Iraq Academic Scientific Journals

Public Relations Department
College of Communication
University of Sharjah

Vol (12) | Issue (48) Year (2020)
| Pages (27 - 46)

ISSN: 2617-9318 (Online)
ISSN: 1995-8005 (Print)

Article history:
Received: 23 /02/2020
Accepted: 16 /05/2020

Ast. Prof. *Khaled Ishaq*, Ph.D. *
E-mail: kishaq@sharjah.ac.ae
Mobile: 009715 61208418

Ast. Prof. *Muhammad Malik*, Ph.D. *
E-mail: mmallek@sharjah.ac.ae

THE CULTURAL FACTORS THAT AFFECT THE COMMUNICATOR IN INTERNATIONAL PUBLIC RELATIONS

(Reading In Light Of The Theory Of The Cultural Relativism)

This research addressed the cultural factors that affect the communicator in international public relations in light of the theory of the cultural relativism. The research aimed to find out the nature of cultural differences between societies and how can for professionals in international public relations understanding the culture of other and communicate with him peacefully. The researcher used qualitative and interpretative methodology. Some of the important results of the research are: The Communities are affected by cultural factors that are composed from values, customs, traditions, prevailing and inherited ethic, languages, religious beliefs, fashion, gender, colors indication, freedoms, individual and group rights, and the links that connect the people of this community with each other. These cultural factors have a great impact on the management methods of the organizations and their organizational behavior, and therefore affect communication functions of international public relations

International organizations may face crises because of their limitation in understanding the values and the cultural traditions of their audiences. Therefore, the international institutions which are crossing borders in need for activities of international public relations, because of their need to understand international public opinion and the nature of their work, policies and objectives, in order to work with their internal and external audiences in full cooperation. The research recommend the communicators in the field of international public relations the necessity to respect organizational and societal culture in order to avoid facing any cultural problem.

Keywords:
- International Public Relations
- Cultural Factors
- Cultural Relativism
- Communicator

Available Online: http://abaa.uobaghdad.edu.iq/

***Ast. Prof. Khaled Ishaq, Ph.D.**, Public Relations Department, College of Communication, University of Sharjah*
***Ast. Prof. Muhammad Malik, Ph.D.**, Public Relations Department, College of Communication, University of Sharjah*

أ.م.د. خالد إسحاق *

أ.م.د. محمد مالك *

المستخلص

العوامل الثقافية المؤثرة على القائم بالاتصال في العلاقات العامة الدولية

(قراءة على ضوء نظرية النسبية الثقافية)

تناول البحث العوامل الثقافية المؤثرة على القائم بالاتصال في العلاقات العامة الدولية على ضوء نظرية النسبية الثقافية، وهدفت للتعرف على طبيعة الاختلافات الثقافية بين المجتمعات وكيف يمكن للممارسين في العلاقات العامة الدولية فهم ثقافة الآخر والتواصل معه سلمياً.

استخدم الباحث المنهج النوعي التفسيري.

وتم التوصل إلى أن المجتمعات تتأثر بالعوامل الثقافية المكونة من القيم والعادات والتقاليد، والأخلاقيات السائدة والمتوارثة، واللغة، والمعتقدات الدينية، ونوع الزي، والنوع الاجتماعي، ودلالة الألوان، والحريات، والحقوق الفردية والجماعية، وبالروابط التي تربط أبناء هذا المجتمع ببعضهم البعض. تؤثر هذه العوامل الثقافية على اساليب إدارة المنظمات وعلى سلوكها التنظيمي، وتؤثر ومن ثم على الوظائف الاتصالية للعلاقات العامة الدولية. وقد تقع المنظمات الدولية في أزمات بسبب قصورها إلى فهم القيم والتقاليد الثقافية لجماهيرها في الدول التي تعمل فيها.

ولذلك اصبحت المؤسسات الدولية في حاجة ماسة إلى أنشطة العلاقات العامة الدولية، نظراً لحاجتها إلى رأي عام دولي مستنير تتفهم طبيعة عملها وسياساتها وأهدافها لتعمل مع جمهورها الداخلي والخارجي في تعاون تام.

توصي الدراسة القائمين بالاتصال في العلاقات العامة الدولية بضرورة احترام الثقافة التنظيمية والمجتمعية من أجل تجنب الوقوع في مشكلة ثقافية.

الكلمات المفتاحية:

- *العلاقات العامة الدولية*
- *العوامل الثقافية*
- *النسبية الثقافية*
- *القائم بالاتصال*

Available Online: http://abaa.uobaghdad.edu.iq/

* أ.م.د. خالد اسحق ، قسم العلاقات العامة، كلية الاتصال، جامعة الشارقة.
* أ.م.د. محمد مالك ، قسم العلاقات العامة، كلية الاتصال، جامعة الشارقة.

العوامل الثقافية المؤثرة على القائم بالاتصال في العلاقات العامة الدولية
(قراءة على ضوء نظرية النسبية الثقافية)

المقدمة Introduction

تشمل العلاقات العامة الدولية الأنشطة كلها التي تعبر الحدود من دولة إلى أخرى وتأخذ طريقها إلى الشعوب مكونة صورة قومية في أذهان بعضها عن الآخر، ويأتي شمول المفهوم ليضم الأنشطة الاتصالية كلها الرسمية وغير الرسمية التي تمارسها الأجهزة والوسائل عبر القنوات ذات الصبغة الرسمية التي تواجهها دولة ما أو يمارسها أفراد الشعب عبر الاتصال المواجهي في علاقاتهم الاجتماعية والثقافية والاقتصادية مع الشعوب الأخرى عن طريق الهجرة والتجارة والوفود والزيارات في إطار السياحة والأسفار المختلفة الأغراض. وتعد المنظمات الدولية وأنشطتها ومجالات نفوذها ضرورية لممارسة علاقات عامة فعالة دولياً (Stone, 2005, p. 464)، وأن الحاجة الزائدة للاتصال الدولي تضع ممارسة العلاقات العامة في طليعة إدارة العلاقات بين الأمم والثقافات المتنوعة (Sriramesh, 2002, p. 104). وفي ضوء ذلك بدأ التفكير في وضع نظرية عالمية (Global Theory) للعلاقات العامة وتحديد تأثير العوامل الثقافية التي تمارس في إطارها، ومن ثم جاءت النظرية بعدها مدخلاً وسط في السجال الدائر في الأوساط الأكاديمية بين من يقولون إن من الممكن أن تمارس العلاقات العامة الدولية بطرق متشابهة في جميع الدول وهؤلاء هم أنصار العالمية (Globalists)، وبين من يرى وجوب ممارستها بطرق مختلفة في ضوء الاختلافات الثقافية للدول أو ضرورة تطبيق مفاهيم ومبادئ العلاقات العامة بما يتناسب وخصوصية كل ثقافة وهؤلاء هم أنصار النسبية الثقافية (Cultural Relativism). فكل تعبير أو اعتقاد استناداً إلى النسبية الثقافية، يفقد معناه وصلاحيته إذا ما اخرجناه من سياق استعماله الأصلي (سميث، سيمور، و آخرون، ٢٠٠٩، صفحة ٥١٤) وهناك من يرى فاعلية اشكال الممارسة كلها في مساعدة المنظمات على حل النزاع وبناء العلاقات مع جمهورها (Khamis & Elizabeth, 2009, p. 35). وفي السياق نفسه لا تخرج هذه الدراسة عن السجال الدائر بين المختصين مع تبني رؤية النسبية الثقافية في التعاطي مع ثقافة كل مجتمع، فكيف يمكن للمؤسسات الدولية وعبر القائمين بالاتصال في العلاقات العامة فهم العوامل الثقافية المختلفة للوصول إلى التعاون والتفاهم بينها وبين جمهورها في المجتمعات التي تتواجد فيها ومن ثم تكوين سمعة طيبة لدى الرأي العام على المستوى الدولي عن المؤسسات التي يعملون بها.

الأطار المنهجي للبحث Methodological Framework

أولاً : مشكلة البحث research problem

تواجه المؤسسات الدولية العديد من المشكلات الثقافية نتيجة عدم تفهمها ثقافة البلدان التي تتواجد فيها. وأن ثقافة المجتمع تسهم وبشكل كبير في تشكيل ثقافة العاملين داخل تلك المؤسسات. وعلى الرغم من أنه يوجد الكثير من أشكال الاتصال التي يمكن استخدامها لحل المشكلات التي تواجه المؤسسات الدولية، إلا أن العلاقات العامة الدولية القائم على الاتصال عبر الثقافات في استطاعتها التعامل مع الجماهير التي تنتمي إلى ثقافات مختلفة. ومن ثم تتلخص مشكلة الدراسة في السؤال الرئيس الآتي:

- ما العوامل الثقافية التي تؤثر على القائم بالاتصال في العلاقات العامة الدولية وكيف يمكنه التعامل مع المشكلات الثقافية التنظيمية والمجتمعية في إطار المؤسسات الدولية.

ثانياً: اهمية البحث research importance

تتمثل في أهمية الدور الذي يقوم به القائم بالاتصال في العلاقات العامة الدولية في تكوين صورة ذهنية طيبة عن المؤسسات الدولية، فضلاً عن أعضاء التنظيم الآخرين في المواقف المختلفة تجاه تصرفات جمهور هذه المؤسسات الدولية في ضوء الاختلافات الثقافية. عن طريق التأكيد على أن قضية الثقافة ينبغي النظر إليها في إطار نظرية النسبية الثقافية فلا يمكن تقييم ثقافة ما تقييماً موضوعياً في ضوء معايير أو تقاليد ثقافة أخرى مغايرة لها. ويعد هذا الموضوع جديد نسبياً إذ لم يهتم به الباحثون العرب كثيراً في مجال العلاقات العامة الدولية.

ثالثاً : أهداف البحث research goal

تتمثل اهداف البحث بالآتي:

- تحديد العوامل الثقافية المؤثرة على القائم بالاتصال في العلاقات العامة الدولية وقراءتها في ضوء نظرية النسبية الثقافية.
- تحديد طبيعة الاختلافات الثقافية بين المجتمعات وكيف يمكن لممارسي في العلاقات العامة الدولية تفهمهم لثقافة الآخر والتواصل معه سلمياً.
- التعرف على مدلولات التعبير غير اللفظية (الملابس، الألوان، التشريفات ... إلخ) واختلاف هذه المدلولات ثقافياً وتفهم النزوع نحو التقييم الثقافي لدى القائمين بالاتصال في العلاقات العامة الدولية.

رابعاً: منهج البحث وأداته research methodology&tool

اعتمد البحث على المنهج النوعي التفسيري. وغالباً ما ينتج البحث النوعي كلمات وأفكاراً، مقارنة بالبحث الكمي الذي قد ينتج أرقاماً ومعلومات. ويقوم هذا المنهج على الفهم الذاتي للحقيقة، والاختلافات الجوهرية التي تجعل الظواهر متفردة ويصعب تعميمها. ويقدم فيه الباحث التفسيرات الشاملة للموضوع، ويعتمد على دور الباحث في تشكيل الحقيقة وقياسها، الأمر الذي قد يفضي إلى خلاصات نظرية هي نتاج التعمق في التحقيق والتفسير (ويمر و جوزيف، ٢٠١٣، صفحة ٢١٣).

خامساً: مصطلحات البحث:SearchTerminologies

- **العلاقات العامة الدولية:** "تلك الجهود المخططة التي تستهدف إيجاد تفاهم مشترك بين جهة ما وجماهيرها المستهدفة من خلال تجاوز الفجوات الجغرافية واللغوية والثقافية" (العلاق، ٢٠١٠، صفحة ٥).
- **الثقافة:** هو ذلك التعريف الذي يركز على مفهوم الثقافة المجتمعية التي يعيشها أبناء مجتمع ما، وتشمل كل المكونات الموروثة والمكتسبة، والعادات والتقاليد والقيم الدينية والاجتماعية والأخلاقية، وأنماط الاتجاهات والسلوكيات التي تشكل بدورها نمط الحياة اليومية والتطلعات لأبناء هذا المجتمع، ورؤيتهم لذواتهم وللآخرين في الثقافات الأخرى (الجمال، ٢٠١٦، صفحة ١٠٥).
- **العوامل الثقافية:** هي الأنماط كلها الفكرية والقيم والمعتقدات الشائعة بين مجموعة من الأفراد، من دون اعتبار لحجم المجموعة أو عددها، سواء كانت جزءاً من مجتمع معين أو المجتمع كله، حتى إذا كانت المجموعة مرتبطة بمجموعات أخرى خارج حدودها الوطنية (الغامدي و المغربي، ٢٠١٨). وأيضاً هي تلك المتغيرات الموجودة خارج نطاق الفرد، وهي متغيرات متميزة نسبياً، ويمكن أن تؤدي إلى نتيجة معينة (صقر، ٢٠١٩، صفحة ٥١).
- **النسبية الثقافية:** هي الإقرار بأنّ فهم الثقافات أو الظواهر الثقافية وتفسيرها وتقييمها على وجه سليم، لا يمكن أن يتم إلا إذا تناولناها في علاقته بالبيئة التي توجد فيها، فلا يمكن تقييم ثقافة ما تقييماً موضوعياً في ضوء معايير أو تقاليد ثقافة أخرى مغايرة لها (سميث، سيمور، و آخرون، ٢٠٠٩، صفحة ٥١٤).
- **التعريف الإجرائي:** يركز على العوامل الثقافية التي يتأثر بها القائم بالاتصال في العلاقات العامة الدولية ورؤيته لذاته وللآخرين عن طريق العادات والتقاليد والقيم، واللغة، والمعتقدات الدينية، والعلاقات التعاقدية، وإدارة الوقت، والإطار المكاني، والتاريخ، والطبقة الاجتماعية، والأزياء

والملابس، وثقافة التشريفات، ودلالة الألوان، والاعتراف بالخصوصية الثقافية، واحترام الحقوق الفردية والجماعية.

سادساً: الدراسات السابقة: Previous Studies

- **دراسة (الرفاعي، ٢٠١٠)**: ترمي إلى بناء رؤية واضحة لاتجاهات القائم بالاتصال في دول العالم الإسلامي نحو قضية الحوار مع الغرب. وتحديد العوامل المؤثرة في اتجاهاته بعده المنتج للرسالة الإعلامية. وتم استخدام المنهج الوصفي وأداة الاستبيان وتوصلت إلى أن جنسية القائم بالاتصال وإطاره الثقافي العام وإطاره الجغرافي تعد عوامل مؤثرة في كل من اقتناعه بضرورة الحوار ومستوى ممارسته للحوار، ومستوى تقييمه للقيود ودور الإعلام في عملية الحوار مع الغرب، وتقييم السمات السلبية في عملية الحوار، وذلك لصالح الثقافات والدول ذات الاحتكاك المباشر والتاريخي مع الغرب.
- **دراسة (دنان، ٢٠١٤))**: ترمي الى الكشف عن علاقة العوامل الثقافية والمتغيرات الشخصية بالمواقف والسلوكيات السياسية لدى ساكنة إقليم بولمان المغربية. واستخدم الدارس ما يسمى بالفردانية المنهجية التي مفادها أن التحليلات في مجال العلوم الاجتماعية يجب أن تتخذ الفرد مبدأً ووحدةً مرجعية. وتوصلت إلى أن المستوى الدراسي وعامل الجنس تؤثران تأثيراً سالباً وذي دلالة إحصائية في درجة الارتباط بالقيم الأبوية، بمعنى أنه كلما ارتفع المستوى الدراسي أدى ذلك إلى التمسك أكثر بالقيم الأبوية والعكس صحيح، وأن التمسك بالقيم الأبوية هو فعل يرتبط بالجنس الذكوري أكثر مما يرتبط بالجنس الأنثوي.
- **دراسة (إبراهيم ، ٢٠١٥))**: ترمي إلى تشخيص العوامل السوسيوثقافية المكونة للمجتمع الجزائري، وبشكل أخص الأسرة الجزائرية بعدها المؤسسة الاجتماعية الأولى المسؤولة عن تكوين شخصية الشباب، وتوصلت إلى أن المجتمع الجزائري شهد تحولات عدة مست الكثير من لبناته القاعدية، وهذا ما أثر بدوره على نسق القيم لدى الشباب الجزائري، وأن للعوامل السوسيوثقافية تأثيراً جوهرياً وعميقاً على شخصية الشباب فهي تؤثر عليهم برسم هويتهم الثقافية والاجتماعية وطبعها.
- **دراسة** (حلواني ا.، ١٤٣٠هـ): ترمي الى التعرف على ماهية الثقافة التنظيمية وما تحتويها من عناصر وخصائص ومقومات وهي دراسة استطلاعية استكشافية، وتوصلت إلى وجود قيم

ثقافية تنظيمية سلبية بنسبة أقل، وهناك مشكلات أخرى مرتبطة بالدور الذي تؤديه المنظمات العامة في تنمية المجتمع وتأثير تلك القيم على التزام العاملين بمستوياتهم الوظيفية المختلفة فقد أصبح من السهل تبنيهم لها واقتناعهم بها مما يسهم في انتشارها وتعزيزها.

التعليق على الدراسات السابقة

تراوحت موضوعات الدراسات السابقة بين العوامل المؤثرة على اتجاهات القائم بالاتصال في دول العالم الإسلامي نحو قضية الحوار مع الغرب. وتأثير العوامل الثقافية والمتغيرات الشخصية على المواقف والسلوكيات السياسية. ودور العوامل السوسيوثقافية في تأسيس الثقافة المجتمعية لدى الشباب. ومن أين يبدأ التغيير في ثقافة المنظمة. في حين تناولت هذه الدراسة العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال في العلاقات العامة الدولية على ضوء نظرية النسبية الثقافية. وقد افاد الباحث من الدراسات السابقة في تحديد المشكلة وصياغتها وتحديد أهداف الدراسة.

الإطار النظري: Theoretical Framework

١. في معنى الثقافة

تدل الأصول اللاتينية للمصطلح على أن كلمة الثقافة جاءت من المصطلح اللاتيني "Culture" والذي يرمز إلى الاهتمام بالحقل وفلاحة الأرض المزروعة، تختلف حتماً عن الأرض غير المزروعة "البور" ومن هنا استعير هذا المصطلح ليشير إلى خدمة الروح، ويشير كذلك إلى الشخص الذي يطور إمكاناته الفكرية والحسية عن طريق التربية، والقراءة، والتعلم، والدراسة، والتفكير، والسفر والعلاقات الإنسانية (فوزي، ٢٠١٥، صفحة ١٠)، وأن المتخصصين في علم الأنثروبولوجيا يعتبرون الثقافة العامل الأساس المؤثر في عادات الجنس البشري وسلوكه داخل المجتمع (مسلماني، ٢٠١٦، صفحة ١٤)، وأن الثقافة تكون بمثابة هوية لمجتمع ما تميزه عن مجتمع آخر، وعلى كل مجتمع أن يتقبل ويتعايش ويرحب بثقافة الآخر ويتعامل معه من دون انتقاص منه (كريم و فلحي، ٢٠١٩، صفحة ١٩٧). وقد أختلف العلماء كثيراً حول تحديد مفهوم الثقافة وتعددت الأبعاد التي يمكن عن طريقها وضع تعريف دقيق لها. إذ يرى البعض أنها تجاوزت المئة والستين تعريفاً. ومن التعريفات الأكثر شيوعاً بين الباحثين والمهتمين هو التعريف المشهور لـ "فريديريك تايلور" في كتاب "الحياة البدائية" والذي يعرف فيه الثقافة بأنها "الكل المركب الذي يشمل على المعرفة والمعتقدات والأخلاق والقانون والعرف وغير ذلك من الإمكانيات والعادات التي يكتسبها

الإنسان باعتباره عضواً في المجتمع" (فوزي، ٢٠١٥، صفحة ١١). وهناك عدد من المنظمات الإقليمية والدولية قد وضعت تعريفاً معيارياً للثقافة؛ منها:

- **المنظمة الدولية للتربية والثقافة والعلوم (اليونسكو):** عرفت الثقافة بأنها "جميع السمات الروحية والمادية والفكرية والعاطفية، التي تميز مجتمعاً بعينه، أو فئة اجتماعية بعينها، وهي تشمل الفنون والآداب وطرائق الحياة، وتشمل الحقوق الأساسية للإنسان، ونظم القيم والتقاليد والمعتقدات.
- **المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم (الالسكو):** قد حددت الثقافة في وثيقتها المهمة الخطة الشاملة للثقافة العربية هي "مجموع النشاط الفكري والفني بمعناه الواسع، مع ما يتصل بهما من المهارات والوسائل التي ترتبط بكل أوجه النشاط الاجتماعي الأخرى مؤثرة فيها ومتأثرة بها (مسلماني، ٢٠١٦، صفحة ١٣).

٢. العوامل الثقافية المؤثرة على القائم بالاتصال في العلاقات العامة الدولية

بطبيعة الحال الثقافة معرضة للاندماج والتلاقح والتلاقي مع الثقافات الأخرى. فاليوم عن طريق الفضائيات والإنترنت والتطور في تكنولوجيا الاتصال لم يعد هناك تحصين حقيقي، ومن مصلحة البشرية التعرف على بعضها البعض والاطلاع على ثقافات الأمم الأخرى، والحياة ستزكي الجيد وتطيح بالسلبي (مسلماني، ٢٠١٦، صفحة ١٥). وينبغي في هذا الصدد التأكيد على أن أبناء كل ثقافة شديدو الحساسية لعاداتهم وأعرافهم الاجتماعية، وأقل تسامحاً مع انتهاكها وعدم احترامها (الجمال، ٢٠١٦، صفحة ١١١). وعلى الرغم من اختلاف القيم الثقافية والعوامل التنظيمية والشخصية وغيرها من العوامل التي تجعل ممارسة العلاقات العامة تختلف من دول إلى أخرى، إلا أن هناك معارف علمية ثابتة ومهارات تنافسية لابد أن يلم الممارسين جميعهم بها بهدف زيادة إمكانات أجهزة العلاقات العامة، وهي: مفاهيم واستراتيجيات الاتصال والإقناع، ونظريات العلاقات العامة، والعادات المجتمعية، والتسويق، وتاريخ العلاقات العامة، اولقضايا العالمية، ومفاهيم ونظريات الإدارة، وتخطيط وإدارة العلاقات العامة، وحملات العلاقات العامة، وقوانين العلاقات العامة، وأخلاقيات العلاقات العامة، وفلسفة العلاقات العامة، والإحصاء والأدوات البحثية الكيفية، وتكنولوجيا المعلومات، والأحداث الخاصة، والاتصالات الدولية، وتعليم اللغات الأجنبية، ومشكلات العلاقات العامة المعاصرة، والرأي العام، والعلاقات المؤسسية والهياكل التنظيمية، أودوار العلاقات

العامة، والإعلان وعلم سلوك المنظمات (عجوة و يوسف، ٢٠٠٥، صفحة ١١٨). وأن العوامل الثقافية التي سنقوم بمناقشتها في هذا البحث مهمة لكل فرد في المجتمع ولكن تزداد أهميتها للقائم بالاتصال في العلاقات العامة الدولية نظراً لطبيعة الدور المطلوب منه في التعامل مع جمهور المؤسسات الدولية. وتتمثل هذه العوامل في الآتي:

أولاً: العادات والتقاليد والقيم: Customs, Traditions and Values

وهي مسميات لأشكال من السلوك الذي تعارف عليها المجتمع المحلي أو الأكبر، وصارت جزءاً من عاداته الاجتماعية وتوارثتها الأجيال اللاحقة عن السابقة عن طريق تقليد الأبناء للآباء والأجداد. ولهذه المسميات السلطة الأقوى في المجتمع ويستجيب لها أعضاء المجتمع بصورة آلية لأنها تعبر عن إرادة اجتماعية قوية ومتوارثة. ومن لا يستجيب لذلك يعد شاذاً أو مذنباً يستحق العقاب الذي يتراوح بين العقاب المعنوي والمادي وبين القانوني والاجتماعي. ويتوقف أسلوب العقاب ودرجته على نوع الشذوذ أو الذنب المرتكب في حق العادات والتقاليد والقيم (علقم، ٢٠١٢، صفحة ١١٧). مثلاً فالمرأة التي لا تتقيد بمتطلبات الزي قد تقابل بشيء من السخرية أو تشعر ببعض الحرج عند تعاملها مع أفراد أكثر تقيداً به، وإذا كانت آداب مؤسسة أو مناسبة ما تتطلب ارتداء لباس معين فإن أي شخص لا يرتدي هذا اللباس قد لا يسمح له بالدخول. وإن الجزاءات التي يفرضها المجتمع تزداد بازدياد الدرجة التي يؤثر فيها تصرف ما على الآخرين. إن بعض القواعد تدخل ضمن قانون الدولة وتطبقها السلطة المركزية التي تحاول أن تمنع الخروج عليها وتعاقب مخالفيها، غير أن القانون لا يستطيع أن يواجه الاحتمالات كافة الضارة اجتماعياً. ولهذا فقواعد القانون تكملها القواعد الأخلاقية (فرانكل، ١٩٨٤، صفحة ١٦٦). ولذلك على المشتغلين بالعلاقات العامة الدولية أن يتعرفوا بشكل جيد على عادات الدول وتقاليدها وقيمها والتي يعملون فيها حتى لا يقعون فريسة للأخطاء التي تؤثر في سمعة المؤسسة.

ثانياً: المعتقدات الدينية: Religious Beliefs

كل فئة من الناس يرون دينهم هو الأصح، ويمارسون ضغوطاً اجتماعية قوية في مواجهة أية انتهاكات لمعتقداتهم الدينية. مثلاً؛ أنه على الرغم من خبرة شركة كوكاكولا (Coca Cola) الطويلة في التعامل مع جماهير متنوعة ثقافياً، فإنها أخطأت خطأ جسيماً في عام ١٩٩٤م عندما طبعت على علب كوكاكولا (Coca Cola) التي تلقى في سلة المهملات بعد تناولها علم المملكة

العربية السعودية، الذي يحمل شهادة "لا إله إلا الله محمد رسول الله" وذلك بمناسبة اشتراك المنتخب السعودي لكرة القدم في نهائيات كأس العالم (الجمال، ٢٠١٦، صفحة ١٠٤).

وفي زمن العولمة والتعدد الثقافي أصبح من غير الممكن أن يتطور الحراك البشري الفعلي عن طريق السياحة والعمل أو عن طريق شبكة الإنترنت، من دون أن يحدث بين الديانات والثقافات احتكاكاً مباشراً أو غير مباشر. ومن هنا أصبح الاحتكاك بين الديانات ومعتنقيها أكثر حدوثاً من ذي قبل. وقد أثار هذا الاحتكاك أشكال الحرية الدينية بشكل ملح؛ وباتت مشكلات حرية الممارسة الدينية في العالم تملأ جرائد الصحف والقنوات التلفزيونية والتقارير الحكومية، إلى درجة أنه أصبح في الإمكان القول إن ردود الأفعال حيال مسألة الحرية الدينية اصبحت اليوم الأسلوب المفضل للحوار بين الديانات (غماري، ٢٠١٣، صفحة ١٦٦). وعلى وفق دراسة محمد توزي فإن دول أوروبا الشمالية (كالسويد وألمانيا) يخصص ١,٦%، ٢,٦% على التوالي مكانة للدين في تربية أولادهم. وفي دول كفرنسا وإسبانيا يعد ٦,% و ٧,% القيم الدينية يجب أن تكون ضمن القيم التي من الضروري نقلها إلى الأطفال عن طريق التربية والتنشئة الاجتماعية. أما دول جنوب المتوسط وشرقه فنجد أن ٣٢% في سوريا و٥٠% في مصر يرون أن الدين يجب أن يكون ضمن القيم الواجب نقلها إلى الأطفال (غماري، ٢٠١٣، صفحة ١٧٣). يؤثر الدين تأثيراً قوياً على سمعة المؤسسات الدولية ومن ثم من الأهمية بمكان مراعاة التعاليم والشعائر الدينية في المجتمع الذي تنشط فيه المؤسسة واحترامها.

ثالثاً: عامل اللغة: Language Factor

اللغة هي الوسيلة الرئيسة التي ندير بها حياتنا الاجتماعية، وعندما تستخدم اللغة في سياقات التواصل تتعقد الصلة بينها وبين الثقافة في نواحٍ كثيرة ومتشابكة (كرامش، ٢٠١٠، صفحة ١٥). وكل فعل لغوي مكتوب كان أو منطوق فيه خبر عن موقع مؤلفه ومركزه في إطار بنيته الاجتماعية في ثقافة ما. عن طريق تبديل الشفرة وعبور اللغة بجميع حالاته، يشير المتكلمون إلى كينونتهم والصورة التي يريدون أن يراهم الآخرون بها لحظة النطق بالكلام (كرامش، ٢٠١٠، صفحة ١٨٣). فهم يرون أن استخدامهم للغتهم رمزاً لهويتهم الاجتماعية، ومنع استخدامها رفضاً لهويتهم الاجتماعية وثقافتهم. ومن المؤكد أن هناك صلة طبيعية بين اللغة التي تتحدث بها جماعة اجتماعية من الناس وبين هوية هذه الجماعة فعن طريق اللهجة التي ينطقون بها، والمفردات

وأنماط الخطاب التي يستخدمونها، يقوم الناس بتعريف أنفسهم وهم لا يشعرون، ويعرفهم الآخرون بوصفهم أعضاءً في هذه اللغة أو تلك أو هذا الخطاب الاجتماعي أو ذاك. وقد تكون هذه اللغة غير لفظية (إشارة، علامة).

وحين تشعر بعض المجتمعات بأن هناك خطراً يتهدد هويتها الثقافية والسياسية فإنها تنهض للدفاع عن لغتها وتنشط للحفاظ عليها وللاهتمام بإحيائها. حدث ذلك في كيبك الكندية وبلجيكا وويلز ومناطق أخرى كثيرة في العالم". ولذلك كثيراً ما تضطر المؤسسات الدولية إلى الاستعانة بأفراد يتحدثون لغات مختلفة في موقع عمل واحد حتى في ظل وجود لغة "رسمية". وقد اصبحت اللغة الإنجليزية خلال السنوات الأخيرة لغة رسمية لعدد من المنظمات الدولية.

رابعاً: العلاقات التعاقدية: Contractual Relationships

تختلف الثقافات فيما بينها من حيث نظرتها إلى التعاقدات التي تتم بين طرفين أو أكثر ومدى الالتزام بها. إذ يعتمد النهج التعاقدي أساساً على الدروس المستخلصة من التجارب المتراكمة وكذلك معطيات وخصوصيات المحيط المتعلق بكل هيئة ودرجة انخراط الأطراف المعنية المختلفة في المنهجية التعاقدية ومدى توافق وتكامل هذه الأخيرة مع النهج العلمي المتبع من طرف المنشأة (المغربية:، ٢٠١٢، صفحة ٣٧). ومنذ أن هجر الإنسان تلك العيشة الفطرية البدائية غير المنظمة التي كانت تأخذ نمط حياته، وهو يبحث عن إطار يحكم سلوكه وتصرفاته، ويتطلع إلى كيان ينتمي إليه، ويستظل بظله، ويتوصل لمصادر تلبي له احتياجاته ورغباته، فكان له أن اهتدى وبدرجات متفاوتة، وبأوقات متعاقبة من حياة البشرية إلى تشريع إطارٍ يحكم السلوك والتصرفات، لا بل ويحفظ الحقوق ويردها إلى أصحابها، ويجدد العلاقة بين الحاكم والمحكوم، ويفصل بين المصلحة العامة والمصلحة الخاصة (غرايبة، ٢٠١١، صفحة ٢٤). ويعد الالتزام بهذه التعاقدات أمراً مهماً في بعض الثقافات وتفرض بقوة القانون، وترتب عقوبات على الإخلال بها أو عدم احترامها. ولا تعطي ثقافات أخرى أهمية كبيرة لهذه التعاقدات ويعد انتهاكها أمراً مألوفاً ومعتاداً. وعندما يكون أحد أطراف التعاقد وطنياً والآخر أجنبياً عادة ما يتم إلزام الطرف الوطني باحترام التزاماته المنصوص عليها في التعاقد .(Ayish.M, 2005, p. 385)

خامساً: عامل الوقت: Time Factor

الوقت هو الشيء المشترك بين الجميع وهو للجميع، ولكن هناك اختلاف في كيفية استغلال هذا الوقت من شخص الى آخر على وفق ثقافة كل منهما. والإنسان هو المسؤول الوحيد عن وقته ويستطيع أن يستغله ويخطط له، وأهم ما يميز الوقت أنه المقياس الذي يعتمد عليه في سرعة الإنجاز والمنافسة، وقد اصبحت المجالات كلها تعتمد على الوقت مقياساً لمدى استغلاله، فعن طريق الوقت يمكن اكتشاف مدى الاستغلال الأمثل له، فهو أداة للتقويم والرقابة إذ أن كل عمل له مدة زمنية محددة وبداية ونهاية (عبدالله، ٢٠٠٦، صفحة ٤٦). وفي دراسة قامت بها الجمعية الطبية الأمريكية في كولومبيا والتي تخدم نحو أربعين ألف مريض بدراسة الوقت الذي يقضيه المريض في عيادات الجمعية، فاكتشفت أنه يتراوح بين عشر إلى عشرين دقيقة، ووجدت أن انتظار المريض إذا طال عن هذه المدة، فإن التقصير سيكون من جانب أطباء الجمعية، وهكذا رأت أنه من واجب الجمعية تعويض المرضى الذين ينتظرون أكثر من هذه المدة، وقد أعدت الجمعية إيصالات كل منها بخمسة دولارات تعطي للمريض عن كل دقيقة يقضيها بعد العشرين دقيقة المحددة، وللمريض الحق أن يستخدم هذه الايصالات في شراء الأدوية أو المستلزمات الطبية، أو أن يحصل عليها نقداً. وتم توقيع خصومات على الأطباء المتهاونين في أداء عملهم، طبقاً للمعايير التي وضعتها الجمعية، وقد تحسنت خدمة المرضى بعد هذه الإجراءات (الفقي، ٢٠٠٩، صفحة ١١).

سادساً: عامل المكان: Place Factor

أوضح أبن خلدون في مقدمته أثر درجات الحرارة العالية والمنخفضة على أخلاق البشر، وأشار إلى أن العلاقة بين بنائهم الفسيولوجي وطبيعة الأقاليم التي يعيشون فيها .. وذكر أن أخلاق سكان الأقاليم المدارية في أفريقيا تتميز بالخفة والطيش وكثرة الطرب ويعود ذلك إلى استيلاء الحر على أمزجتهم، في حين أن سكان البلاد الباردة يتصفون بالجدية والكآبة. فالإنسان نتاج سطح الأرض، وليس معنى هذا أنه مجرد أبن الأرض وجزءاً من ترابها، ولكن أن الأرض أرضعته، وغدته، وحددت واجباته، ووجهت أفكاره ... وتغلغلت في عظامه ولحمه وروحه وعقله (الخياط، ١٩٩٦، صفحة ١٣). ولهذا ينبغي على ممارس في العلاقات العامة تفهم هذا الأمر من أجل التواصل مع الآخر.

سابعاً: عامل التاريخ: History Factor

هو السجل الذي يمثل الماضي المشترك للأفراد والجماعات الذي يعمل على تأسيس الهوية الأساسية للثقافة، فهو يسعى لجعل الشعوب تتطلع بنظرة واعية لبناء الحاضر والمستقبل، وهو

تاريخ الدين والأمة، ووعاء الذكريات لأنه يوثق للماضي ويبين الحقائق وهو الحافظ لبقاء الأمة عبر الزمان والمكان. وإن الربط بين الماضي والحاضر هو من الركائز الأساسية في تشكيل هوية الأمة وصياغتها ، فالتاريخ مكون من مكونات الوعي حول الهوية الثقافية للأمة (أبوعاقولة و حجازي، ٢٠١٨، صفحة ١٣). وعلى عتبة الألفية الثالثة، حققت البشرية إنجازات حضارية في المجالات المختلفة العلمية والمعرفية وصار الإنسان بقدراته وإمكاناته، سيد البسيطة من دون منازع، فقد حقق سيطرته على الخلائق والكائنات بما حباه الله من ذكاء وحنكة، وأصبح العالم كياناً منفتحاً ومتصلاً ومتواصلاً تحكمه موجبات عولمة فرضت نفسها عليه وصار ملزماً بالخضوع لها. وأصبحت الشعوب والحضارات متكاملة ومتواصلة، تحمل كل منها ميزاتها وخصائصها لتتلاقى مع الآخرين تفاعلاً وتدافعاً (مرعب، ٢٠١٧، صفحة ٤٦).

ثامناً: الطبقة الاجتماعية: Social Class

إن تحليل المجتمعات على ضوء الطبقات الاجتماعية (الفقراء، الطبقة الوسطى، الأغنياء) هو تقليد قديم جداً، ويظهر أنه في التاريخ الغربي كانت دائماً إحدى الطرق لتصور تنظيم المجتمعات تستند إلى عدد محدود من الجماعات المتمايزة .. هذا التقليد يقترح تصورات عن المجتمع على قاعدة الإنتاج، في توليف أو تنافس أكثر أو أقل مع تصورات أخرى مبنية على مبادئ أخرى مثل التمايز في أساليب الحياة أو علاقات الوجاهة، ويقصد بالاحتفاظ بتعبير "طبقة" لطريقته الخاصة في تحديد الجماعات (لوميل، ٢٠٠٨، صفحة ١١٣). وإن تكلم البعض على موت الطبقات منهم كلارك (Clark) فالبعض الآخر كمارشال مثلاً (Marshall) ما زال يرى التحليل بتعابير الطبقة الاجتماعية واعداً مستقبلياً.

تاسعاً: الأزياء (الملابس): Fashion Factor

اللباس شأن من الشؤون الإنسانية وظاهرة قديمة بقدم التاريخ البشري، وممتدة بامتداد جغرافية الأرض الراهنة. وهذه الظاهرة ذات صلة بالخصائص الفردية والاجتماعية للإنسان. وللأديان تعاليم خاصة بالألبسة، مثلما هو الحال في الإسلام، إذ نجد فيه قواعد وأوامر فيما يتعلق بستر الجسم، والحجاب الذي يصطلح عليه في مجتمعنا المعاصر، إنما هو تعبير عن نوع الزي الإسلامي (عادل، ٢٠١١، صفحة ٧).

فالعلاقة بين الزي والثقافة، علاقة رصينة إذ يُعد الزي العلامة الأولى التي يميز بها الناس الشخص الغريب الوافد على بلدتهم. ويبدو أنّ الناس يتحدث بعضهم إلى البعض الآخر عن طريق الزي واللباس، ويقدّم كل منهم نفسه بلغة زيّه: من أنا؟ من أين أتيت؟ ومن أي بلد وثقافة؟ فلباس الفرد يخضع لثقافة المجتمع قبل أي شيء آخر، ثم لذوقه الشخصي. ومثلما تعبّر الأمم عن إيمانها بهويتها الوطنية والسياسية عن طريق وفائها واحترامها لعلمها، يعبّر الإنسان عن إيمانه بقيمه وأفكاره عن طريق ارتداء الزي الذي ينسجم مع تلك القيم والأفكار (Chun-ju, 2004, p. 265). والزي لا يخضع لتأثير الثقافة الاجتماعية فحسب، بل يكشف أيضاً عن هوية أفراد المجتمع ومن الطبيعي أن صلة وثيقة بين هوية الأفراد والثقافة الاجتماعية العامة. فالزي تقليد موروث تختلف في تفاصيلها وألوانها من دولة إلى أخرى، ومن شعب إلى آخر، ومن ديانة إلى أخرى؛ مثلاً عدم الالتزام بالزي في بعض المجتمعات الإسلامية بمثابة تحلل في الإثارة بل أن القرآن قد شبه الزوج والزوجة بأن كلاً منهما لباس للآخر (هنّ لباس لكم وأنتم لباس لهنّ) البقرة (١٨٧).

عاشراً: التشريفات "المراسم": Protocol

إن محترفي العلاقات العامة يمضون جل وقتهم في الأنشطة الاتصالية الهادفة إلى تكوين وتعزيز علاقات المؤسسة بجماهيرها وأثناء ذلك فإن المحترفون يتقنون أنشطتهم الاتصالية بعدهم ديبلوماسيين من الدرجة الأولى (التطويرية، ٢٠١١، صفحة ١٣) والناس يحبون أن يعاملوا بطريقة محببة، وأن يحظون بالاحترام والتقدير اللائقين من طرف الآخرين، وكذلك يحترمون صفاتهم ومكانتهم ومنازلهم، ولا يقبلون التنازل عنها في بعض الأحيان. فالعلاقات العامة توفر لهم ذلك، فإن مسألة كسبهم والحصول على رضاهم ومحبتهم، تصبح مسألة غاية في السهولة وهذا الأسلوب يعد واحداً من أهم الأسباب المستخدمة في الإقناع، وسمي بالمقدمات الإقناعية، وبذا تصبح عملية الإقناع أكثر سهولة، وفرص التواصل تحقق نتائج أكيدة، لأن الخطأ فيها قد يكلف المؤسسة كثيراً وقد يتسبب في توتر العلاقات، نتيجة شعور الأطراف بعدم الاحترام أو التقدير، لذلك ينبغي لمحترف العلاقات العامة أن يعرف عن كل ما يتعلق بالتشريفات (Suman, 2007, p. 158). من القوانين والعادات والتقاليد والسلوكيات المتفق عليها في المجتمعات.

الحادي عشر: النوع الاجتماعي: Social Gender

يقوم مفهوم النوع الاجتماعي على أساس من الاعتراف بالاختلاف والتعددية والتنوع بعده نتاج التشكيل الثقافي لأدوار الأنوثة والذكورة. والأدوار الاجتماعية التي يتم تشكيلها ثقافياً في إطار مجتمع ما وفرضها تلقائياً على كل جنس بعينه، ومن ثم يتوقع المجتمع التزام كل فرد منه، تبعاً لجنسه، بتلك الأدوار وما تحمله من مشاعر وقيم مع التعبير عنها في السلوك اليومي. فالبكاء كتعبير عن الحزن أو الألم مرفوض للصبي ومقبول للصبية في الموقف الواحد (ناصف، ١٩٩٨، صفحة ١٩١). وتنطلق هذه الثنائية الذاتية من الاختلافات البيولوجية بين الجنسين، والتي تعلي من قيمة الرجل على حساب المرأة وهي الرؤية التي ترفضها النساء بعدها مبرراً تم استخدامه تاريخياً لفرض اشكال الظلم المختلفة والقهر على النساء لمجرد انتمائهن إلى جنس النساء، وانعكاس ذلك على القوانين والأعراف السائدة في المجتمعات. ولا شك في أن الجميع أصبح ينادي ليس بالمساواة بين الجنسين فحسب ولكن أيضاً ضرورة التمييز الإيجابي بعدهن فئة تعرضت تاريخياً وثقافياً واجتماعياً واقتصادياً وسياسياً للاستضعاف والتهميش. وقد صدرت مواثيق دولية تضمن حقوق المرأة وترسخ المساوة بين النساء والرجال مثلاً: الإعلان العالمي لحقوق الإنسان، والعهد الدولي للحقوق الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، والعهد الدولي للحقوق المدنية والسياسية. فضلاً عن مواثيق إقليمية؛ مثل: النظام الأفريقي (بروتكول مابوتو)، والنظام الأوروبي (الميثاق الاجتماعي الأوروبي)، وغير ذلك (صقر، ٢٠١٩، صفحة ٧٣). وقد جاءت في دراسة بعنوان "تمكين المرأة: قياس الفجوة العالمية بين الجنسين" أنه حتى عند وصول المرأة إلى مناصب متساوية للرجل إلا أن هناك مشاكل تواجه المرأة منها صعوبة الوصول إلى المناصب العليا، لأنها بحاجة إلى تقديم بعض التنازلات في بعض الأحيان إلى درجة قبولها بالوصول إلى مركز محدد وعدم تبوؤها مناصب قيادية عليا (خروب و الخاروف، ٢٠١٧، صفحة ١٦٧). في حين يعد التمييز بين النوع الاجتماعي أمراً نسبي يختلف من مجتمع إلى آخر بحسب ثقافة كل مجتمع وتقاليده.

الثاني عشر: دلالة الألوان: Colours Indication

لقد عرفت الشعوب الألوان كافة وارتبطت بها في تقاليدها حتى صارت جزءاً من تراثها الشعبي، واستخدمها الإنسان القديم والحديث في طقوسه الدينية وفي عباداته ولا تخلو الأديان السماوية من هذه الطقوس. فقد ظهر اهتمام الإنسان باللون مع نشوء أولى الحضارات الإنسانية

المبكرة في العالم، بدءاً من حضارة وادي الرافدين في العراق، وحضارة وادي النيل في مصر ووصولاً إلى الفترة الحديثة في العصر الحديث (عبدالمجيد، ٢٠١١).

وفي دول كثيرة من العالم عادات وتقاليد موروثة تدفع الناس إلى اعتماد فكرة الحظ عن طريق الملابس التي يرتديها الأشخاص أثناء التوديع والاستقبال. مثلاً من الألوان المفضلة والسائدة الأصفر؛ إذ يعده البعض جالباً للحظ في المال والثراء، ويقبل الرجال في هذه المجتمعات على شراء ملابس صفراء إيماناً منهم بأنها بالضرورة ستحدث تأثيراً إيجابياً على أوضاعهم المالية. اللون الأحمر الذي تعتمد عليه بنات حواء ويلبسنه من أجل الحب والعاطفة عند استقبال الأعوام الجديدة، والأمر لم تقتصر على النساء فكثيراً من الرجال يلبسون الأحمر تحت تأثير الاعتقاد النفسي (الياقوت، ٢٠١٨، صفحة ٦٦). وشغل اللون الأسود حيزاً كبيراً في المعتقدات القديمة وفلسفتها فهم يعتقدون بأن اللون الأسود رمز الحزن والحداد والموت وظلام الليل والغضب .. ويذكر أن الأسود عند الصينين يرمز إلى الماء وجهة الشمال، وعند الفراعنة إلى الآلهة وإلى الماء أيضاً .. ويعلن الصينيون عن حدوث حالة الوفاة برفع راية بيضاء على باب أو شرفة بيت المتوفي، ويبدأون باستقبال المعزين ويكونون عادة من أهل وذوي الميت، وتبدأ أولى المراسم بإلباس المتوفي الثياب الأنيقة (الياقوت، ٢٠١٨، صفحة ٧٠). فاللون وسيلة للتعبير عن مشاعر وأحاسيس وانفعالات فهو مشهد تبنى عليه حالات الحزن والفرح فقد يبعث في النفس الهدوء والسكينة أو انفعالات حزينة.

الثالث عشر: عامل الحوار: Dialogue Factor

الحوار ليس مجرد محادثة، بل أنه لقاء بين الشعوب ومن ثم فإنه يعتمد على الثقة المتبادلة، والمطالبة باحترام هويات الآخرين وسلامتهم، ويتطلب إدارة طيبة لمسائل التأويل الشخصي للواقع والأحداث والانفتاح في الوقت نفسه على تأويلات الآخرين. وللحوار شكلان؛ هما (غماري، ٢٠١٣، الصفحات ١٧٠-١٧١).

- **الإيجابي:** يصّب في دائرة التعريف بالآخر، من أجل فهمه وإيجاد سبل التعايش معه بشكل سلمي ومسالم، كمشروع الحوار بين الديانات الذي تبنته اليونسكو ١٩٩٥م، إذ كانت النتيجة الكبرى إجماع المشاركين على: تعليم الشباب قيم احترام الآخر من أجل التعايش في المجتمعات التعددية، وتقوية التعارف المشترك بين الديانات وتفضيله، وترقية الدراسات التي تهتم بالتفاعلات بين الديانات في الماضي والحاضر.

- **السلبي:** يتأسس على الفعل وردود الفعل تجاه الآخر من أجل إبراز الذات كضحية والآخر كمعتد يجب حشد الدعم للتخلص منه ويتم ذلك عبر كثير من الأشكال، عن طريق وسائل الإعلام كالحملات الإعلامية ضد الأديان أو عن طريق المؤسسات العلمية والمراكز البحثية المتخصصة.

ويقوم جهاز العلاقات العامة الدولي بالتنسيق مع سائر الجهات المعنية بالثقافة في أي بلد بالتركيز على إبراز الهوية الثقافية للمجتمع بشكل واضح عبر الرسائل الإعلامية وعبر ممثلي المجتمع عبر اتصالهم المستمر بقيادة المجتمعات الأخرى؛ مثل الحث على تفهم الصورة القومية والحقيقة عن شعب ما ومراقبة تطور هذه الصور في الخارج لدى الدول المتلقية في تحقيقه عبر العلاقات العامة الدولية (يوسف، ٢٠٠١، صفحة ١٠)

الرابع عشر: الخصوصية الثقافية: Cultural Privacy

الخصوصية الثقافية لمجتمع ما ليست امتيازاً ولا اختياراً فكما أن الفرد لا يختار أبويه ولا زمن ولادته ولا شكله ولا لونه ولا طوله أو قصره ولا أين يولد ولا في بيئة التي ينشأ فيها، فكذلك المجتمع لا يختار ثقافته التي هي خريطته النفسية والتي بها يتشكل عقله الجمعي ووجدانه وأخلاقه وقيمه واهتماماته، فعلاقة مجتمع ما مع ثقافته هي علاقة حتمية وليس بوسعه أن يبحث في الثقافات القائمة في الأرض ويختار واحدة منها وإنما الثقافة قائمة ومستقرة ومهيمنة في المجتمع (البليهي، ٢٠١٩). وقال الفيلسوف الفرنسي روسو: "يولد الناس أحراراً ولكنهم مكبلون بالأغلال في كل مكان". فمجتمعات الأسكيمو لها خصوصية ثقافية وأهل منغوليا لهم خصوصية ثقافية واليابانيون لهم خصوصية ثقافية وقبائل الصحراء الكبرى بإفريقيا لهم خصوصية ثقافية وأهل نيبال لهم خصوصية ثقافية وكندا وأمريكا لهم خصوصية ثقافية، وداخل كل ثقافة ثقافات فرعية لها بعض الخصوصيات ضمن الإطار الثقافي العام. ولذلك فإن الخصوصية الثقافية ليست اختياراً ولا امتيازاً وإنما الاختيار والامتياز يكون في القدرة على مراجعة هذه الخصوصية الثقافية الحتمية وانتقاء واختيار الأفضل اختياراً حُراً واعياً ولكن هذا الاختيار الحر تقمعه الحتمية الثقافية. وهناك عدة نداءات تؤكد ضرورة مراعاة الخصوصيات الثقافية باعتبار أن أدوات ممارستها تختلف من مجتمع إلى آخر.

الخامس عشر: الحرية الثقافية: Cultural Freedom

الناس مختلفون، ومختلفة هي أيضاً ثقافاتهم، ويعيشون بطرق مختلفة، وتختلف أيضاً حضاراتهم. يتكلمون لغات متنوعة، وترشدهم ديانات مختلفة. ويولدون بألوان للبشرة مختلفة، وتؤثر تقاليد عديدة في حياتهم بألوان متنوعة وظلال متفاوتة. يلبسون بأشكال مختلفة، ويتكيفون مع بيئتهم بطرق مختلفة، وكذا

تعكس الموسيقى، ويعكس الأدب والفن، أيضاً اساليب تعبير مختلفة. لكن على الرغم من هذه الاختلافات، فإن للناس خصيصة واحدة مشتركة: كلهم بشر، لا أكثر ولا أقل. ومهما اختلف الناس، فإن الثقافات جميعها تعتنق مبادئ مشتركة معينة: فما من ثقافة تسامح مع استغلال البشر، وما من ديانة تسمح بقتل الأبرياء، وما من حضارة تقبل العنف والهول (تقرير، ٢٠١٤). وعليه ضرورة احترام الحقوق الثقافية "حق الإنسان في اختيار هويته، وفي الانتماء علناً إلى مجموعات عرقية ودينية وثقافية ولغوية من دون التعرض للإقصاء السياسي أو الاجتماعي أو الاقتصادي"، وتتضمن وجود الحرية الثقافية واعتراف الدولة بالهويات المتعددة والمتكاملة داخل حدودها (حبيبة، ٢٠١٤، صفحة ٧٢). ولقد اعترفت كثير من البلدان بالحق في التنوع الثقافي ولو بصورة ضمنية أو جزئية "كندا". والواقع يؤكد وجود ثقافات متعددة تختلف بعضها عن بعض وليس هناك ثقافة عالمية واحدة (Rhee, 2002, p. 160).

السادس عشر: الحقوق الفردية والجماعية: Individual and Group Rights

الفردية هي حق الفرد في احترام خصوصية الأفراد الآخرين والمؤسسات ولديه الحق في التعبير عن رأيه في نشر أفكاره كيفما يشاء من دون تدخل من طرف آخر من مشكلة أو موضوع يرغب في طرحه ومناقشته (السامر و دهيرب، ٢٠١٧، صفحة ٤١). أما الجماعية تلك التي تثبت للأفراد ولكن التمتع بها وممارستها لا يتم إلا عن طريق المجموعة. لأن للناس في شتى مراحل تطورهم حاجات ورغبات لا يستطيعون إشباعها منفردين، ولذلك يلجؤون إلى التجمع في مجتمعات تتباين في طبيعتها طبقاً لتباين الظروف، بيد أنها تثير جميعاً مجموعة من مشاكل تنظيمية بصدد كيانها الذاتي وعلاقاتها مع غيرها من المجموعات (فرانكل، ١٩٨٤، صفحة ١٥). وبالرجوع إلى نصوص وإعلانات حقوق الإنسان نجد أنها تتمحور حول الحقوق الفردية كالإعلان العالمي لحقوق الإنسان. إذ أقر بأن الحقوق الواردة فيه هي حقوق للأفراد أو الأشخاص، أما الحقوق الجماعية فهي تلك التي تمارس بصورة جماعية مثل الحق في العمل والضمان الاجتماعي والحق في التعليم والحق في الإضراب والحريات النقابية (الموسي و علوان، ٢٠٠٧، صفحة ٢١).

خاتمة: The Conclusions

إن العادات والقيم والتقاليد لها تأثير قوى في المجتمع ويستجيب لها أعضاء المجتمع بصورة آلية لأنها تعبر عن إرادة اجتماعية قوية ومتوارثه ومن لا يستجيب لذلك يعد شاذاً أو مذنباً يستحق العقاب. وأن الناس يرون معتقداتهم الدينية هي الأصح ويمارسون ضغوطاً اجتماعية قوية في مواجهة أية انتهاكات لها. وأن المجتمعات عندما تشعر بأن هناك خطراً على هويتها الثقافية والسياسية فإنها تنهض للدفاع عن

لغتها وتنشط للحفاظ عليها وللاهتمام بإحيائها. وتختلف الثقافات فيما بينها من حيث نظرتها إلى علاقات التعاقدات التي تتم بين طرفين أو أكثر ومدى الالتزام بها. وأن إدارة الوقت هو الشيء المشترك بين الجميع ولكن هناك اختلاف في كيفية استغلال هذا الوقت من شخص الى آخر على وفق ثقافة كل منهما. وأن الإنسان نتاج سطح الأرض وأن الأرض أرضعته، وغدته، وحددت واجباته، ووجهت أفكاره. وأن التاريخ هو السجل الذي يربط بين الماضي والحاضر ويعد من الركائز الأساسية في تشكيل هوية الأمة وصياغتها. وإن تحليل المجتمعات على ضوء الطبقات الاجتماعية (الفقراء، الطبقة الوسطى، الأغنياء) هو تقليد قديم جدا. وأن ثقافة الأزياء شأن من الشؤون الإنسانية وظاهرة قديمة بقدم التاريخ البشري وممتدة بامتداد جغرافية الأرض الراهنة. وأن الناس يحبون أن يعاملوا بطريقة محببة وبالاحترام والتقدير اللائقين من طرف الآخرين، ويحترمون صفاتهم ومكانتهم ومنازلهم ولا يقبلون التنازل عنها في بعض الأحيان. وأن الاعتراف بالنوع الاجتماعي والتعددية والتنوع نتاج التشكيل الثقافي لأدوار الأنوثة والذكورة والأدوار الاجتماعية التي يتم تشكيلها ثقافياً في إطار مجتمع ما وفرضها تلقائياً على كل جنس بعينه. وأن الشعوب عرفت الألوان كافة وارتبطت بها في تقاليدها حتى صارت جزءاً من تراثها الشعبي، واستخدمها الإنسان القديم والحديث في طقوسه الدينية وفي عباداته ولا تخلو الأديان السماوية من هذه الطقوس. وأن الخصوصية الثقافية ليست اختياراً ولا امتيازاً لأحد وإنما الاختيار والامتياز يكون في القدرة على مراجعة هذه الخصوصية الثقافية الحتمية وانتقاء واختيار الأفضل اختياراً حُراً واعياً ولكن هذا الاختيار الحر تقمعه الحتمية الثقافية. وأن نظرية النسبية الثقافية تقوم على مبدأ عدم الحكم على العادات الثقافية والقواعد الأخلاقية أو تقييمها إلا في ضوء ماهية القيمة المرتبطة بها. ومن ثم على القائمين بالاتصال في العلاقات العامة الدولية ضرورة معرفة هذه العوامل الثقافية لتجنب وقوع المؤسسات التي يعملون بها في سوء تفاهم مع جمهورها.

المصادر باللغة العربية

ابتسام عبدالرحمن حلواني. (١٤٣٠). من أين يبدأ التغيير في ثقافة المنظمة. الرياض: المؤتمر الدولي للتنمية الإدارية - نحو أداء متميز.

إبراهيم البليهي. (٢٠١٩). الخصوصية الثقافية. صحيفة الرياض. ٢ نوفمبر.

إبراهيم الفقي. (٢٠٠٩). إدارة الوقت (الإصدار ط١). القاهرة: إبداع للإعلام والنشر.

أحمد محي خلف صقر. (٢٠١٩). العوامل الثقافية والاجتماعية وتأثيرها على الخطط الاستراتيجية لتشغيل الشباب في بعض دول العالم. (الإصدار ط١). الإسكندرية: دار التعليم الجامعي.

أريج حسين موسى أبوعاقولة، و عبدالحكيم ياسين حجازي. (٢٠١٨). الهوية الثقافية لدى طلبة جامعة اليرموك في ضوء العولمة من وجهة نظر الطلبة. دراسات العلوم التربوية، المجلد ٤٥. الملحق(١).

الدليل المنهجي (٢٠١٢). التعاقد بين الدولة والمؤسسات والمنشآت العامة، المملكة المغربية.

السلسلة التطويرية. (٢٠١١). الأتكيت. (الإصدار ط١). النجف الأشرف: المعهد التطويري لتنمية الموارد البشرية.

الصادق مساعد يوسف. (٢٠٠١). دور العلاقات العامة في التصدي للمخاطر الدولية – دراسة حالة السودان، رسالة ماجستير غير منشورة. كلية الإعلام، جامعة أم درمان الإسلامية.

أمان خلف الغامدي، و ريم علي المغربي. (٢٠١٨). العوامل الثقافية التي تؤثر في تعلم المفاهيم العلمية لدى تلاميذ المرحلة الابتدائية. مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات التربوية والنفسية المجلد ٢٦. العدد (٤).

بشير العلاق. (٢٠١٠). العلاقات العامة الدولية. عمان: دار الشروق.

تقرير التنمية البشرية. (٢٠١٤). الحرية الثقافية والتنمية البشرية. الأمم المتحدة. تاريخ الاسترداد ١٠ فبراير ٢٠٢٠ من https://www.un.org/ar/esa/hdr/pdf/hdr14.pdf

جواد علي مسلماني. (٢٠١٦). البرامج التلفزيونية والدور الثقافي للقنوات الفضائية ط١. عمان: دار امجد للنشر والتوزيع.

جوزيف فرانكل، و (١٩٨٤). العلاقات الدولية (الإصدار ط٢). (غازي عبدالرحمن القصيبي، المحرر) جدة: مطبوعات تمامة.

حسن الخياط. (١٩٩٦). العطاء الجغرافي في مقدمة أبن خلدون. مجلة مركز الوثائق والدراسات الإنسانية. العدد (٨).

حسن دنان. (٢٠١٤). تأثير العوامل الثقافية والمتغيرات الشخصية على المواقف والسلوكيات السياسية. مجلة أبحاث (٥٩-٦٠)، ٦٠-٧٧.

خالد مصطفى مرعب. (٢٠١٧). إضاءات مشرقة في تاريخ العلوم عند العرب والمسلمين، إصدارات مؤسسة الشارقة الدولية لتاريخ العلوم عند العرب والمسلمين: وقائع المؤتمر الدولي الثالث في تاريخ العلوم عند العرب والمسلمين. المجلد الأول ٥-٧ ديسمبر.
راسم محمد الجمال. (٢٠١٦). العلاقات العامة الدولية. ط٢. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
روجر ويمر، و دومنيك جوزيف. (٢٠١٣). مدخل إلى مناهج البحث الإعلامي. (صالح أبوأصبع، و فاروق منصور، المترجمون) بيروت: المنظمة العربية للترجمة.
زراري حبيبة. (٢٠١٤). الحق في التنوع الثقافي، رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة سطيف٢، كلية الحقوق والعلوم السياسية.
زينة خروب، و أمل الخاروف. (٢٠١٧). واقع إدماج النوع الاجتماعي في وزارة الشؤون السياسية والبرلمانية في الأردن. مجلة جامعة النجاح للأبحاث (العلوم الإنسانية)، المجلد ٣١. العدد (٧).
سميث، و آخرون. (٢٠٠٩). موسوعة علم الإنسان، المفاهيم والمصطلحات الأنثروبولوجية. القاهرة: المركز القومي للترجمة.
شوقي عبدالله. (٢٠٠٦). إدارة الوقت ومدارس الفكر الإداري (الإصدار ط١). عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
شيخاوي الياقوت. (٢٠١٨). معاني الألوان في اللغة والثقافة والفن، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الفنون. جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان.
شرع الله إبراهيم . (٢٠١٥). دور العوامل السوسيوثقافية في تأسيس الثقافة المجتمعية لدى الشباب. مجلة الشباب والمشكلات الاجتماعية.
طيبي غماري. (٢٠١٣). تصوّرات الدين والثقافة والعولمة تبريراً للحوار أو القطيعة بين الشعوب. مجلة تبين للدراسات الفكرية والثقافية، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، المجلد (٤). العدد الأول.
عبدالسلام أحمد السامر، و عدنان سمير دهيرب. (٢٠١٧). تنوع الثقافات والايدلوجيات في المجتمع. مجلة الباحث الإعلامي، العدد٣٨.
عبدالله بن محمد الرفاعي. (٢٠١٠). العوامل المؤثرة على اتجاهات القائم بالاتصال نحو ثقافة الحوار في العالم الإسلامي. الرياض: كرسي اليونسكو للحوار بين اتباع الديانات والثقافات، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.
عبدالمجيد عبدالمجيد. (٢٠١١). رحلة الألوان في أرض المعنى، الملحق الثقافي. صحيفة الاتحاد، ٨.
علاوة فوزي. (٢٠١٥). مقياس الصناعات الثقافية . قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، الجزائر.
علي عجوة، و محمود يوسف. (٢٠٠٥). إدارة وتخطيط العلاقات العامة. جامعة القاهرة .
غلام علي حداد عادل. (٢٠١١). ثقافة العري أو عري الثقافة (الإصدار ط١). بيروت: دار الهادي للطباعة والنشر والتوزيع.
فيصل غرايبة. (٢٠١١). ثقافة التعاقد في الفكر الاجتماعي العربي. الأردن: جامعة فيلادلفيا.
كلير كرامش. (٢٠١٠). اللغة والثقافة (الإصدار ط١). الدوحة: وزارة الثقافة والفنون.
محمد خليل الموسي، و محمد يوسف علوان. (٢٠٠٧). القانون الدولي لحقوق الإنسان – الحقوق المحمية - الجزء الثاني. دار الثقافة للنشر والتوزيع.
مريم محسن كريم، و محمد جاسم فلحي. (٢٠١٩). موضوعات التعايش السلمي في القنوات الفضائية الأجنبية الموجهة باللغة العربية. مجلة الباحث الإعلامي. العدد (٤٦).
ملك حنفي ناصف. (١٩٩٨). النسائيات. (الإصدار ط١). القاهرة: ملتقى المرأة والذاكرة.
نبيل علقم. (٢٠١٢). العادات والتقاليد والقيم، مجلة التراث والمجتمع. مجلة التراث والمجتمع. العدد (٥٤).
يانيك لوميل. (٢٠٠٨). الطبقات الاجتماعية (الإصدار ط١). (جورجيت الحواد، المترجمون) بنغازي: دار الكتب.

References

Ayish.M. (2005). Virtual Public Relations in the United Arab Emirates. Public Relations Review(31).
Chun-ju, F. (2004). Cultural Influence on Relationship Cultivation Strategies, Multinational Companies in China. 8(3).
Khamis, S., & Elizabeth, T. L. (2009). International Public Relations, An American Perspective.
Rhee, Y. (2002). Global Public Relations, A Cross-Cultural Study of the Excellence theory in South Korea. Journal of Public Relations Research, 14 (3).
Sriramesh, K. (2002, April). International Public Relations- A Framework for Future Research. 6 (2).
Stone, J. (2005). Education and Training for IPR. A Call for Radical Curriculum Modifications (p. 464). Florida: Best western south Miami South.
Stone, J. (2005). Education and Training for IPR. p. 464.
Stone, J. (2005). Education and Training for IPR . A Call for Radical Curriculum Modifications (p. 464). Florida: Best western south Miami South.
Suman, L. (2007). International Public Relations as A Predictor of Prominence of US New Coverage (Vol. 33). Public Relations Review.