.2. الممارسة العملية للعلاقات العامة على الصعيد الدولي:

تُبين المراجعات المكثفة للأدب النظري وجود العديد من الدراسات في المجتمعات الغربية، تناولت العلاقات العامة الدولية من الجوانب النظرية والعملية، حيث أظهرت نتائجها الدور المحوري والحاسم الذي تؤديه العلاقات العامة على الصعيد الدولي في تلك المجتمعات من خلال بناء العلاقات بين الدول والمؤسسات، والمحافظة على استمرار العلاقات القائمة، فضلاً عن تأسيس قنوات اتصالية فاعلة بين المؤسسات و جماهيرها. ولكن، هل نماذج ونظريات العلاقات العامة الدولية يصلح ممارستها وتطبيقها في مجتمعات وثقافات ومناخات بيئية مختلفة عن تلك التي تمارس في المجتمعات الغربية.

يطالب العديد من علماء العلاقات العامة بالتأكد من أن الفرضيات الغربية لممارسة العلاقات العامة الدولية صادقة وقابلة للتطبيق عند ممارستها في ثقافات أخرى (كنت، تايلو ، 1999 ، Taylor & Kent). كما يرى بعض علماء العلاقات العامة بأنه لا يمكن وصفها بأنها دولية إلا من خلال تطبيق وممارسة العلاقات العامة بالدول النامية على ذات النهج المطبق في البلدان المتقدمة، وفي هذا السياق، يؤكد سريرامش وآخرون على وجود حاجة لتوسيع معارفنا عن الكيفية التي تمارس بها العلاقات العامة في أجزاء مختلفة حول العالم لاسيما من حيث علاقتها بالسياقات الثقافية المحلية للمجتمع التي تعمل به، من أجل فهم وجهات نظر ممارسي العلاقات العامة بتلك المجتمعات، بهدف الوصول بممارسة العلاقات العامة دولياً (Sriramesh et al., 1999). وفي سياق متصل، يؤكد هايز بأن ما يجعل العلاقات العامة دولية بالفعل هو عندما تنعكس الثقافة المجتمعية للبلد الذي تعمل به المؤسسات فضلاً عن الأنظمة السياسية للدول على ممارسة العلاقات العامة وتجسيدها في النظريات والأطر المفسرة لعمل العلاقات العامة مما يضيف عليها صفة الممارسة الدولية (2012 Hayes ، ، كما يتساءل عما إذا كانت المبادئ العامة المؤطرة للعلاقات العامة تمارس بالدرجة نفسها باختلاف المؤسسات وأنشطتها وأماكن تواجدها؟

تجدر الإشارة، بأن العديد من الدراسات التي أجريت في ميدان العلاقات العامة تبين أن الظروف التي نشأت بها العلاقات العامة بالمجتمعات الغربية ليست هي الظروف والأسباب ذاتها التي دعت إلى ممارستها في البلدان النامية. حيث تعد مسألة تطبيق وممارسة نماذج ونظريات العلاقات العامة في ظل متغيرات سياسية واقتصادية واجتماعية وثقافية مختلفة أمراً مهماً لتبيان مدى ممارسة هذه الأطر النظرية في بيئات مختلفة للوصول بها للممارسة الدولية، وأظهرت نتائج الكثير من البحوث والدراسات التي أجريت في الولايات المتحدة الأمريكية والمملكة المتحدة وأستراليا وغيرها من البلدان المتقدمة بأن نماذج ونظريات العلاقات العامة طبقت بشكل مكثف في العديد من المؤسسات بتلك الدول، فيما تطالب بممارستها في الدول النامية للتأكد من ممارسة مبادئ العلاقات العامة على مستوى عالمي (كدراسة : هايز، 2012 ، Hayes ، سريرامش وآخرون ، Sriramesh, et al., 1999 ، تينش ويومانس ، 2009 ، Tench & Yeomans).

وتباينت النتائج من حيث اتفاقها واختلافها بإمكانية تطبيق مبادئ العلاقات العامة ونظرياتها بشكل موحد على الصعيد الدولي وفي مجتمعات مختلفة ثقافياً وسياسياً عن غيرها من المجتمعات الأخرى، في هذا السياق تشير بعض الدراسات بأن المؤسسات المحلية لها فلسفتها الاتصالية الخاصة بها ولا تمارس إدارات العلاقات العامة بتلك المؤسسات وفقاً للأطر النظرية التي قدمت لهذه المهنة، حيث يؤكد العناد، الذي سعت دراسته للكشف عن طبيعة الدور الذي تقوم به العلاقات العامة بالدول النامية، والبلدان العربية على وجه الخصوص، بأن الأدوار التي تقدمها العلاقات العامة بالدول المتقدمة ليست هي ذاتها التي تقدمها بالبلدان العربية، فضلاً عن كونها تمارس بشكل مختلف من بلد لآخر ومن ثقافة لأخرى، مما يجعل من غير الممكن تطبيق نماذج العلاقات العامة على الصعيد الدولي بشكل متساوي بين تلك البلدان (Al-Enad, 1990). فيما أثرت الثقافة الهندية وكذلك النسق الإداري البيروقراطي على ممارسة العلاقات العامة بالمؤسسات الهندية، أكثر من تأثرها بأطر ومبادئ العلاقات العامة (باردان، 2003، Bardhan). في السياق ذاته، أظهرت نتائج دراسة هولترهاوزن وبيترسن التي أجريت على بعض المؤسسات بجنوب أفريقيا، بأن ممارسة العلاقات العامة بتلك المؤسسات أفرزت بعض النماذج الخاصة بها نتيجة للظروف والمتغيرات التي تعمل في نطاقها (Holtzhausen, 2003, & Petersen).

وفي المقابل، تشير نتائج الدراسات التي سعت لممارسة العلاقات العامة على الصعيد الدولي من خلال تطبيق نماذجها ومبادئ نظرياتها في مؤسسات دول مختلفة وبيئات ثقافية متنوعة، أن هناك مؤشرات عملية يمكن تطبيقها على المستوى الدولي في المؤسسات الحكومية وغير الحكومية، حيث تبين نتائج الدراسة التي أجريت على ثلاث دول مختلفة وهي اليونان، والهند، وتايوان لمعرفة مدى تطبيق الأطر النظرية المفسرة لعمل العلاقات العامة بمؤسسات تلك الدول، وجود إمكانية لممارسة نماذج العلاقات العامة على الصعيد الدولي وفي ظروف ثقافية مختلفة (جرونج وآخرون، 1995، Grunig et al.). علاوة على ذلك، جاءت دراسة سريرامش وآخرون متوافقة مع الدراسة السابقة، التي هدفت لمعرفة مدى ممارسة نماذج العلاقات العامة في ثلاث دول أسيوية مختلفة (Sriramesh et al., 1999).

في ظل التنوع الثقافي في المجتمعات العربية من جهة، والفجوة الثقافية بينها وبين المجتمعات الغربية التي ظهرت جلياً بعد أحداث 9/11 من جهة أخرى، تعد دراسة وفهم ممارسة العلاقات العامة الدولية في سياق الثقافة العربية أمراً مهماً مما يساعد المؤسسات الحكومية وغير الحكومية على إيجاد وسيلة تمكنها من التواصل الفاعل بينها وبين تلك الدول ومؤسساتها وكذلك شعوبها، مما يساعد على تصحيح سوء الفهم الذي قد يقطع نتيجة للاختلافات الثقافية بينهما، في هذا الصدد، يشير كروكيبيج في دراسته التي أجراها عن ممارسة نماذج العلاقات العامة في الدول العربية مقارنة بطريقة ممارستها في الولايات المتحدة والدول الغربية، بأن ثقافة دول الشرق الأوسط تختلف عن الثقافة الغربية، ويطالب بضرورة الإلمام بثقافة هذه الدول من أجل ممارسة نماذج

العلاقات العامة بها (Kruckeberg , 1996). تتأثر الكثير من المجتمعات، لاسيما العربية منها، بالعوامل الثقافية المختلفة، التي بدورها تنعكس على أساليب إدارة المؤسسات وسلوك أفرادها، وأنشطتها الاتصالية ذات الطابع الدولي، مما يستوجب فهمها ودراستها، كي لا تقع تلك المؤسسات في أزمات تؤثر على سمعتها ويصعب تجاوزها نتيجة لقصور الفهم للثقافات المحلية السائدة (إسحاق ومالك 2020).

يمكن القول إن دراسة العلاقات العامة الدولية في البيئة العربية تعد واعدة، نظراً لما تتميز به الدول العربية من ثراء في ثقافة شعوبها وتنوعها، فضلاً عن الدور الضاغط الذي تمارسه المتغيرات الثقافية، والاجتماعية، والسياسية، والاقتصادية على المؤسسات في تلك الدول. إلا أن ممارسة العلاقات العامة على الصعيد الدولي بالدول العربية، وفهمها ودراستها في ظل الثقافات الحاضرة لها لم تحظ بالدراسة الكافية بعد، وإن وجدت، كدراسة (الجمال ، 1980 ؛ و التركي ، 1990)، فقد اهتمت بدراسة العلاقات العامة في سياقاتها المحلية فضلاً عن بعدها الدولي، ومن ثم افتقدت لوصفها الدولي لابتعادها عن فهم التأثير الثقافي التي تمارس في ظلها، الجدير بالذكر، ومن خلال الاطلاع على الأدب النظري الذي يُعنى بالعلاقات العامة، أن الاهتمام بدراسة العلاقات العامة بالمجتمعات العربية على الصعيد الدولي قد بدأ في العقد الثاني من الألفية الثالثة، حيث تعد دراسة دياب التي هدفت إلى التعرف عن دور العلاقات العامة بالقطاع الدبلوماسي من خلال السفارات الأجنبية العاملة بمصر، من أول الدراسات التي سعت للتعرف على ممارسة العلاقات العامة على الصعيد الدولي في ظل ممارستها في سياقات ثقافية مختلفة عن الثقافة المصرية المضيفة لتلك السفارات التي اشتملت عليها الدراسة، إذ يؤكد على أنه بالرغم من أهمية الدور الذي تؤديه العلاقات العامة على صعيد ممارستها في المؤسسات الدولية، إلا أن المكتبات العربية تقتصر لمثل هذا النوع من الدراسات (دياب ، 2010). فضلاً عن ذلك، يؤكد الجمل بأن دراسة العلاقات العامة الدولية في ظل تأثيرات الثقافة والعولمة على ممارستها، يعد من المواضيع الحديثة في الدول العربية، ولا توجد عنها الكثير من البحوث والدراسات (الجمال، 2009).

وتبين دراسة دياب التي طبقت فيها نماذج جرونج وهنت الأربعة، وكذلك النماذج الدولية للعلاقات العامة، فضلاً عن نظرية العلاقات العامة العالمية على خمسون سفارة عربية وأجنبية عاملة بمصر، الاستخدام الواسع لتلك السفارات للاستراتيجيات المختلفة لممارسة العلاقات العامة بها، فضلاً عن ممارستها لنماذج العلاقات العامة ومبادئها العامة، وفي ظل عمل تلك السفارات وخاصة الأجنبية (غير العربية) منها في ثقافة مجتمعية مختلفة عن البلد الأصلي التي تنتمي إليه، فقد كان أنموذج المترجم الثقافي، وأنموذج التأثير الشخصي، ونهج الاتصال في اتجاهين المتوازن من أكثر الأطر النظرية المستخدمة لممارسة العلاقات على الصعيد الدولي.

في سياق متصل، سعت دراسة (عبدالحى، 2014 ، Abdelhay)، للتعرف على الكيفية التي تمارس بها العلاقات العامة في كل من المملكة العربية السعودية والإمارات العربية المتحدة، وكيف تتأثر ممارسة الأطر النظرية الغربية للعلاقات العامة بالبيئة الثقافية والسياسية والاجتماعية والاقتصادية السائدة في كل بلد، حيث

أطرت هذه الدراسة نظرياً بنماذج جرونج وهنت الأربعة للعلاقات العامة، وكذلك النموذجين الدوليين اللذان يعنيان بممارسة العلاقات العامة على الصعيد الدولي، ولتحقيق أهداف هذه الدراسة استُخدمت المناهج الكمية والكيفية، وذلك من خلال استمارة الاستبانة والمقابلات التي أجريت مع الممارسين في كلا البلدين. وكشفت النتائج بأن النماذج الأربعة لجرونج وهنت وكذلك النموذجين الدوليين لممارسة العلاقات العامة استخدمت على نطاق واسع في السعودية والإمارات، فضلاً عن ذلك استخدمت كلا البلدين نهج الاتصال الثنائي المتوازن في بناء العلاقات بينهما والمحافظة عليها، وكشفت الدراسة عن أن أنموذج التأثير الشخصي هو الأكثر استخداماً في دولة السعودية مقارنة بدولة الإمارات، في حين كان أنموذج المترجم الثقافي هو المستحوذ بدول الإمارات مقارنة بالسعودية. ويمكن تفسير ذلك بتعدد جنسيات الشركات العاملة بدولة الإمارات، وكذلك تنوع ثقافتها، مما دعا ممارسيها لاستخدامهم لهذا النهج الاتصالي لتحقيق الفاعلية الاتصالية، بينما كانت العلاقات الشخصية من خلال أسلوب التأثير الشخصي هي الوسيلة التي من خلالها يمكن تحقيق أهداف المؤسسة وإيصال رسالتها، نظراً لدور العلاقات الاجتماعية والمكانة الشخصية في انجاز المهام بالمملكة العربية السعودية. فضلاً عن ذلك، ونتيجة لانعكاس الثقافة على ممارسي العلاقات العامة في كلا البلدين، فإنه يمكن وصف دورهما الوظيفي كوسطاء ثقافيين، أو فنيين، مما قلص دورهما في ممارسة أنشطة وبرامج العلاقات العامة بالمؤسسات السعودية والإماراتية.

كما أجرى صالح دراسته التي هدفت لمعرفة دور العلاقات العامة والدبلوماسية العامة في بناء العلاقات الليبية الإيطالية، في ضوء ممارستها في ظل سياقات سياسية واقتصادية وثقافية مختلفة بين بلدين مختلفين، من خلال مقابلات نوعية أجريت مع أكثر من عشرين دبلوماسياً ليبيا وإيطالياً، وتوصف هذه الدراسة بأنها من أول الدراسات العربية التي سعت للتعرف إلى أي مدى يمكن تطبيق نماذج العلاقات العامة ومبادئها في مجال الدبلوماسية العامة ومن وجهة نظر الدبلوماسيين أنفسهم، من حيث دورها في بناء العلاقات والمحافظة عليها، وأظهرت نتائج الدراسة أن استخدام العلاقات العامة وأطرها النظرية أسهم في بناء العلاقات الليبية الإيطالية، فضلاً عن المصلحة المشتركة بين البلدين، المتمثل في التقارب الثقافي بينهما، في هذا السياق يقول وزير خارجية ليبيا سابق :

"تم توظيف العناصر الثقافية من قبل جميع الحكومات الإيطالية من أجل بناء العلاقات مع ليبيا. لأن إيطاليا احتلت ليبيا لفترة طويلة، لذا فإن ليبيا من منظور جغرافي وتاريخي وسياسي واقتصادي وكذلك تركيبات القبائل الليبية معروفة بشكل جيد للحكومات الإيطالية. ويضيف، نشأت معرفتنا باللغة والثقافة الإيطالية بطريقتين. أولاً، كانت ليبيا مستعمرة إيطالية. ثانياً، درس الكثير من الليبيين في الجامعات والمعاهد الإيطالية. كما يؤكد، على أن نظام القذافي كان يوظف أولئك الذين لديهم معرفة بالثقافة الإيطالية للعمل بالسفارة الليبية بروما من أجل بناء علاقات مع إيطاليا" (Saleh, 2017: 170).

وعن الدور الثقافي الذي يساعد من ممارسة العلاقات العامة على الصعيد الدولي، يقول عراب العلاقات الليبية الايطالية، الذي عمل لأكثر من عشر سنوات كسفير لليبيا في روما، بأن المفاوضات والحوار بين ليبيا وايطاليا استمر لأكثر من عشر سنوات بين البلدين، ويضيف، ونظراً لإجاذتي اللغة الايطالية التي مكنتني من فهم الثقافة الايطالية، فضلاً عن العلاقات شخصية مع العديد من المسؤولين والبرلمانيين الايطاليين فضلاً عن مؤسسات المجتمع المدني بايطاليا، جميعها ساعدتني وزملائي مع نظرائنا الايطاليين من تجاوز خلافات الماضي، ومن ثم بناء علاقات قوية بين ليبيا وايطاليا كللت بتوقيع اتفاقية الشراكة والصداقة سنة 2008 بين البلدين (Saleh، 2017، 163، 197).

وفيما يتعلق بممارسة نماذج العلاقات العامة ومبادئها التي اشتملت عليها نظرية العلاقات العامة العالمية في البلدان النامية، وفي ظل ثقافات مختلفة، للتمكن من ممارستها على الصعيد الدولي، فإن دراسة صالح، فضلاً عن تأكيدها على إمكانية ممارسة نماذج العلاقات العامة الدولية في ظل سياقات ثقافية مختلفة، أكدت أيضاً بإمكانية ممارسة نماذج العلاقات العامة من خلال ربطها بمجال الدبلوماسية العامة، حيث كان أنموذج التأثير الشخصي، وأنموذج المترجم الثقافي، وكذلك نهج الاتصال في اتجاهين المتوازن هما الأكثر استخداماً لممارسة العلاقات العامة على الصعيد الدولي وفي سياقات مجتمعية مختلفة، فضلاً عن دراسة دياب، قد اتفقت معها دراسة (عبدالحى ، 2014)، والتي أجريت بهدف التعرف على ممارسة العلاقات العامة بالمملكة العربية السعودية والإمارات العربية المتحدة.

3. الخلاصة والنتائج:

سعت هذه الدراسة للكشف عن طبيعة ممارسة العلاقات العامة على الصعيد الدولي في البلدان المتقدمة، والنامية، فضلاً عن الدول العربية، من خلال دراساتها في ظل سياقاتها الثقافية التي تمارس بها. وبالنظر إلى اهتمامها بدراسة الأطر النظرية المفسرة لعمل العلاقات العامة الدولية، وكذلك تقديم نماذج عملية لممارستها في ثقافات وبلدان مختلفة حول العالم، فقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- بدأت ممارسة العلاقات العامة الدولية فعلياً منتصف تسعينيات القرن الماضي في المجتمعات الغربية.
- شهدت ممارسة العلاقات العامة على الصعيد الدولي في البلدان العربية تطوراً ونموً كبيراً مع مطلع الألفية الثالثة.
- أسهمت العولمة فضلاً عن التطورات التكنولوجية الحديثة في تطور العلاقات العامة وممارستها دولياً.
- فهم الثقافات المحلية تعد نقطة البدء للوصول بممارسة العلاقات العامة دولياً.
- تتداخل العلاقات العامة الدولية من حيث المفهوم والممارسة مع غيرها من المفاهيم الأخرى كالدبلوماسية، مما يجعل من تطبيق نماذجها ومبادئها ممكناً.

- تعد تطبيق نماذج العلاقات العامة الدولية فضلاً عن نظرية العلاقات العامة الدولية ممكنه في ظل ثقافات مختلفة.
- يعد أنموذج التأثير الشخصي، وأنموذج المترجم الثقافي، وكذلك نهج الاتصال في اتجاهين المتوازن من أكثر الوسائل الاتصالية المستخدمة من قبل ممارسي العلاقات العامة الدولية في سياقات ثقافية مختلفة.

4. التوصيات:

بالنظر إلى النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة فضلاً عن نتائج الدراسات السابقة التي اهتمت بالكشف عن ممارسة العلاقات العامة الدولية بالدول المتقدمة والنامية على حد سواء، والتي أظهرت الدور الفاعل التي تقدمه العلاقات العامة للمؤسسات التي تعنى بالممارسات الدولية سواء الحكومية أو غير الحكومية منها، يمكن تقديم التوصيات التالية:

- يجب على المؤسسات الحكومية وغير الحكومية تخصيص إدارات تعنى بممارسة العلاقات العامة الدولية.
- إعداد الدورات التدريبية لغير المتخصصين في العلاقات العامة الذين تتطلب أعمالهم التعايش مع ثقافات أخرى غير ثقافة البلد الذي ينتمون إليه، كالعاملين في السفارات أو الشركات متعددة الجنسية، لتنمية المهارات الاتصالية لديهم.
- إجراء المزيد من الدراسات التي تعنى بممارسة العلاقات العامة الدولية في ظل ثقافات مجتمعية مختلفة.
- توسيع نطاق البحث لاختبار صدق الفرضيات الغربية للعلاقات العامة بهدف التأكد من إمكانية تطبيقها وممارستها في سياقات التنوع الثقافي للمجتمعات.

قائمة المصادر:

أولاً: المراجع العربية

1. إسحاق، خالد ومالك، محمد. (2020). العوامل الثقافية المؤثرة على القائم بالاتصال في العلاقات العامة الدولية. مجلة الباحث الإعلامي، جامعة الشارقة، المجلد (12)، العدد 48، ص ص 27-46.
2. التركي، فاروق ياسين. (1990). العلاقات العامة الدولية للخطوط الجوية العربية السعودية. رسالة ماجستير. كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
3. الجمال، راسم محمد. (1980). العلاقات العامة في المنظمات الدولية. دراسة تطبيقية على مكاتب الأمم المتحدة ومنظماتها المتخصصة بجمهورية مصر العربية. أطروحة دكتوراه. كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

4. الجمال، راسم محمد.(2009).العلاقات العامة الدولية والاتصال بين الثقافات.ط1. القاهرة، مصر: الدار المصرية اللبنانية.
5. العلاق، بشير.(2010). العلاقات العامة الدولية.ط1. عمان، الأردن: دار الشروق.
6. دياب، وليد.(2010). دور العلاقات العامة في القطاع الدبلوماسي: دراسة تطبيقية على مكاتب السفارات العربية والأجنبية في مصر. أطروحة دكتوراه، جامعة قنا.
7. صالح، سليمان راجح.(2021). نماذج العلاقات العامة بين التأطير والتوظيف: دراسة نظرية نقدية تحليلية. مجلة الدراسات الإعلامية: ألمانيا. العدد الرابع عشر، ص ص 263-289.

ثانياً: المراجع الأجنبية

8. Abdelhay, N. (2014). **Public Relations Practice in the Kingdom of Saudi Arabia and the United Arab Emirates: Western Theory, Local Culture**. (PhD Dissertation). University of West London.
9. Alaimo, K. (2020). Pitch, tweet, or engage on the street: **How to practice global public relations and strategic communication**. Routledge.
10. Al-Enad, H. (1990). Public Relations Roles in Developing Countries. *Public Relations Quarterly*, 35 (1), pp. 24-26.
11. Almutairi, T. (2013). **Police-Community Relationship in Kuwait: Public Relations Perspective**. (PhD Dissertation). University of Stirling.
12. Bardhan, N. (2003). Rupturing public relations meta-narratives: the example of India. *Journal of Public Relations Research*. 15 (3), pp.225-248.
13. Botan, C. (1992). In international public relations: critique and reformulation. *Public Relations Review*. 18 (2), 149-159.
14. Broom, G., Casey, S., & Ritchey, J. (1997). Toward a Concept and Theory of Organization-Public Relationships. *Journal of Public Relations Research*, 9, pp. 83-98.
15. Curtin, P, & Gaither, T. (2007). **International public relations: Negotiating culture, identity, and power**. Thousand Oaks, CA: Sage.
16. Fischer, R. (2009). Where is Culture in Cross Cultural Research? An outline of a multilevel research process for measuring culture as a shared meaning system. *International Journal of Cross Cultural Management*. 9 (1), pp. 25-49.

17. Golan, G. (2015). An Integrated Approach to Public Diplomacy. In Golan, G. Yang, S. & Kinsey, D, (eds.). **International Public Relation and Public Diplomacy Communication and Engagement**. Peter Lang Publishing, Inc, New York.
18. Gregory, B. (2007). Public Diplomacy as Strategic Communication. *Forest*, **9034(5)**, pp. 336–357.
19. Grunig, E. & Hunt, T. (1984). *Managing Public Relations*. New York; London, Holt, Rinehart and Winston.
20. Grunig, E. (1992). *Excellence in public relations and communication management*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
21. Grunig, E. Grunig, L. Sriramesh, K. Huang, Y. & Lyra, A. (1995). Models of Public Relations in an International Setting. *Journal of Public Relations Research*. **7 (3)**, pp. 163–186.
22. Grunig, L. Grunig, E. & Vercic, D. (1998). Are the IABC's Excellence Principles Generic?: Comparing Slovenia and the United States, the United Kingdom, and Canada. *Journal of Communication Management*. **2**, pp. 335–356.
23. Hayes, R. (2012). **Public Relations and Public Diplomacy: Symbiosis and Reformulation**. (PhD Dissertation). University of Reading.
24. Hofstede, H. (1980). *Culture's Consequences: International Differences in Work– Related Values*. Newbury Park, CA: Sage.
25. Holtzhausen, D. & Petersen, K. (2003). Exploding the Myth of the Symmetrical / Asymmetrical Dichotomy: Public Relations Models in the New South Africa. *Journal of Public Relations Research*. **15(4)**, pp. 305–341.
26. Huang, Y. (1997). *Public Relations Strategies, Relational Outcomes, and Conflict Management*, (PhD Dissertation). University of Maryland.
27. Ingenhoff, D, & Ruehl, R. (2013). International public relations: A synopsis of German– speaking and Anglo–American research approaches. *Studies in Communication Sciences*. **13**, pp 3–14.
28. Khamis, S., & Toth, E. (2008). International public relations: An American perspective. *Blanquerna School of Communication and International Relations*. **(24)**, 31–40.
29. Kruckeberg, D. (1996). A Global Perspective on Public Relations ethics: The Middle East. *Public Relations Review*. **22(2)**, pp. 181–189.

30. L'Etang, J. (1996). Corporate Responsibility and Public Relations Ethics. In L'Etang, J. & Pieczka, M. (eds.). **Critical Perspectives in Public Relations**. London: International Thomson Business Press.
31. Lyra, A. (1991). **Public relations in Greece: Models, Roles and Gender**. (MSc Dissertation). University of Maryland.
32. Mutsvairo, B. (2016). Dovetailing Desires for Democracy with New ICTs' Potentiality as Platform for Activism. In Mutsvairo, B. (ed). **Digital Activism in the Social Media Era: Critical Reflections on Emerging Trends in sub-Saharan Africa**. London: Palgrave Macmillan. PP 3–23.
33. Rhee, Y. (2002). Global Public Relations: A cross-Cultural Study of the Excellence Theory in South Korea. *Public Relations Research*. **14 (3)**, pp.159–184.
34. Saleh, S. (2017). **The Role of Public Relations and Public Diplomacy in Building Libyan Relationships with Italy in the Gaddafi and Post-Gaddafi Era**. (PhD Dissertation). Northumbria University Newcastle.
35. Signitzer, B. & Coombs, T. (1992). Public Relations and Public Diplomacy: Conceptual Convergences. *Public Relations Review*. **18 (2)**, pp. 137–147.
36. Sriramesh, K., Kim, Y. & Takasaki, M. (1999). Public Relations in Three Asian Cultures: An Analysis. *Journal of Public Relations Research*. **11(4)**, pp. 271–292.
37. Sriramesh, K. (1992). Societal Cultural and Public Relations: Ethnographic Evidence From India. *Public Relations Review*. **18(2)**, pp.201–211.
38. Sriramesh, K. (2003). Introduction: In K. Sriramesh & D. Verc'ic' (Eds.). **The global public relations handbook: Theory, research, and practice**. New York, NY: Routledge.
39. Sriramesh, K., & Verc'ic', D. (2003). A theoretical framework for global public relations research and practice. In K. Sriramesh & D. Verc'ic' (Eds.), **The global public relations handbook: Theory, research, and practice**. pp. 1–19. New York, NY: Routledge.
40. Taylor, M. (2000). Toward a Public Relations Approach to Nation Building. *Journal of Public Relations Research*. **12 (2)**, pp. 179–210.
41. Taylor, M. & Kent, M. (1999). Challenging Assumption of International Public Relations: When government is the Most Important Public. *Public Relations Review*. **25**, pp. 131–144.
42. Tench, R. & Yeomans, L. (2009). *Exploring Public Relations*. Harlow, England ; New York, FT Prentice Hall.

43. Ting-Toomey, S. (2005). The matrix of face: An updated face–negotiation theory. In W. B. Gudykunst (Ed.). **Theorizing about intercultural communication**. pp. 71–92, Thousand Oaks, CA: Sage.
44. Twati, M. (2008). The Influence of Societal Culture on the Adoption of information System: The Case of Libya. *Communication of the IIMA*. **8(1)**, pp. 1–12.
45. Van Dyke, M. (2005). **Toward a Theory of Just Communication: A Case Study of NATO, Multinational Public Relations, and Ethical Management of International Conflict**. (PhD Dissertation). University of Maryland.
46. Vercic, D. Grunig, J.& Grunig, L. (1996). Global and Specific Principles of Public Relations: Evidence from Slovenia. In Culbertson, H. & Chen. N. (eds.). **International Public Relations: A comparative Analysis**. pp. 31–65. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
47. Wakefield, R. (2008). Theory of international public relations, the internet, and activism: A personal reflection. *Journal of Public Relations Research*. **20(1)**, 138–157.
48. Zaharna, R. (2009). Mapping out a spectrum of public diplomacy initiatives. In N. Snow & P. M. Taylor (Eds.). **Routledge handbook of public diplomacy** (pp. 86–100). New York, NY: Routledge.
49. Zaharna, R. (1995). Understanding cultural preferences of Arab communication patterns. *Public Relations Review*. **21(3)**, 241–255.