



INTERNATIONAL PUBLIC RELATION

منال هلال المزاهرة



رقم التصنيف : 659.2

المؤلف ومن هو في حكمه : منال هلال المزاهرة

عنوان الكتاب : العلاقات العامة الدولية

رقم الإيداع : 2014/9/4644

الوصفات : العلاقات العامة/ العلاقات الدولية

بيانات النشر : عمان - دار المسيرة للنشر والتوزيع

تم إعداد بيانات الفهرسة والتصنيف الأولية من قبل دائرة المكتبة الوطنية

حقوق الطبع محفوظة للناشر

جميع حقوق الملكية الأدبية والفنية محفوظة لدار المسيرة للنشر والتوزيع عمان- الأردن
ويحظر طبع أو تصوير أو ترجمة أو إعادة تنضيد الكتاب كاملاً أو مجزئاً أو تسجيله على اشرطة
كاسيت أو إدخاله على الكمبيوتر أو برمجته على إسطوانات ضوئية إلا بموافقة الناشر خطياً

Copyright © All rights reserved

No part of this publication may be translated,
reproduced, distributed in any form or by any means, or stored in a data base
or retrieval system , without the prior written permission of the publisher

الطبعة الأولى 2015م - 1436هـ

الطبعة الثانية 2025م - 1446هـ



عنوان الدار

الرئيسي : عمان - العبدلي - مقابل البنك العربي هاتف : 962 6 5627049 فاكس : 962 6 5627059
الفرع : عمان - ساحة المسجد الحسيني - سوق البتراء هاتف : 962 6 4640950 فاكس : 962 6 4617640
صندوق بريد 7218 عمان - 11118 الأردن

E-mail: Info@massira.jo . Website: www.massira.jo

التصميم والخراج : دائرة الانتاج

www.massira.jo

العلاقات العامة الدولية

INTERNATIONAL PUBLIC RELATION

الدكتورة
منال هلال المزاهرة



الفهرس

19..... المقدمة

الفصل الأول

مفهوم وأهمية العلاقات العامة الدولية

27..... تمهيد

29..... مفهوم العلاقات العامة

30..... تعريف العلاقات العامة الدولية

36..... المؤسسات العالمية للعلاقات العامة الدولية

36..... المؤسسات متعددة الجنسية

36..... وكالات العلاقات العامة

36..... وكالات العلاقات العامة في المجال الدولي

37..... أهمية العلاقات العامة الدولية

42..... الأسباب التي أدت إلى نمو العلاقات العامة الدولية

45..... الأسباب التي أدت إلى تطور العلاقات العامة الدولية

45..... التطور والتحسين في وسائل الاتصال والنقل

46..... زيادة عدد المؤسسات متعددة الجنسية

46..... زيادة التجارة الخارجية

47..... الزيادة في الاتفاقيات الدولية والمنظمات

47..... زيادة الوعي الوطني

47..... تطورات المجتمع الدولي

48.....	التقدم التكنولوجي
48.....	تطور وسائل الاتصال منذ نهاية الحرب العالمية الثانية
49.....	استخدام وسائل الاتصال كأداة للتأثير على الشعوب
50.....	ازدياد أهمية الرأي العام
51.....	هوامش الفصل الأول

الفصل الثاني

أهداف ووظائف العلاقات العامة الدولية

57.....	تمهيد
58.....	أهداف العلاقات العامة الدولية
60.....	وظائف العلاقات العامة الدولية
64.....	وظيفة البحوث في العلاقات العامة الدولية
67.....	مراحل تنفيذ بحوث العلاقات العامة الدولية
68.....	انواع بحوث العلاقات العامة الدولية
69.....	الصعوبات التي تواجه بحوث العلاقات العامة الدولية
69.....	وظيفة التخطيط في العلاقات العامة الدولية
70.....	أهمية التخطيط في العلاقات العامة الدولية
72.....	مزايا التخطيط في العلاقات العامة الدولية
72.....	مراحل التخطيط في العلاقات العامة الدولية
74.....	أنواع التخطيط في العلاقات العامة الدولية
74.....	وظيفة الاتصال في العلاقات العامة الدولية
75.....	أهمية الاتصال في العلاقات العامة الدولية
79.....	إستراتيجية الاتصال في العلاقات العامة الدولية

80.....	الصعوبات التي تواجه الاتصال في العلاقات العامة الدولية
81.....	وظيفة التقويم في العلاقات العامة الدولية
82.....	أهمية التقويم في العلاقات العامة الدولية
83.....	مجالات تقويم أنشطة العلاقات العامة الدولية
84.....	الصعوبات التي تواجه تقويم أنشطة العلاقات العامة الدولية
86.....	هوامش الفصل الثاني

الفصل الثالث

تنظيم إدارة العلاقات العامة الدولية و جماهيرها

91.....	تمهيد
94.....	أساليب تنظيم عمل إدارة العلاقات العامة الدولية
95.....	مبادئ تنظيم نشاط العلاقات العامة على المستوى الدولي
95.....	عناصر التنظيم
98.....	العوامل المؤثرة في تنظيم إدارة العلاقات العامة الدولية
98.....	العوامل الرئيسية لتنظيم إدارة العلاقات العامة الدولية
99.....	العوامل الداخلية لتنظيم إدارة العلاقات العامة الدولية
100.....	العوامل الخارجية لتنظيم إدارة العلاقات العامة الدولية
100.....	جماهير العلاقات العامة الدولية
103.....	مفهوم الجمهور
104.....	تقسيمات جمهور العلاقات العامة الدولية
104.....	الجمهور الداخلي للمنظمة
105.....	الجمهور الخارجي للعلاقات العامة الدولية
107.....	جماهير إدارة العلاقات العامة في المنظمات الدولية

107.....	الجمهور الخارجي
109.....	الجمهور المحلي للعلاقات العامة الدولية
110.....	هوامش الفصل الثالث

الفصل الرابع

النظريات والنماذج التي تحكم عمل العلاقات العامة الدولية

115.....	تمهيد
117.....	نماذج العلاقات العامة الدولية
117.....	نماذج "جرونج"
118.....	نموذج المؤسسة الصحفية
119.....	نموذج إعلام الجمهور
120.....	النموذج غير المتوازن: (النموذج اللاسيماي)
123.....	النموذج المتوازن: النموذج السيماري ثنائي الاتجاه
129.....	نموذج الدوافع المشتركة
131.....	نموذج التأثير الشخصي
133.....	نموذج المترجم الثقافي
135.....	نظرية التميز
138.....	تطبيق نظرية التميز في ممارسة العلاقات العامة الدولية
140.....	اختبار إمكانية التطبيق الدولي لنظرية التميز: النموذج العالمي
140.....	الثقافية النسبية لنظرية التميز في العلاقات العامة الدولية
145.....	نظرية المبادئ العامة والتطبيقات الخاصة
146.....	مبادئ وأساسيات نظرية المبادئ العامة والتطبيقات الخاصة

148.....	نموذج داخل الوعي لـ "زهرة"
148.....	التحديات الثقافية
156.....	نظرية الحوار
157.....	مبادئ نظرية الحوار
157.....	المبدأ الأول: التبادلية
158.....	المبدأ الثاني: التواصل
158.....	المبدأ الثالث: التقمص
159.....	المبدأ الرابع: المخاطرة
159.....	المبدأ الخامس: الالتزام
160.....	أساليب تطبيق نظرية الحوار
160.....	بناء علاقات شخصية
161.....	بناء علاقات حوارية وسيطة
164.....	المنهجية الإجرائية للحوار
165.....	نماذج هوفستيد للأعمال الدولية المعتمدة على الأبعاد الثقافية
169.....	أبعاد هوفستيد في الشركات الدولية
170.....	النفوذ الوظيفي
170.....	تجنب المجهول
171.....	الفردية بخلاق الجماعية
171.....	الذكورية بخلاف الأنثوية
171.....	النظرة طويلة الأجل للمستقبل
	تأثير الاختلافات الثقافية على ممارسة العلاقات العامة في المنظمات
172.....	الدولية
174.....	هوامش الفصل الرابع

الفصل الخامس

الممارسين في إدارة العلاقات العامة الدولية

تمهيد	185
لماذا تعتبر ممارسة العلاقات العامة الدولية مهمة؟	185
ممارسة العلاقات العامة في المجال الدولي	187
الممارسون للعلاقات العامة في المجال الدولي	188
دور ممارسي العلاقات العامة داخل المنظمة أو المؤسسة	191
السمات التي يجب أن يتحلى بها ممارس العلاقات العامة الدولية	192
الشروط الواجب توافرها في ممارس العلاقات العامة الدولية	193
المسؤوليات والواجبات التي تقع على عاتق ممارسي العلاقات العامة الدولية	195
وظائف ممارسي العلاقات العامة الدولية	203
المهارات التي يتوجب على ممارسي العلاقات العامة الدولية التحلي بها	204
تكيف ثقافات ممارسي العلاقات العامة الدولية	204
هوامش الفصل الخامس	206

الفصل السادس

الشركات متعددة الجنسية والعلاقات العامة

تمهيد	211
نشأة وتطور الشركات متعددة الجنسيات	213
تعريف الشركات متعددة الجنسية	214
أهمية الشركات متعددة الجنسية	217
أسباب انتقال الشركات متعددة الجنسية إلى الأسواق الدولية	219
خصائص الشركات متعددة الجنسية	219

219.....	خاصية الوحدة
220.....	خاصية التعدد
	العلاقة بين العولمة والشركات متعددة الجنسية ودورها كإحدى آليات
221.....	العولمة الاقتصادية
	دور العولمة في تغيير نمط ممارسة العلاقات العامة في الشركات متعددة
223.....	الجنسية
225.....	العلاقات العامة الدولية والشركات متعددة الجنسيات
226.....	تطور العلاقات العامة في الشركات متعددة الجنسيات
228.....	أهداف العلاقات العامة الدولية في الشركات متعددة الجنسية
229.....	أهمية العلاقات العامة الدولية في الشركات متعددة الجنسية
231.....	استراتيجيات العلاقات العامة الدولية في الشركات متعددة الجنسيات
231.....	الاتجاه الأول: وضع إستراتيجية مستقلة لكل دولة على حدة
	الاتجاه الثاني: وضع إستراتيجية نمطية موحدة وعامة للحملات الإعلامية
232.....	والإعلانية
233.....	وظائف العلاقات العامة الدولية في الشركات متعددة الجنسيات
233.....	وظيفة رعاية الأحداث الخاصة دولياً
236.....	وظيفة إدارة القضايا في المجال الدولي
237.....	إعلانات العلاقات العامة
237.....	تدعيم العلاقات بالمستهلكين والعملاء في الدولة المضيفة
238.....	العلاقة بوسائل الإعلام
239.....	تدعيم العلاقات بالمستثمرين
239.....	تدعيم العلاقات بحكومات الدول المضيفة
240.....	إجراء البحوث

242.....	وظيفة المسؤولية الاجتماعية للشركات متعددة الجنسية
244.....	إدارة صورة الشركة متعددة الجنسية في الدولة المضيفة
246.....	مركزية أو لامركزية إدارة العلاقات العامة الدولية في الشركات متعددة الجنسية
247.....	أولاً: العلاقات العامة الموجهة بالدولة الأم
249.....	ثانياً: العلاقات العامة الموجهة بالدولة المضيفة
251.....	ثالثاً: العلاقات العامة الموجهة بالعالم
253.....	المتغيرات البيئية المفروضة على ممارسة العلاقات العامة الدولية في الشركات متعددة الجنسية
253.....	البيئة التسويقية الدولية
254.....	البيئة السكانية
255.....	البيئة الثقافية
256.....	البيئة السياسية والقانونية
257....	المشكلات التي تواجه العلاقات العامة الدولية في الشركات متعددة الجنسية
257.....	طبيعة عمل الشركات متعددة الجنسية
259.....	المتغيرات التي تؤثر على ممارسة العلاقات العامة الدولية في الشركات متعددة الجنسية
260.....	الموازنة بين العلاقات العامة الدولية والعلاقات العامة المحلية
261.....	العلاقات العامة في وحدة واحدة (الدمج)
262.....	هيكلية الفريق ذو التوجه الأفقي
264.....	قائد فريق وليس المدير
264.....	أهمية واعتبارية وكالات العلاقات العامة للشركات متعددة الجنسية
267.....	هوامش الفصل السادس

الفصل السابع

العلاقات العامة الدولية والتسويق الدولي

تمهيد	279
مفهوم التسويق الدولي	281
التسويق والعلاقات العامة على المستوى المحلي	281
تعريف التسويق الدولي	283
العلاقات العامة والتسويق الدولي	286
أساسيات العلاقات العامة والتسويق على المستوى الدولي	290
المزيج التسويقي الدولي ودور العلاقات العامة	292
المنتج	295
التسعير	296
التوزيع	297
الترويج	298
دور العلاقات العامة في المزيج التسويقي وبالتالي التأثير في التسويق الدولي	300
التشابه والتكامل بين وظيفة العلاقات العامة الدولية والتسويق الدولي	301
دور العلاقات العامة الدولية في مساعدة المنظمات لدخول أسواق دولية جديدة	302
العلاقات العامة التسويقية الدولية	303
أهداف العلاقات العامة التسويقية الدولية	307
أنشطة العلاقات العامة التسويقية الدولية	309
هوامش الفصل السابع	311

الفصل الثامن

الاتصال والعلاقات العامة الدولية

317	تمهيد
319	أشكال الاتصال
319	الاتصال الشخصي
319	الاتصال الجمعي
319	الاتصال الجماهيري
320	عناصر الاتصال
320	المرسل
321	الرسالة
321	قناة الاتصال
322	المستقبل
323	التغذية الراجعة
324	أهمية الاتصال لممارسة العلاقات العامة الدولية
326	الاتصال الفعال في العلاقات العامة الدولية
326	البحث عن الجمهور المعني
326	استخدام الوسيلة المناسبة
326	استخدام الوقت المناسب
327	استخدام الرسالة المناسبة
327	معرفة الاختلافات الثقافية واللغوية
327	الأدوار الاتصالية للعلاقات العامة الدولية
327	مدير الاتصال

328.....	دور فني الاتصال
328.....	دور المدير التنفيذي
328.....	الدور التقليدي
	النظريات والاستراتيجيات الخاصة بوسائل الاتصال في العلاقات العامة
328.....	الدولية
329.....	أولاً: نظرية وضع الأجندة
329.....	ثانياً: نظرية التأطير
330.....	ثالثاً: استراتيجيات الاتصال
330.....	استراتيجيات رولر
	استراتيجيات مبنية على كيفية استجابة المتلقي للوسائل
332.....	الاتصالية/ نموذج هيراركية التأثير
334.....	رابعاً: نموذج نشر الأفكار الجديدة
334.....	وسائل الاتصال في العلاقات العامة الدولية
335.....	اختيار وسائل الإعلام كجزء من اتصالات العلاقات العامة الدولية
336.....	وسائل الإعلام المستخدمة في العلاقات العامة على المستوى الدولي
336.....	أولاً: الوسائل المطبوعة
336.....	الصحف
338.....	مجلة المنظمة أو الشركة
339.....	إعلانات الطرق
340.....	ثانياً: الوسائل المسموعة
340.....	التلفزيون/ القنوات الفضائية
342.....	الإذاعة
344.....	ثالثاً: وسائل صناعة الاجتماعات

347	رابعاً: الوسائل الإلكترونية.....
347	الإنترنت والعلاقات العامة الدولية.....
349	خدمات العلاقات العامة بالإنترنت.....
350	موقع الدردشة.....
351	عقد المؤتمرات عن طريق الفيديو.....
351	المؤتمر الإلكتروني.....
351	نوادي الشبكات.....
352	المجلات الإلكترونية.....
352	لوحة النشر الإلكتروني.....
352	خدمة الإعلان والترويج.....
353	استخدام الإنترنت في التجارة "التجارة الإلكترونية".....
353	استخدام المواقع الإلكترونية في العلاقات العامة الدولية.....
355	الاستراتيجيات الاتصالية للعلاقات العامة الدولية.....
357	الاستراتيجيات الاتصالية للعلاقات العامة المتعلقة بثقافة الدول.....
357	المدخل الذي يركز على ممارسة العلاقات العامة في ثقافة معينة.....
359	المدخل الذي لا يركز على ثقافة بعينها.....
361	تأثير العولمة على الثقافة والاستراتيجيات الاتصالية للعلاقات العامة الدولية... ..
362	الثقافة كمتغير في اتصالات العلاقات العامة الدولية.....
364	الحواجز التي تحول دون الاتصال.....
366	هوامش الفصل الثامن.....

الفصل التاسع

التحديات التي تواجه ممارسة

العلاقات العامة الدولية

تمهيد	377
العوامل التي تؤثر على ممارسة العلاقات العامة الدولية	379
أولاً: العوامل الاقتصادية	379
ثانياً: العوامل الثقافية	380
ثالثاً: العوامل الاجتماعية	382
رابعاً: العوامل السياسية والقانونية	383
خامساً: العوامل التكنولوجية	385
التحديات التي تواجه ممارسة العلاقات العامة الدولية	386
أولاً: التحديات التي تواجه العلاقات العامة الدولية المرتبطة بالدولة ونظامها	386
ثانياً: التحديات الرئيسية التي تواجه ممارسة العلاقات العامة الدولية المرتبطة بالتطورات والمتغيرات والصعوبات	388
ثالثاً: التحديات التي تواجه ممارسة العلاقات العامة على المستوى الدولي	389
تحدي الاختلافات الثقافية	389
تأثير الاختلافات الثقافية على طبيعة ممارسة العلاقات العامة الدولية وعملية التواصل	393
تأثير الثقافة ودورها في ممارسة العلاقات العامة الدولية	396
تجانس الثقافات	396
تنافر الثقافات	397

399.....	المزج بين تجانس الثقافات وتنافرها
402.....	نماذج حول عدم فهم وإدراك الاختلافات الثقافية بين الدول
405.....	تحدي اللغة
406.....	أهمية تحدي اللغة
407.....	المشاكل اللغوية التي يواجهها ممارسو العلاقات العامة الدولية
409.....	العاملين في إدارة العلاقات العامة الدولية
410.....	أولاً: العاملون الوطنيون في الشركة الأم
411.....	ثانياً: العاملون في الدولة المضيفة
413.....	المشكلات التي تواجه العلاقات العامة الدولية
	أولاً: المشكلات التي تواجه العلاقات العامة الدولية بسبب طبيعة عمل
414.....	الشركات متعددة الجنسية
	ثانياً: المشكلات التي تواجه العلاقات العامة الدولية بسبب طبيعة مهنة
416.....	العلاقات العامة ذاتها
419.....	هوامش الفصل التاسع
427.....	المراجع