



Iraq Academic
Scientific Journals

University of Baghdad College
of Mass Communication

Vol (12) | Issue (51) Year (2021)
| Pages (103-118)

ISSN : 1995-8005

ISSN: 1995-8005 (Print)

Article history:

Received: 04 /07/2019

Accepted: 04 /08/2019

Available Online: 24/11/2019

Saja Khudir Abbas

E-mail : saja89kh89@gmail.com

Mobile : 07707285357

Assist .Professor, Dr.Jassim Tarish

Mobile : 07732899259

International Public Relations methods in building the state's image through Cyberspace

The researcher has studied in his research (International Public Relations methods in building the state's image through Cyberspace)

, analytical study of the Facebook and twitter pages for British foreign office , the role was played by the International Public Relations in building the mental image of British , especially after the new media and internet have become influential role in political life . and became an important tools used by political institutions as ministries of foreign affairs in the twenty: one century .

The researcher identified the problem of this study with the following question:

(what is the role of the International Public Relations in building the mental image of state through Cyberspace)

To answer this question , the researcher identified a set of objectives at based on analytical study , the important British foreign office on social media for building the mental image of British.

The researcher used survey method as descriptive study was used the content analysis to collection of information.

Keywords:

- International Public Relation
- Cyberspace
- Public Diplomacy
- The mental image of the state

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

Saja Khudir Abbas, University of Baghdad / college of Mass Communication ,Department of Public Relations
Assist .Professor, Dr.Jassim Tarish , University of Baghdad / college of Mass Communication ,
Department of Public Relations

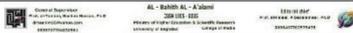
سجى خضير عباس
أ.م.د. جاسم طارش العقابي

أساليب العلاقات العامة الدولية في بناء صورة الدولة عبر الفضاء الإلكتروني (بحث مستقل من رسالة ماجستير)

تناول البحث دراسة (اساليب العلاقات العامة الدولية في بناء صورة الدولة عبر الفضاء الإلكتروني - دراسة تحليلية للمواقع الإلكترونية(فيسبوك وتويتر) لوزارة الخارجية البريطانية, دور ممارسة العلاقات العامة الدولية على المواقع الإلكترونية(فيسبوك و تويتر) في بناء صورة ذهنية إيجابية عن الدولة بعد ما أصبحت هذه المواقع احدى اهم أدوات عمل العلاقات العامة الدولية في القرن الواحد والعشرين في ظل المزايا والخصائص التي تتمتع بها من سرعة الانتشار والوصول الى الجماهير المعنية فقد أصبحت وسيلة جديدة تعتمد عليها الدول من اجل تنفيذ السياسة الخارجية وتحقيق اهدافها ,ففي ضوء اهمية ممارسة العلاقات العامة الدولية عبر الفضاء الإلكتروني حددت الباحثة مشكلة الدراسة بالتساؤل الرئيس الاتي (كيفية توظيف أنشطة واساليب العلاقات العامة الدولية عبر المواقع الإلكترونية الرسمية (فيسبوك و تويتر) لوزارة الخارجية البريطانية في اطار تحقيق سياستها الخارجية التي تتمثل بالوصول الى الجماهير في دول الشرق الاوسط وبناء صورة ذهنية ايجابية عن الدولة)؟ وقد استخدمت الباحثة المنهج المسحي, لأن البحث من الدراسات الوصفية وقد اعتمدت على اداة تحليل المضمون.

الكلمات المفتاحية :

- ◀ العلاقات العامة الدولية
- ◀ الفضاء الإلكتروني
- ◀ الدبلوماسية العامة
- ◀ الصورة الذهنية للدولة



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

أساليب العلاقات العامة الدولية في بناء صورة الدولة عبر الفضاء الإلكتروني

المقدمة

في غضون العقود التي تلت الحرب العالمية الثانية وظهور العصر الجديد من تكنولوجيا الاتصال والمعلومات اتجهت اهتمامات الدول الى ادماج الوسائل الحديثة التي نتجت عن هذه الثورة الاتصالية في عمل العلاقات العامة الدولية من اجل تنفيذ سياستها الخارجية وتحقيق اهدافها ومع ظهور وسائل التواصل الاجتماعي وزيادة اهميتها على مستوى العالم بعد أن لامست كل مجالات الحياة كأسرع وسيلة اتصال وأصدقها بين الافراد فحين كان العالم يعتمد في العقود الماضية على نقل الخبر عبر وسائل الاعلام فقط وفي ساعات معينة من اليوم صار الان بإمكان كل شخص أن يطلع على اخر الاخبار وفي المجالات كلها عبر جهاز رقمي صغير متوافر له في الاوقات كلها فقد اصبحت هذه الوسائل المهمة جزءاً لا يتجزأ من سياسات الدول. تعتبر وسائل التواصل الاجتماعي من أهم التطبيقات التي انبثقت من نتاجات الفضاء الإلكتروني اذ اتاحت هذه المواقع الإلكترونية تبادل الأفكار والمعلومات الصور والوثائق ومقاطع الفيديو والاخبار الفورية ومواكبة الاحداث العالمية لمستخدميها في اي زمان ومكان فقد امتد تأثيرها الى خدمة القضايا الدولية وتسعى الدول لأعتماد هذه الوسائل من اجل سرعة الوصول الى الجماهير التي تستهدفها من اجل كسب القلوب والعقول معاً وإدارة فن تعزيز السمعة وإعادة تشكيل الصورة الذاتية للدولة وقولبة هويتها بطريقة تميزها عن غيرها. ويأتي هذا المسعى العلمي لبحث في اساليب العلاقات العامة الدولية لوزارة الخارجية البريطانية وكيفية توظيف هذه الاساليب على مواقع التواصل الاجتماعي من اجل بناء صورة ذهنية ايجابية عن بريطانيا لدى الجماهير في الشرق الاوسط وشمال افريقيا.

الاطار المنهجي METHODOLOGICAL FRAME

اولاً مشكلة البحث THE PROBLEM

أن من أهم نتائج ثورة التكنولوجيا والمعلومات الحديثة هي ظهور ما يسمى بوسائل الاعلام الجديد وانتشارها السريع والواسع على المستويات جميعها وأصبحت وسائل مهمة تتبعها الدول في سبيل تحقيق سياستها الخارجية لما تتمتع به من تأثير واضح على الرأيين المحلي والعالمي إذ إن اهم مفاتيح السياسة الخارجية للبلد تعتمد على الامكانيات الاعلامية ومدى مواكبة التكنولوجيا الحديثة ومدى فاعليته مع ما متاح من وسائل الاعلام في الدول الاخرى واصبحت هذه الوسائل الاعلامية الجديدة من الوسائل الفعالة التي تتبعها الدول في سبيل تنفيذ سياستها الخارجية وحماية مصالحها في

الخارج وقد بات يمارسها من رئيس الدولة الى الوزراء والسياسيين ووزارات الدولة في الاختصاصات كلها وان اغلب وزارات الخارجية في الدول اهتمت بأنشاء مواقع خاصة بها في هذا الفضاء الإلكتروني من اجل تيسير عملية اتصالية متطورة وامنة وسريعة الامر الذي ادى الى افتتاح وعلانية العلاقات العامة الدولية واتخاذها منحى جديداً يختلف عن ممارساتها في السابق.

تكمن مشكلة البحث في التساؤل الرئيس الذي يتمثل بمعرفة كيفية توظيف أنشطة واساليب العلاقات العامة الدولية في المواقع الإلكترونية (فيسبوك وتويتر) لوزارة الخارجية البريطانية في اطار تحقيق سياستها الخارجية التي تتمثل في الوصول الى الجماهير في دول الشرق الاوسط وشمال افريقيا وبناء صورة ذهنية ايجابية عن الدولة لدى هذه الجماهير. وينبثق عن هذا التساؤل الرئيس مجموعة تساؤلات فرعية منها:

- ما أنشطة العلاقات العامة الدولية التي تعتمد عليها وزارة الخارجية البريطانية في مواقعها الإلكترونية فيسبوك وتويتر من اجل بناء صورة الدولة؟

ثانياً أهمية البحث THE IMPORTANCE

تأتي أهمية هذا البحث من أنها من الدراسات العربية الحديثة التي تتناول هذا الموضوع الذي يحتل أهمية عالية في تسليط الضوء على الممارسات الحديثة للعلاقات العامة الدولية عبر الفضاء الإلكتروني فقد شكلت هذه الممارسات نمطاً اتصالياً فاعلاً في مؤسسات الدولة ووزاراتها يسعى هذا النمط لتحقيق أهداف بعيدة المدى للسياسة الخارجية التي تسعى الدول لتحقيقها من اجل زيادة قوتها الناعمة وتعزيز هذه القوة عن طريق العلاقات العامة الدولية على مواقع التواصل الاجتماعي. وكذلك تكمن أهميته في دراسة المواقع الإلكترونية التي تستخدمها وزارات الخارجية بعدها وسائل اتصالية حديثة لها القدرة على زيادة التفاعل مع الشعوب في الدول الاخرى وزيادة إمكانات حكومات الدول في كيفية التعامل مع القضايا التي تشغل الرأي العام والتعامل مع هذه القضايا بما يخدم مصلحة هذه الدول وشعوبها وكذلك بما يخدم مصلحة الشعوب في الدول الاخرى.

ثالثاً اهداف البحث THE AIMS

يهدف هذا البحث الى:

- معرفة دور ممارسة العلاقات العامة الدولية لوزارة الخارجية البريطانية عن طريق الفضاء الإلكتروني في سبيل تحقيق سياستها الخارجية في بناء صورة الدولة.
- معرفة أهم الاساليب الدبلوماسية التي تتبعها وزارة الخارجية البريطانية من اجل بناء صورة الدولة لدى الدول والجماهير المستهدفة.
- معرفة أهم المضامين التي تركز عليها وزارة الخارجية البريطانية في رسائلها الاتصالية على مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك وتويتر) من اجل ترسيخ صورة ذهنية ايجابية عن الدولة.

رابعاً نوع البحث ومنهجه RESEARCH TYPE AND ITS METHOD- OLOGY

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية التي تحاول التعبير عن ظاهرة معينة او عن عدة ظواهر والسعي لتحليل الواقع والاحداث التي تدور حوله من خلال وصف تقريرى وتحليل الاحداث الظاهرية لهذا الواقع من اجل ازالة الغموض وحل المشكلات وازالة العقبات عن طريق استنتاجات منطقية مفيدة من اجل تطويره واستحداث افكار ومعلومات ونماذج سلوكية جديدة. (مصطفى حميد الطائي، ٢٠٠٢، صفحة ٩٥)

اعتمدت الباحثة على المنهج المسحي الذي يعد من أهم المناهج العلمية في الدراسات الاعلامية التي تسعى لوصف الظاهرة وجمع البيانات من مصادرها المختلفة ومراجعة هذه البيانات وتفريغها وجدولتها وتصنيفها الى مجموعات وفئات محددة ومن ثم تحليل هذه البيانات وتفسيرها واستخلاص النتائج منها. (نجم، ٢٠١٥، صفحة ١١٧)

يرمي هذا البحث الى تحليل البيانات على مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك وتويتر) اثناء المدة الزمنية المحددة لمعرفة الاساليب التي تتبعها وزارة الخارجية البريطانية في بناء صورة الدولة.

خامساً مجتمع البحث وعينته RESEARCH COMMUNITY AND SAM- PLE

حددت الباحثة مجتمع البحث في المواقع الالكترونية لوزارة الخارجية البريطانية صفحة فيسبوك وحساب تويتر بما يتضمن ذلك تحليلاً للشكل والمحتوى للمواقع الالكترونية لوزارة الخارجية البريطانية. وقد تم اعتماد العينة العشوائية المنتظمة للمدة من ٢٠٢٠/١٢/١١ الى ٢٠٢٠/١٧/٣١ وبمعدل «١٠» ايام للشهر الواحد، وبلغت العينة المختارة في صفحة فيسبوك (٨٠) منشوراً و في حساب تويتر بلغ عدد المنشورات (٢٧٧) منشور وبالمدّة الزمنية نفسها.

سادساً طرق البحث وادواته RESEARCH METHODS AND TOOLS

استخدمت الباحثة اسلوب تحليل المضمون الذي يعد من أهم الادوات المستخدمة في البحوث الإعلامية للكشف عن الاساليب التي تستخدمها وزارة الخارجية البريطانية في مواقعها الالكترونية من اجل بناء الصورة الذهنية للدولة وتشكيلها بما يتضمن تحليل الشكل والمحتوى للمضامين والاساليب للرسائل الاتصالية عبر هذه المواقع الالكترونية. قامت الباحثة بتصميم استمارة تحليل مضمون والتي تضمنت (١٩) فنة رئيسية و (١٣٠) فنة فرعية تمثل هذه الاستمارة محورين المحور الاول، التحليل الشكلي والمحور الثاني، تحليل المضامين والاساليب المنشورة في اثناء مدة الدراسة المحددة. يتضمن المحور الاول من (٥) فنة رئيسية و (٢٥) فنة فرعية اما المحور الثاني يتضمن (١٤) فنة رئيسية و (١٠٥) فنة فرعية .

الإطار النظري THEORETICAL FRAME

اولاً : العلاقات العامة الدولية -INTERNATIONAL PUBLIC RELATIONS

إن التطور الحاصل في وسائل الأنترنت والتواصل الاجتماعي اضفى الى العلاقات العامة مجالاً جديداً في خاصية كسب القلوب والعقول الذي سمح لها في دخول مجالات

كانت حكرًا على الدولة فقد أصبحت العلاقات العامة عاملاً مهماً في النشاط السياسي والاقتصادي والاجتماعي والثقافي الذي تسعى له الدول لتحسين صورتها امام الجماهير الداخلية والخارجية .

تعرف العلاقات العامة الدولية بأنها « مجموعة المفاهيم والقواعد والاجراءات والمراسم والمؤسسات والاعراف الدولية التي تنظم العلاقات بين الدول والمنظمات الدولية من خلال الممثلين الدبلوماسيين». (ليتيم، ٢٠١٨، صفحة ١١٩)

تعرف العلاقات العامة الدولية «هي علم العلاقات القائمة بين الدول كما تنشأ عن مصالحها المتبادلة وعن مبادئ القانون الدولي ونصوص المعاهدات والاتفاقات ومعرفة القواعد والتقاليد التي تنشأ وهي علم العلاقات اوفن المفاوضات والسيادة والتوجيه». (حمو، ٢٠١٨، صفحة ٢)

يتجسد دور العلاقات العامة في المجال الدولي في بناء علاقات التفاهم والاقناع بين المنظمة وجماهيرها فقد أصبحت العلاقات العامة هي الوظيفة الالية والاساسية لكسب ثقة الجماهير ورضاها . فقد فعلت العلاقات العامة في المجالات السياسية على مستوى الانظمة المختلفة للحصول على التأييد والدعم لأدائها وأفكارها وتحسين سمعتها .

مجالات ممارسة العلاقات العامة الدولية :

- بين حكومات الدول كالتمثيل الدبلوماسي والتحالفات وغيرها من العلاقات التي تنشأ بين حكومات الدول

- المنظمات الدولية ذات الصفة العالمية

- العلاقات الاقتصادية كالتجارة الدولية والاستثمار والشركات المتعددة الجنسيات
- على مستوى الافراد من الدول المختلفة أي العلاقات التي تنشأ عن طريق السياحة والسينما والرياضة وغيرها من الفنون . (المزاهرة، ٢٠١٥، صفحة ٣٣)

ثانياً العلاقات العامة الدولية والفضاء الإلكتروني-INTERNATIONAL PUBLIC RELATIONS AND CYBERSPACE

إن الفضاء الإلكتروني هوناج ثورة التكنولوجيا والمعلومات اذ تعددت تسمياته بين الفضاء الإلكتروني أوالفضاء السيبراني وينسب هذا المصطلح في الغالب الى رواية الخيال العلمي «NEUROMANC» لكاتبها «ويليام جيبسون» الذي قدم هذا الفضاء بعده فضاءً ثلاثي الابعاد يتكون بالكامل من المعلومات فهوالعالم الإلكتروني الذي نتج عن شبكة متكاملة ومترابطة من تكنولوجيا المعلومات يعمل هذا النظام على ربط البشرية معا من اجل تبادل الافكار والخدمات والمعلومات ومصمم بطريقة ديناميكية متعددة المستويات للبنية التحتية المادية والبرمجيات واللوائح والافكاروالابتكارات والتفاعلات التي تتأثر بتزايد عدد السكان الذين يشكلون مجموعة من النواياالانسانية. (شرايطية، ٢٠٢٠، صفحة ٣٩٨)

يعرف الفضاء الإلكتروني انه «نطاق تشغيلي محكم بنطاق الإلكترونيات لاستكشاف المعلومات عبرانظمة مترابطة ببعضها البعض وببنية تحتية لها». (خليفة، ٢٠١٧، صفحة ٢٦)

يعرفه فريق جامعة الدفاع الوطني الأمريكية بأنه (مجال تشغيلي تجري فيه مجموعة من العمليات ذات الطابع الإلكتروني ويتميز بأنه ذو طابع فريد ومتفرد محكم بمجموعة من الاستخدامات التي تعتمد على الإلكترونيات والإطيف الكهرومغناطيسية لإنشاء وتخزين وابدال واستغلال وتبادل المعلومات من خلال مجموعة من نظم المعلومات المترابطة والمتصلة عبر الانترنت والبنى التحتية الخاصة به). (خليفة، ٢٠١٧، صفحة ٢٧)

ثالثاً : (الدبلوماسية العامة الرقمية مفهومها، تعريفها) DIGITAL PUBLIC ((DIPLOMACY CONCEPT , INTRODUCTION

شهد أواسط القرن التاسع عشر ظهور مصطلح الدبلوماسية العامة وذلك يتمثل في التشديد على الدبلوماسيين والسياسيين الى ضرورة التحلي بالكياسة أمام شعوبهم وشعوب الدول الأخرى إذ تمت صياغة هذا المصطلح لأول مرة في صحيفة « التايمز » وبعد ذلك استخدم في تصريحات السياسيين أثناء الحرب العالمية الأولى وعهود السلام بين الدول بوصفها ممارسات دبلوماسية جديدة وظهر أيضاً في الصحف الأمريكية مثل صحيفة « واشنطن بوست » في افتتاحيتها عام ١٩١٧ بعنوان « لاشئ يقارع قوة الأسلحة مثل الدبلوماسية العامة الجديدة » (شهبلا، ٢٠١٩، صفحة ٩).

تعرف الدبلوماسية العامة انها :

عملية اتصال بين حكومة معينة وجماهير البلد أو البلدان الأخرى مستخدمة في ذلك وسائل أهمها وسائل الاعلام والادوات الثقافية فضلاً عن الوسائل الاقتصادية من اجل احداث تأثيرات في عقول جماهير الدول الأخرى ومن ثم إيجاد صورة حسنة لدى تلك الشعوب عن حكومة الدولة وشعبها للحفاظ على علاقات دولية حسنة وتحقيق اغراض الامن القومي لها جاعلة من الجمهور المستهدف جماعة ضغط على حكوماتها من اجل أن تنتهج سياسة خارجية لا تتقاطع مع السياسة الخارجية للدولة القائمة بالاتصال على أقل تقدير . (القطبي، ٢٠١٣، صفحة ٢٦)

وفق ما جاء عن السفير البريطاني «توم فليتشر» ان الدبلوماسية الرقمية في مفهومها الرسمي ظهرت في عام ١٩٩٤ عندما قام رئيس الوزراء السويدي « كارل بيرت » بإرسال اول بريد الكتروني الى الرئيس الاميركي آنذاك «بيل كلينتون» يهنئه على رفع الحظر الذي كان مفروضاً على فيتنام ومنذ ذلك الحين اثار الكثير من الجدل حول استخدام التكنولوجيا الرقمية في اداء الواجبات الدبلوماسية. وجاء مفهوم الدبلوماسية الرقمية على انها (استخدام التقنيات الجديدة ووسائل التواصل الاجتماعي من قبل الدبلوماسيين). (BARRINHA & RENARD, 2017, P. 357).

تعد الدبلوماسية الرقمية امتداداً للدبلوماسية بمفهومها التقليدي وهي تستند الى الابتكارات وانواع الاستعمال الناجمة عن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي اصبحت تفرض مجالا مختلفاً من التعاطي الرقمي ونوعاً جديداً من الدبلوماسية وتتيح الدبلوماسية الرقمية للدبلوماسيين الاتصال بشعوبهم والشعوب الأجنبية الأخرى

والاستماع اليهم والحوار معهم اضافة الى فرض تأثيرهم المتزايد في عالم الانترنت المزدحم. (محمد و.، ٢٠١٧، صفحة ١٠٠).

حدد الموقع الإلكتروني الأمريكي WWW.DIGDIPBLOG.COM مفهوم الدبلوماسية الرقمية حيث عرف هذا المصطلح لأول مرة عام ٢٠٠١ على انه نتيجة لطرح الدبلوماسية التقليدية بشكل اوسع وتداولها من خلال تقنيات الشبكات العنكبوتية. (محمد و.، ٢٠١٧)

يعرفها «تانغ» (انها الكيفية التي تشارك بها الدولة في العلاقات الدولية والتبادلات والعلاقات العامة وانشطة التوعية باستخدام تكنولوجيا الانترنت وغيرها من شبكة المعلومات من اجل حماية وتعزيز مصالحها في زمن يتميز بالكفاءة العالية وسهولة الاستخدام والتكلفة المنخفضة). (JIANG, 2013, P. 9)

إن نشاطات الدبلوماسية العامة يمكن الاعتراف بعدها بنشاطات رئيسة لنجاح العلاقات العامة الدولية الاتصالية التي ترمي الى احداث بعض التغيير في المعرفة واتجاهات ومعتقدات الجماهير المستهدفة ويسعى كلاهما الى سياسة الحوار والتفاوض واستخدام استراتيجيات اتصالية منظمة إذ يرتقي عمل العلاقات العامة الى أن تصبح علاقات عامة دولية لتوظيفها مهارات وممارسات العلاقات العامة في تحسين سمعة الدول وبناء صورتها المثالية. (هاجر م، ٢٠١٩، صفحة ٢٩)

رابعاً : الصورة الذهنية للدولة THE MENTAL IMAGE OF STATE

يعد مفهوم صورة الدولة من المفاهيم الرئيسة في نشاطات الدبلوماسية العامة والعلاقات العامة ويتداول بشكل ملحوظ بين الزعماء والسياسيين والمستثمرين والمستهلكين وارتبط ظهوره في بداية التسعينيات من القرن الماضي بشكل اساس بالبريطانيين «سايمون انهولت» و«وليانز» «فقد كانوا من اقوى الدعاة لمفهوم» توسيم الامة «او الصورة الذهنية للدولة».

يعرفها «سايمون انهولت» «بأنها) عملية تكوين سمة خاصة لبلد ما وصياغتها في وعاء من الرسائل السمعية والبصرية والعلاقات وتقديمها للعالم الخارجي عبر مختلف وسائل و قنوات الاتصال). (عبادنة ، ٢٠١٧ ، صفحة ٧٠٤)

وتعرف ايضاً(هي الانطباع والتصور العقلي المقصود لدى القائمين على الوسيلة الاعلامية حيال دولة معينة في ظل حملة من المراكز اهمها السياسة الاعلامية المنبثقة اساسا من سياسة الممول لهذه الوسيلة سواء كانت الدولة او جهات او مؤسسات وذلك بهدف تشكيل جملة من الافكار حول تلك الدولة التي تريد الوسيلة تقديمها). (المشهداني، ٢٠١٨، صفحة ٢٠)

ازدادت حاجة الدول الى «بناء صورة الدولة» بفعل عوامل عدة أهمها :

١- بعد انتشار الديمقراطية تعمق ووعي الافراد ومعرفتهم بشروط الحكم الديمقراطي وازدادت الحاجة للشفافية والانفتاح بين اللاعبين الاساسيين في الدولة.

٢- الاعلام العالمي وزيادة نفوذه وتأثيره.

٣- زيادة قدرة الافراد على السفر والتنقل والبحث عن وجهات سياحية واستثمارية.

٤- عولمة النظام الاقتصادي وزيادة عدد الشركات العالمية العابرة للحدود والباحثة عن الاستثمار.

٥- تزايد الطلب وتوسع الاسواق.

٦- تزايد المنافسة بين الدول الفقيرة والنامية للحصول على التمويلات والمساعدات.

٧- زيادة التنافس على استقطاب الكفاءات والعقول البشرية المهاجرة. (التمييز، ٢٠١٢، صفحة ١٩)

الإطار الميداني (الدراسة التحليلية) FIELD FRAME (ANALYTICAL STUDY

اولا عرض النتائج وتفسيرها-PRESENTATION AND INTERPRETATION OF THE STUDY RESULTS

جدول رقم (١)

انشطة العلاقات العامة الدولية لوزارة الخارجية البريطانية على مواقعها الإلكترونية (فيسبوك وتويتر)

تويتر				فيسبوك			
المراتب	النسب المنوية	التكرار	انشطة العلاقات العامة الدولية	المراتب	النسب المنوية	التكرار	انشطة العلاقات العامة الدولية
الاولى	٣٣,٥٦%	٤٩	البيانات الصحفية	الاولى	٣٧,٢٥%	١٩	البيانات الصحفية
الثانية	١٥,٧٥%	٢٣	الاجتماعات والمؤتمرات	الثانية	٢٥,٤٩%	١٣	الاجتماعات والمؤتمرات
الثالثة	١٥,٠٦%	٢٢	الحملات الاعلامية	الثالثة	١٥,٦٨%	٨	المفاوضات
الرابعة	١٣,٠١%	١٩	المفاوضات	الرابعة	٧,٨٤%	٤	الخطابات
الخامسة	١٠,٩٥%	١٦	الاتصال بوسائل الاعلام	الرابعة	٧,٨٤%		الحملات الاعلامية
السادسة	٥,٤٧%	٨	الاعلانات الرسمية	الخامسة	١,٩٦%	١	اصدار الكتيبات
السابعة	٣,٤٢%	٥	الخطابات	الخامسة	١,٩٦%	١	الاعلانات الرسمية
الثامنة	٢,٧٣%	٤	اصدار الكتيبات	الخامسة	١,٩٦%	١	الاتصال بوسائل الاعلام
	١٠٠%	١٤٦	المجموع الكلي		١٠٠%	٥١	المجموع الكلي

يبين الجدول رقم(١) أنشطة العلاقات العامة الدولية في الصفحة الرسمية لوزارة الخارجية البريطانية لموقعي فيسبوك وتويتر فقد جاءت البيانات الصحفية في المرتبة الاولى في موقع فيسبوك بنسبة (٣٧,٢٥٪) بواقع (١٩) تكراراً أما في صفحة تويتر جاءت البيانات الصحفية في المرتبة الاولى بنسبة (٣٣,٥٦٪) بواقع (٤٩) تكرار حيث إن البيانات الصحفية من أهم الأنشطة التي تقع على عاتق ممارسي العلاقات العامة الدولية تكون مصادر المعلومات في البيانات الصحفية التي تصدر من وزارة الخارجية البريطانية على موقعها فيسبوك وتويتر اما رئيس الوزراء البريطاني او وزير الخارجية او وزير شؤون الشرق الاوسط وشمال افريقيا او احد السفراء البريطانيين أو احد الاعضاء في الامم المتحدة التي تعد بريطانيا عضواً دائماً فيه تطرح هذه البيانات في صفحة فيسبوك وتويتر بكتابة تصريح ل احد مصادر المعلومات مع توثيق اسم المصدر ثم تقوم الوزارة بأدراج صورته الشخصية وادراج رابط في اسفل المنشور يؤدي الى البيان كاملاً على الموقع الإلكتروني للوزارة وهذا ما يدل على اهتمام الوزارة بإيصال المعلومات الدقيقة والتفصيلية والموثوقة كافة الى وسائل الاعلام والجمهور لزيادة التفاعل مع الاحداث التي تهتم الوزارة بنشرها مما يؤدي الى خلق صورة ايجابية عن الدولة.

وجاءت الاجتماعات والمؤتمرات في المرتبة الثانية في موقع فيسبوك بنسبة (٢٥,٤٩٪) وبواقع (١٣) تكراراً اما في موقع تويتر جاءت في المرتبة الثانية بنسبة (١٥,٧٥٪) بواقع (٢٣) تكرار. تكون الاجتماعات والمؤتمرات في مواقع وزارة الخارجية البريطانية على شكل اجتماعات او مؤتمرات مباشرة اي اجتماعات الطاولة المستديرة بحضور رئيس الاجتماع وباقي الاعضاء المعنيين به او قد يكون اجتماعاً افتراضياً بتقنية الاتصال المرئي بين رئيس الاجتماع وباقي الاعضاء المعنيين به وهذا ما يعطي دلالة للتقدم التكنولوجي الذي تعتمده بريطانيا عند استخدامها كل السبل التكنولوجية وفي اقصى الظروف وعادة ما يترأس الاجتماعات وزير شؤون الشرق الاوسط وشمال افريقيا «جيمس كليفرلي» او احد الدبلوماسيين في دول الشرق الاوسط وشمال افريقيا وهذا ما يعطي دلالة على مدى اهتمام بريطانيا بهذا النشاط حيث ان الوزراء او الدبلوماسيون انفسهم من يقومون بهذا النشاط لزيادة الاقتناع والتواصل المباشر بين الادارة العليا والجمهور الداخلية والخارجية وتكون حول قضايا سياسية واقتصادية او امنية واجتماعية.

وجاءت المفاوضات في المرتبة الثالثة في موقع فيسبوك بنسبة (١٥,٦٨٪) بواقع (٨) تكرارات اما في موقع تويتر جاءت المفاوضات بنسبة (١٣,٠١٪) بواقع (١٩) تكراراً لتحتل المرتبة الرابعة تعد المفاوضات من أهم الأنشطة التي تتبناها العلاقات بين الدول حيث ان ادارة العلاقات الدولية تأتي عن طريق المفاوضات وتسعى بريطانيا عن طريق عضويتها في الامم المتحدة الى المفاوضات وعملية حفظ السلام في دول الشرق الاوسط وشمال افريقيا حيث تتخذ بريطانيا عدة مسارات لعملية التفاوض من

اجل حل النزاع سلمياً والدعوة الى احلال السلام وتفعيل الحوار وهذا نجده في السياسة الخارجية لبريطانيا إذ يمثل المسار الاول من قيل الاشخاص الرسميين كرئيس الوزراء او وزير الخارجية البريطانية او وزير شؤون الشرق الاوسط وشمال افريقيا او البعثات الدبلوماسية ومبعوثيهم الشخصيين او الدانمين وتتم عملية حل النزاعات الدولية عبر عدة وسائل منها المفاوضات كالتي تشترك فيها بريطانيا في حل النزاع القائم بين اليمن والسعودية من خلال عضويتها في الامم المتحدة ومصادقتها لقرار اعضاء مجلس الامن الذي ينص على ان يتوقف المقاتلون في اليمن عن القتال والوصول الى تسوية تفاوضية مع الترحيب بقرار السعودية وقف القتال والاشارة ايضاً الى الخطر الناجم عن تفشي فيروس كورونا في العالم الامر الذي يؤدي الى الضغط على الاطراف المتنازعة لتقبل المفاوضات والترحيب حيث اعتمدت وزارة الخارجية البريطانية استخدام الاستمالات المنطقية و استمالات التخويف للوصول الى النتيجة المطلوبة. اما المسار الثاني هو المسار الذي تتبعه بريطانيا في المفاوضات الذي يختص بإدخال فواعل غير رسمية في المفاوضات اي دبلوماسية النشاط الاجتماعي كالمفاوضات التي تبنتها بريطانيا في ليبيا عند دعمها منظمة (حقوق حرة) لمكافحة التفجيرات الناتجة عن الحروب من اجل خفض التوتر في الاجواء الليبية وضمان حصر السلاح والوصول الى التفاوض ووقف اطلاق النار فهذه النشاطات تدعوا الى التفاعل والتفاهم بين المجتمعات التي تتعرض للنزاعات والصراعات من اجل صنع السلام. وكذلك مسار دبلوماسية التمويل اي صنع السلام عن طريق تقديم الدعم الاقتصادي وجمع التبرعات للدول المتضررة من جراء العنف والنزاع حيث قدمت بريطانيا دعماً اقتصادياً لليمن يقدر ب ١٦٠ مليون جنيه للتصدي لوباء كورونا وهذا ما يثبت موقف بريطانيا السياسي والانساني تجاه اليمن إذ استخدمت الاستمالات العاطفية وافعال التفضيل إذ درجت الوزارة جملة « اليمن يعاني من اكبر ازمة انسانية » للدلالة على الخطر الذي يواجه اليمن والاستمالات المنطقية حين درجت احصاءات و ارقام المبلغ المتبرع به ودرجت الوزارة فيديو مصور بتقنية الفيديوغرافيك تقدم فيه جميع المعلومات عن هذه المساعدات ومدى مساهمتها في انقاذ الارواح في اليمن وهذا ما يخلق صورة ذهنية ايجابية عنها لدى الجمهور المستهدف.

والحملات الاعلامية جاءت في المرتبة الرابعة على موقع فيسبوك بنسبة (٧,٨٤٪) بواقع (٤) تكراراً اما في موقع تويتر جاءت في المرتبة الثالثة بنسبة (١٥,٠٦٪) بواقع (٢٢) تكراراً. تعتمد بريطانيا في نشاطها الاعلامي الموجه عن طريق وزارة الخارجية البريطانية على الحملات الاعلامية بشكل مكثف لاهميتها في الوصول مباشرة الى الجماهير وتسهم في تحسين السلوك الانساني المرغوب فيه وتعديله من قبل القانم بالاتصال وهذا ما يسهم في انجاح السياسة الخارجية لبريطانيا وخلق وبناء صورة ايجابية لها لدى الجماهير المستهدفة. كالحملة التي اقامها مركز الاعلام العربي التابع للحكومة البريطانية بعنوان (تحقق قبل ان تصدق) التي ترمي مكافحة الاخبار الكاذبة والحد من انتشارها والاعتماد على الاخبار من المصادر الموثوقة وذلك تزامناً مع

الوضع الصحي الذي يمر به العالم اجمع والذي يساعد على انتشار الاخبار الكاذبة نظراً للهلع والخوف الذي يصاب به العالم خلال جائحة كورونا وهذه الحملة هي سلسلة من النصائح تهدف الى توعية الجماهير بأهمية التحقق من مصداقية مصادر الاخبار والدعوة الى محاربة الاخبار المغلوطة وتفاديها لكي لا ينتشر الخوف والهلع بين شعوب العالم بسبب الاخبار الكاذبة.

وجاءت الخطابات في موقع فيس بوك بالمرتبة الرابعة بنسبة (٧,٨٤٪) وبواقع (٤) تكرارات اما في موقع تويتر جاءت بنسبة (٣,٤٢٪) بواقع (٥) تكرارات. يكون القائم الاتصال في وزارة الخارجية البريطانية الشخصيات الرسمية في الدولة كالمملكة والامير ووزير الخارجية ورئيس الوزراء البريطاني وتكون الخطابات مصورة بطريقة الفيديو و مترجمة الى اللغة العربية كخطاب رئيس الوزراء البريطاني (بوريس جونسون) عقب انعقاد مؤتمر القمة العالمي للقاحات في بريطانيا حيث يظهر رئيس الوزراء ويتكلم بصوت هادئ دلالة على الثقة والاتزان ومن خلفه العلم البريطاني فقط رغم مشاركة ٥٠ دولة في هذا المؤتمر العالمي وهذا يدل على ان لبريطانيا الفضل الاكبر في انقاذ العالم من خطر الامراض والابوة وهذا يدل على ان بريطانيا هي من اوائل الدول التي استغلت تقدمها العلمي والتكنولوجي في سبيل خدمة البشرية. والخطاب رسالة اتصالية لها سلطة معرفية وثقافية تستطيع تشكيل الوعي والتحكم بتغيير الاتجاهات والرأي العام بما يتوافق و مصلحة القائم بهذه الرسالة الاعلامية وتحقيق سياسته في بناء صورة ايجابية عن دولته.

جاء نشاط الاتصال بوسائل الاعلام في المرتبة الخامسة على موقع فيسبوك بنسبة (١,٩٦٪) وب (١) تكرار واحد اما على موقع تويتر جاء هذا النشاط في المرتبة الخامسة بنسبة (١٠,٩٥٪) وب (١٦) تكراراً. إذ تقوم الوزارة او القائمين عليها بالتواصل مع وسائل الاعلام الدولية والقنوات الفضائية من أجل ان تكون هذه الوسائل الاعلامية على دراية كافية بالأنشطة التي تقدمها وزارة الخارجية البريطانية كالحملات الاعلامية والنشاطات الدبلوماسية والنشاطات الاجتماعية التي يمارسها الدبلوماسيون في الدول المضيفة.

جاءت الكتيبات في المرتبة الخامسة على موقع فيسبوك بنسبة (١,٩٦٪) وب (١) تكرار واحد اما في موقع تويتر جاءت بالمرتبة الثامنة بنسبة (٢,٧٣٪) وب (٤) تكرارات تكون الكتيبات على شكل الكتروني تصدرها وزارة الخارجية البريطانية لتظهر اهتمامها بموضوع معين كالكتيب الإلكتروني الذي اصدرته هيئة الصحة العامة البريطانية بالتعاون مع مركز ابو ظبي للصحة العامة وقامت بنشره السفارة البريطانية في الامارات وقامت الوزارة بإعادة نشره والذي يتضمن نصائح غذائية تقدمها الى الصائم في شهر رمضان ويمكن الوصول اليه عن طريق مسح الكود الموجود اعلى الصورة المدرجة مع ادراج هاشتاك باسم رمضان للدلالة على انه يخص الشهر الفضيل مبينة مدى الحوار الثقافي الذي تعتمده بريطانيا في التعامل مع المسلمين في الدول العربية والكتيب الإلكتروني

يضيف مستوى عالٍ من المصداقية والجديّة إلى المحتوى الذي تقدّمه الوزارة فهي تتبّع الاستمالة العاطفية عن طريق استثارة المشاعر الدينية لدى المتلقي ودلالات الالفاظ لزيادة التأثير والاقناع بما تقدّمه الوزارة وبناء صورة ذهنية ايجابية عن الدولة. الاعلانات الرسمية جاءت في المرتبة الخامسة على موقع فيسبوك بنسبة (١,٩٦) وب (١) تكرار واحد اما في موقع تويتر جاءت في المرتبة الثامنة بنسبة (٥,٤٧٪) وبواقع (٨) تكرارات. تضمنت الاعلانات الرسمية في الموقع الإلكتروني لصفحة وزارة الخارجية البريطانية قضايا مختلفة وبأوقات غير منتظمة قد تكون عن قضية عالمية كالإعلان الذي صدر عن اجراءات السفر الى بريطانيا بعد تفشي فيروس كورونا في العالم إذ اعلنت الوزارة ان اجراءات العودة الى بريطانيا قد تغيرت تماماً بعد هذه الازمة وهذا يدل على ان بريطانيا تهتم بصحة مواطنيها عندما اتخذت هذه الاجراءات الصارمة وكذلك اهتمامها بصحة الوافدين اليها مما يساعد على بناء صورة ايجابية عنها لدى جمهورها المحلي والشعوب في الدول الأخرى.

نتائج الدراسة THE RESULTS

توصلت الباحثة في ضوء هذه الدراسة الى مجموعة من النتائج يمكن توضيحها على النحو الآتي:

١. اعتماد وزارة الخارجية البريطانية على أنشطة العلاقات العامة الدولية فإن المحتوى الاساس لحساب تويتر وصفحة فيسبوك التي تعتمد الوزارة هو البيانات الصحفية وركزت بشكل مكثف على المفاوضات من اجل صنع السلام في الشرق الاوسط وشمال افريقيا وبناء صورة ايجابية عن الدولة.
٢. اعتمدت وزارة الخارجية البريطانية في سبيل تحقيق سياستها الخارجية وبناء صورة بريطانيا الوسائل التكنولوجية الحديثة للتواصل مع الجماهير المستهدفة عن بعد كالزيارات والاجتماعات والمؤتمرات الافتراضية وكذلك الاتصالات المرئية مع موظفي الوزارة او الجماهير المحلية او الشعوب في الدول الأخرى.
٣. اعتمدت وزارة الخارجية البريطانية في مواقعها الإلكترونية (فيسبوك وتويتر) على مخاطبة الحكومات وشعوبها إذ جاءت نسبة الجماهير المستهدفة من الحكومات بنسبة متقاربة مع الجماهير المستهدفة من الشعوب وهذا ما يحقق الهدف الاساس للعلاقات العامة الدولية هو الوصول الى شعوب الدول الأخرى عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي من اجل تعزيز الهوية الوطنية وبناء صورة ايجابية عن بريطانيا.

المصادر العربية

- ايهاب خليفة.(٢٠١٧). القوة الإلكترونية كيف تدير الدولة شؤونها في عصر الانترنت؟ الولايات المتحدة إنموذجا. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع
- حيدراحمد القطبي.(٢٠١٣). الدبلوماسية الشعبية بين الاعلام والدعاية والحرب النفسية. عمان: دار اسامة
- زينة شهلا.(٢٠١٩). دور مواقع التواصل الاجتماعي في الدبلوماسية العامة. بحث دبلوم في الشؤون الدولية والدبلوماسية. دمشق، سوريا: الاكاديمية السورية الدولية للتدريب والتطوير
- سعد سلمان المشهداني.(٢٠١٨، ١١). صورة اسرائيل وايران في المخيال السياسي لقادة الرأي السعودي. لباب، الصفحات ٥-١٤.
- سميرة شرايطية.(٢٠٢٠، ١١). السيادة السيبرانية في الصين بين متطلبات القوة وضروريات الامن القومي. المجلة الجزائرية للأمن والتنمية، ٩، الصفحات ٣٩٦-٤١٠.
- طارق حمو.(٢٠١٨، ١٠، ١٢). الدبلوماسية واصول العمل الدبلوماسي. المفكر الكردي للدراسات، الصفحات ١-٣٥.
- طه عبد العاطي نجم.(٢٠١٥). مناهج البحث الاعلامي. الاسكندرية: داركلمة للنشر والتوزيع
- عادل محمد القيار.(٢٠٠٩). الدبلوماسية (المفهوم). دمشق - سوريا: دار الوسيم
- علي حسين الشامي.(٢٠١١). الدبلوماسية نشأتها وتطورها وقواعدها ونظام الحصانات والامتيازات الدبلوماسية. عمان: دار الثقافة للنشر
- فتحية لتيتم.(٢٠١٨، ١٠). الدبلوماسية الإلكترونية بين الفاعلية ومحدودية التأثير. شؤون الاوسط، الصفحات ١١٥-١٢٩.
- محمد امين عبادنة.(٢٠١٧، ١٢، ٩). دور مواقع التواصل الاجتماعي في بناء التصورات الذهنية لدى الافراد حول سمعة تركيا. البدر، ١٢، الصفحات ٦٩٥-٧٠٦.
- منال هلال المزاهرة.(٢٠١٥). العلاقات العامة الدولية. عمان: دارالمسيرة للنشر والتوزيع
- ميرزاهاجر.(٢٠١٩). العلاقات العامة والدبلوماسية العامة هل فعلا وجهان لعملة واحدة؟ مجلة افاق للعلوم، ٤، الصفحات ٢٨٤-٢٩٤.
- نواف التميمي.(٢٠١٢). الدبلوماسية العامة وتكوين السمعة الوطنية (النظرية والتطبيق على نموذج قطر) الدوحة: الدار العربية للعلوم.
- وليد خلف الله محمد.(٢٠١٧، ٩). الدبلوماسية الرقمية في المواقع الإلكترونية لوزارتي الخارجية المصرية والامريكية ودورها في تقديم صورة الدولة. مجلة العلاقات العامة والاعلان، الصفحات ٥٥-١٠٤.

REFERENCES:

- IHAB KHALIFA.(2017).ELECTRONIC POWER:HOW DOES THE STATE MANAGE ITS AFFAIRS IN THE AGE OF THE INTERNET? THE UNITED STATES AS A MODEL. CAIRO:AL-ARABI FOR PUBLISHING AND DISTRIBUTION
- HAIDER AHMED AL-QUTBI.(2013).PUBLIC DIPLOMACY BETWEEN MEDIA, PROPAGANDA AND PSYCHOLOGICAL WARFARE. AMMAN:OSAMA HOUSE
- ZINA SHAHLA(2019)THE ROLE OF SOCIAL MEDIA IN PUBLIC DIPLOMACY. RESEARCH DIPLOMA IN INTERNATIONAL AFFAIRS AND DIPLOMACY. DAMASCUS, SYRIA:THE INTERNATIONAL SYRIAN ACADEMY FOR TRAINING AND DEVELOPMENT.
- SA'AD SALMAN AL-MASHHADANI.(11, 2018).THE IMAGE OF ISRAEL AND IRAN IN THE POLITICAL IMAGINATION OF SAUDI OPINION LEADERS.PULP, PAGES 5-41.
- SULEIMAN SALEH.(2015).USE OF SOCIAL MEDIA AND PUBLIC DIPLOMACY. SOCIAL MEDIA CONFERENCE:APPLICATIONS AND METHODOLOGICAL ISSUES (PAGES 1-25).RIYADH:IMAM MUHAMMAD BIN SAUD UNIVERSITY.
- SULEIMAN SALEH.(2015).MEDIA AND PUBLIC DIPLOMACY. AMMAN:DARAL-FIKR FOR PUBLISHING AND PRINTING.
- SAMIRA SHARAYITIEH.(1 1, 2020).CYBER SOVEREIGNTY IN THE MUD BETWEEN POWER REQUIREMENTS AND NATIONAL SECURITY NECESSITIES. ALGERIAN JOURNAL OF SECURITY AND DEVELOPMENT,9,PP.396-410.
- TARIQ HAMO.(12 10, 2018).DIPLOMACY AND THE ORIGINS OF DIPLOMATIC ACTION.AL-MUFAKIR AL-KURDI FOR STUDIES, PAGES1-35.
- TAHA ABDEL'ATTI NAJM.(2015).MEDIA RESEARCH METHODS. ALEXANDRIA: KALIMA HOUSE FOR PUBLISHING AND DISTRIBUTION.
- ADEL ABDEL SADIQ.(2009).ELECTRONIC TERRORISM, STRENGTH IN INTERNATIONAL RELATIONS, A NEW PATTERN AND DIFFERENT CHALLENGES. CAIRO:AL-AHRAM CENTER FOR POLITICAL AND STRATEGIC STUDIES.
- ADEL ABDEL SADIQ.(9 12, 2017).ELECTRONIC DIPLOMACY AND THE NEW ENTRANCE TO FOREIGN POLICY MANAGEMENT. RETRIEVED DATE 9,9,2020, FROM THE ALGERIAN ENCYCLOPEDIA OF POLITICAL AND STRATEGIC STUDIES:HTTP://WWW.POLITICS-DZ.COM
- ADEL MUHAMMAD AL-QAYYAR.(2009).DIPLOMACY(THE CONCEPT). DAMASCUS-SYRIA:AL-WASEEM HOUSE.
- ALI HUSSAIN AL SHAMI.(2011).DIPLOMACY IS ITS ORIGIN,DEVELOPMENT, RULES, SYSTEM OF IMMUNITIES AND DIPLOMATIC PRIVILEGES.AMMAN: DAR AL-THAQAFI FOR PUBLISHING.
- FET'HIYE LYTEEM.(10,2018).ELECTRONIC DIPLOMACY BETWEEN

- EFFECTIVENESS AND LIMITEDNESS OF IMPACT. MJLAH SHOUOUN ALA'OUST (MIDDLE AFFAIRS) HOUSE, PAGES 115-129.
- MOHAMMED AMIN ABADNEH. (9 12, 2017). THE ROLE OF SOCIAL NETWORKING SITES IN BUILDING MENTAL PERCEPTIONS OF INDIVIDUALS ABOUT TURKEY'S REPUTATION. AL-BADR, 12, PAGES 695-706.
- MANAL HILAL AL MAZARAH. (2015). INTERNATIONAL PUBLIC RELATIONS. AMMAN: DAR AL-MASYRAH FOR PUBLISHING AND DISTRIBUTION.
- MIRZA HAJAR. (2019). PUBLIC RELATIONS AND PUBLIC DIPLOMACY: ARE REALLY TWO SIDES OF THE SAME COIN? MAJALAT AFAQ FOR SCIENCE (JOURNAL), 4, PP. 284-294.
- NAWAF AL-TAMIMI. (2012). PUBLIC DIPLOMACY AND THE FORMATION OF THE NATIONAL CHARACTER (THEORY AND PRACTICE ON THE QATAR MODEL). DOHA: AL-DAR AL-ARABIA HOUSE FOR SCIENCES.