



www.massira.jo

العلاقات العامة الدولية

INTERNATIONAL PUBLIC RELATION

الدكتورة

منال هلال المزاهره



رقم التصنيف : 659.2

المؤلف ومن هو في حكمه : منال هلال المزاهرة

عنوان الكتاب : العلاقات العامة الدولية

رقم الإيداع : 2014/9/4644

الواصفات : 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 للنشر

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 اشترطة
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

الطبعة الثالثة 2026م - 1447هـ



شركة جمال أحمد حيف وإخوانه

www.massira.jo

عنوان الدار

الأردن - عمان - العبدلي - شارع الملك حسين - عمارة الدوو رقم (185)
هاتف : 962 6 5627049 فاكس : 962 6 5627059 واتس اب : 962 78 9999013

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

صندوق بريد 7218 عمان - 11118 الأردن

التصميم والازحاج : دار المسيرة - قسم الانتاج

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 اللاسيمتري) |
| 123..... | النموذج المتوازن: النموذج السيمتري 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..... | الثقافة 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 بخلاف 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

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

الفصل السادس

الشركات متعددة الجنسية والعلاقات العامة

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

| | |
|----------|--|
| 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 |
| | مركزية أو لامركزية إدارة العلاقات العامة الدولية في الشركات متعددة |
| 246..... | الجنسية |
| 247..... | أولاً: العلاقات العامة الموجهة بالدولة الأم |
| 249..... | ثانياً: العلاقات العامة الموجهة بالدولة المضيفة |
| 251..... | ثالثاً: العلاقات العامة الموجهة بالعالم |
| | المتغيرات البيئية المفروضة على ممارسة العلاقات العامة الدولية في الشركات |
| 253..... | 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 |
| | المتغيرات التي تؤثر على ممارسة العلاقات العامة الدولية في الشركات متعددة |
| 259..... | 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 في 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 وتنافرهما
- 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