

 <p>Iraq Academic Scientific Journals</p>	University of Baghdad College of Mass Communication	Vol (13) Issue (54) Year (2021) Pages (169-184)
ISSN: 2617-9318 (Online) ISSN: 1995-8005 (Print)	Assistant Lecturer Laith Abdullatif Al-asady E-mail: labdulateef@uowasit.edu.iq Mobile : 07710090625	
Article history: Received: 4/5/2021 Accepted: 3/11/2021	Dr. Salim Jassem Al-azzawi E-mail: Drsajimjasim@comc.uobaghdad.edu.iq Mobile : 07804180996	
Digital public relations and its role in prioritizing the masses: An analytical study of the United Nations website (A paper extracted from a PhD dissertation)		
<p>This paper aims to identify how the United Nations works through its website in prioritizing audiences towards international issues, by identifying the digital PR mechanisms used in digital PR contents in prioritizing audiences towards the international issues they deal with. To achieve the objectives of this paper, the researcher used the survey method and content analysis tool with a view to identifying the ranking of international issues on the website of health, peace and security, humanitarian assistance, human rights, women, migrants, refugees and displaced persons, economic development, United Nations affairs, culture and education, environment and climate, sustainable development, and law and crime prevention. One of the most important findings the researcher reaches at is the attempt by the United Nations, through its communication contents to prioritize audiences towards international issues by highlighting important international issues of lesser concern. Thus, in order to prioritize audiences towards these issues, the United Nations has tried through digital video to prioritize audiences towards international issues which has important advantages of having the element of movement that the audience feels at the heart of the event; this brings to the fore important international issues of lesser concern. Thus, prioritizing the public towards these issues.</p>		
Keywords: -Digital Public Relations - Prioritization - United Nations Organization		
Available Online: http://abaa.uobaghdad.edu.iq/		

Assistant Lecturer Laith Abdullatif Al-asady, Wasit University / College of Arts / Department of Media
Dr. Salim Jassem Al-azzawi ,Baghdad University / College of Media / Department of Public Relations

م.م. ليث الاسدي
أ.د. سالم العزاوي

العلاقات العامة الرقمية ودورها في ترتيب أولويات الجماهير (دراسة تحليلية لموقع منظمة الامم المتحدة الالكتروني) (بحث مسنل من اطروحة دكتوراه)

يرمي البحث الى معرفة الكيفية التي تعمل بها منظمة الامم المتحدة عبر موقعها الالكتروني في ترتيب اولويات الجماهير نحو القضايا الدولية ، عن طريق معرفة اليات العلاقات العامة الرقمية المستخدمة في مضامين العلاقات العامة الرقمية في ترتيب اولويات الجماهير نحو القضايا الدولية التي تتعامل معها .

استخدم الباحث المنهج المسحي تحقيقا لاهداف البحث، وقام الباحث باستخدام اداة (تحليل المضمون) بهدف معرفة ترتيب القضايا الدولية في الموقع الالكتروني وهي قضايا الصحة ، والسلم والامن ، والمساعدات الانسانية ، وحقوق الانسان ، والمرأة ، والمهاجرون واللاجئون والنازحون ، والتنمية الاقتصادية ، وشؤون الامم المتحدة ، والثقافة والتعليم ، والبيئة والمناخ ، والتنمية المستدامة ، والقانون ومنع الجريمة .

من أهم النتائج التي توصل اليها الباحث : محاولة منظمة الامم المتحدة عبر مضامينها الاتصالية ترتيب اولويات الجماهير نحو القضايا الدولية ، عن طريق ابراز القضايا الدولية المهمة عن القضايا الدولية الأقل اهتماما ، ومن ثم ترتيب اولويات الجماهير نحو هذه القضايا ، فقد حاولت منظمة الامم المتحدة عبر الفيديو الرقمي ترتيب اولويات الجماهير نحو القضايا الدولية ، مما لها من مميزات مهمة لأنها تمتلك عنصر الحركة الذي يشعر الجمهور بأنه في قلب الحدث ، والذي يؤدي الى ابراز القضايا الدولية المهمة عن القضايا الدولية الأقل اهتماما ، ومن ثم ترتيب اولويات الجماهير نحو هذه القضايا .

الكلمات المفتاحية :

- العلاقات العامة الرقمية
- ترتيب الاولويات
- منظمة الامم المتحدة



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

م.م. ليث الاسدي، الباحث في جامعة واسط / كلية الاداب/ قسم الاعلام
أ.م.د. سالم العزاوي، المشرف على اطروحة الدكتوراه جامعة بغداد / كلية الاعلام / قسم العلاقات العامة

العلاقات العامة الرقمية ودورها في ترتيب أولويات الجماهير
(دراسة تحليلية لموقع منظمة الامم المتحدة الالكتروني)
(بحث مستل من اطروحة دكتوراه)

مقدمة

نتج عن تطور تكنولوجيا الاتصالات وما اتصل بها من استحداث تقنيات وبرامج رقمية أدت دورا بارزا في تعزيز فاعلية الوسائط الاتصالية ، حدوث تطور هائل في مجالات العلاقات العامة ، بما تتضمنه من وسائل أفادت من خصائص هذه التكنولوجيا الحديثة ، كالتفاعلية وتعددية الوسائط واختراق الحدود الجغرافية والزمنية وغيرها ، ومع توظيف العلاقات العامة لهذه التطبيقات التكنولوجية كلها في تحقيق اهدافها وتنفيذ مهامها ووظائفها ، ظهر مصطلح العلاقات العامة الرقمية ليشير الى إفاة المنظمات الدولية من مزايا الاتصال الرقمي في تفعيل اهدافها الاتصالية ، وادارة علاقاتها مع الجماهير ، باستخدام اليات اتصالية توظف هذه التقنيات ، فقد اكدت التجارب والبحوث العلمية انها تسهم بشكل كبير في تطوير الاتصالات الرقمية وتحسينها وتحقيق اهداف المنظمات .

اعتمدت المنظمات الدولية على هذه التطبيقات التكنولوجية في ترتيب اولويات الجماهير ، مستفيدة من الكثافة الجماهيرية المتنامية لمستخدمي هذه التطبيقات عبر وسائل الاتصال الرقمية المتعددة كالبريد الالكتروني والمواقع الالكترونية والمدونات فضلا التطبيقات الرقمية للهواتف المحمولة ، وهي كلها ادوات اتصالية توظفها العلاقات العامة الرقمية في ترتيب الاولويات بهدف تحقيق اهدافها ، وادى ذلك الى الحاجة الى تطوير رسائل العلاقات العامة الرقمية بحيث تتلاءم وحاجات القطاعات العريضة من الجماهير في المناطق المختلفة من العالم وتطلعاتها، وتستطيع عبور الفجوات الثقافية والاجتماعية والسياسية والاقتصادية وغيرها.

الاطار المنهجي للبحث

أولا : مشكلة البحث

إن مشكلة البحث تكمن في التساؤل الرئيس (ما آليات ومضامين العلاقات العامة الرقمية المستخدمة في الموقع الالكتروني لمنظمة الامم المتحدة في ترتيب أولويات الجماهير نحو القضايا الدولية التي تتعامل معها ؟) . ومن مشكلة البحث تظهر تساؤلات عدة وهي :

1. ما القضايا الدولية الموجودة في مضامين العلاقات العامة الرقمية التي تتعامل معها منظمة الامم المتحدة لترتيب الاولويات ؟ .
2. ما الاستراتيجيات المستخدمة في العلاقات العامة الرقمية المستخدمة بتقديم المضمون المتعلق بالقضايا الدولية عبر الموقع الالكتروني بهدف ترتيب الاولويات .

3. ما آليات الصور والفيديوهات الرقمية المستخدمة في مضامين العلاقات العامة الرقمية لترتيب الاولويات نحو القضايا الدولية ؟ .

ثانيا : أهمية البحث

اصبحت منظمة الامم المتحدة بعدها المنظمة الدولية ذات البعد العالمي ، محفلا لمناقشة القضايا الدولية كلها الموجودة في الواقع ومحاولة معالجتها ، ونظرا للتأثير الكبير للقضايا الدولية التي تتعامل معها منظمة الامم المتحدة على كل الحكومات والمجتمعات ، يحتم ذلك على العلاقات العامة الرقمية بالمنظمة التعريف بها ومحاولة ترتيب الاولويات نحو هذه القضايا الدولية التي تتعامل معها منظمة الامم المتحدة .

تاتي أهمية البحث من أهمية العلاقات العامة الرقمية بعدها نشاطاً اتصالياً تفاعلياً جديداً فضلاً عن أهمية الأمم المتحدة باعتبارها المؤسسة الأممية الأكبر في العالم فضلاً عن محاولة معرفة كيفية قيام العلاقات العامة الرقمية بترتيب أولويات الجماهير إزاء قضايا دولية مهمة تتعلق بمصالح سكان الكوكب واهتماماتهم جميعاً.

ثانيا : أهداف البحث

1. معرفة القضايا الدولية الموجودة في مضامين العلاقات العامة الرقمية التي تتعامل معها منظمة الامم المتحدة لترتيب الاولويات .
2. الكشف عن آليات العلاقات العامة الرقمية المستخدمة في تقديم المضمون المتعلق بالقضايا الدولية عبر الموقع الالكتروني بهدف ترتيب الاولويات الجماهير .

رابعا : منهج البحث وإجراءاته

يعد هذا البحث من الدراسات الوصفية ، التي ترمي الى جمع بيانات ومعلومات معينة وتحليلها ، فأستعمل الباحث المنهج المسحي الذي يستخدم لجمع البيانات والمعلومات بظاهرة معينة او حادثة معينة واستخلاص نتائج البحث ومعرفة دلالات هذه النتائج ، وتتمثل اجراءات البحث في تحديد اداة البحث المستخدمة وتحديد محاور وفئات ووحدات التحليل واختبار الصدق والثبات لاستمارة التحليل على النحو الاتي :

1. اداة البحث

قام الباحث بالاعتماد على اداة تحليل المضمون بعدها اداة موضوعية منظمة تستخدم في تحليل شكل المواقع الالكترونية ومحتواها، لمعرفة اهداف القائم بالاتصال في منظمة الامم المتحدة .

2. فئات ووحدات التحليل ووحداته

تمثلت فئات التحليل في معرفة الجوانب المرئية لموقع منظمة الامم المتحدة الالكتروني ودوره في ترتيب اولويات الجماهير نحو القضايا الدولية وتمثلت هذه الفئات في (كيف قيل) ، وتمثلت فئات التحليل في معرفة مضامين موقع المنظمة حول القضايا الدولية التي تتعامل معها المنظمة ودورها في ترتيب اولويات الجماهير نحو هذه القضايا وتمثلت هذه الفئات في (ماذا قيل) ، اما وحدات البحث فقد قام الباحث بتحليل

وحدة الفكرة بالبحث لمعرفة الأفكار الموجودة في موقع المنظمة ودورها في ترتيب أولويات الجماهير نحو القضايا الدولية.

3. اختبار صلاحية استمارة تحليل المضمون
أ. الصدق والثبات

ظهر الصدق المحكمين بنسبة (95%) ، بلغت نسبة الثبات مع المرمز على وفق معادلة هولستي (89%) ، وهي نسبة عالية لتأكيد ثبات التحليل.

خامسا : مجالات البحث

1. المجال الموضوعي : تمثل في العلاقات العامة الرقمية وترتيب الأولويات نحو القضايا الدولية (دراسة تحليلية لموقع منظمة الامم المتحدة الالكتروني) .
2. المجال الزمني : تحدد المجال الزمني بستة اشهر من 1/1/2020 الى 1/7/2020
3. المجال المكاني : تحدد المجال المكاني بالموقع الالكتروني لمنظمة الامم المتحدة .

سادسا : الدراسات السابقة

1. دراسة (الصافي) (2013) : ترتيب اولويات الانشطة الاتصالية للعلاقات العامة في المؤسسات الخدمية.
2. دراسة (لو) (2014) : الانترنت وترتيب الاولويات في الصين .
3. دراسة (محمد) (2017) : استخدامات العلاقات العامة الرقمية في عمل الجامعات العراقية .
4. دراسة (ارويدسون) (2020) : العلاقات العامة الرقمية في القطاع الثقافي السويدي .

سابعا : مصطلحات البحث

العلاقات العامة الرقمية : مصطلح يدل على توظيف التقنيات الحديثة في الرسائل الاتصالية عن طريق استخدام تقنيات النص الرقمي والصورة والصوت والفيديو والنصوص الفانقة في هذه الرسائل والدمج بينها بطريقة مبتكرة في الموقع الالكتروني لتحقيق اهداف المنظمات .

ترتيب الاولويات : هي العملية التي تبرز فيها منظمة الامم المتحدة عبر الموقع الالكتروني قضايا دولية معينة على انها قضايا مهمة للجماهير عبر اثاره اهتمامهم لتلك القضايا فتصبح ذات اولوية لديهم.

المواقع الالكترونية : هي مجموعة من الوثائق المتصلة ببعضها على الانترنت تستخدمها منظمة الامم المتحدة لترتيب اولويات الجماهير نحو القضايا الدولية التي تتعامل معها .

الاطار الميداني للبحث

قام الباحث بتحليل الموقع الالكتروني لمنظمة الامم المتحدة كالاتي:

1. القضايا الدولية في مضامين الموقع الالكتروني

تشير بيانات جدول (1) الى القضايا الدولية في مضامين الموقع الالكتروني ، فقد حاولت منظمة الامم المتحدة عبر موقعها الالكتروني ابراز قضايا دولية مهمة ، اكثر من قضايا دولية اخرى ، ومن ثم ترتيب اولويات الجماهير نحو هذه القضايا ، إذ حلت قضية الصحة بالمرتبة الاولى بنسبة (24%) ، تلتها قضية السلم والامن بالمرتبة الثانية بنسبة (22,1%) ، ثم جاءت قضية المساعدات الانسانية بالمرتبة الثالثة بنسبة (9,8%) ، اما قضية حقوق الانسان فقد جاءت بالمرتبة الرابعة بنسبة (8,2%) ، في حين جاءت قضية المرأة بالمرتبة الخامسة بنسبة (7,9%) ، فيما حلت قضية المهاجرون واللاجئون والنازحون بالمرتبة السادسة بنسبة (6,9%) ، وقضية التنمية الاقتصادية جاءت بالمرتبة السابعة بنسبة (4,7%) ، ثم جاءت قضية شؤون الامم المتحدة بالمرتبة الثامنة بنسبة (4,4%) ، اما قضية الثقافة والتعليم فقد جاءت بالمرتبة التاسعة بنسبة (3,4%) ، في حين جاءت قضية البيئة والمناخ بالمرتبة العاشرة بنسبة (3,2%) ، فيما حلت قضية التنمية المستدامة بالمرتبة الحادية عشرة بنسبة (3%) ، واخيرا جاءت قضية القانون ومنع الجريمة بالمرتبة الثانية عشرة بنسبة (2,4%) ، وكان مجموع مضامين القضايا الدولية بنسبة (100%) ، ينظر جدول (1) .

جدول (1) يبين القضايا الدولية في الموقع الالكتروني

ت	القضايا الدولية	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	الصحة	٦٣٧	٢٤٪	الأولى
٢	السلم والامن	٥٨٥	٢٢,١٪	الثانية
٣	المساعدات الانسانية	٢٦٠	٩,٨٪	الثالثة
٤	حقوق الانسان	٢١٧	٨,٢٪	الرابعة
٥	المرأة	٢١٠	٧,٩٪	الخامسة
٦	المهاجرون واللاجئون والنازحون	١٨٠	٦,٩٪	السادسة
٧	التنمية الاقتصادية	١٢٣	٤,٧٪	السابعة
٨	شؤون الامم المتحدة	١١٧	٤,٤٪	الثامنة
٩	الثقافة والتعليم	٨٩	٣,٤٪	التاسعة
١٠	البيئة والمناخ	٨٤	٣,٢٪	العاشرة

١١	التنمية المستدامة	٨٢	٣%	الحادية عشر
١٢	القانون ومنع الجريمة	٦٣	٢,٤%	الثانية عشر
	المجموع	٢٦٤٧	١٠٠%	-

2. الاستراتيجيات الاتصالية في العلاقات العامة الرقمية المستخدمة في القضايا الدولية

تشير بيانات جدول (2) الى الاستراتيجيات الاتصالية في العلاقات العامة الرقمية المستخدمة في القضايا الدولية ، اذ تم استخدام الاستراتيجيات الاتصالية في مضامين القضايا الدولية ، ويشير الجدول الى ان قضية الصحة جاءت في المرتبة الاولى عبر استخدام الاستراتيجية الاعلامية بنسبة (52،1%) ، واستخدام استراتيجية الاقناع بنسبة (27،5%) ، واستخدام استراتيجية الحوار بنسبة (15،7%) ، واستخدام استراتيجية بناء الاجماع بنسبة (4،7%) ، وكان مجموع الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة هو (100%) ، وقضية السلم والامن جاءت في المرتبة الثانية عبر استخدام الاستراتيجية الاعلامية بنسبة (51،8%) ، واستخدام استراتيجية الاقناع بنسبة (25،3%) ، واستخدام استراتيجية الحوار بنسبة (19،4%) ، واستخدام استراتيجية بناء الاجماع بنسبة (3،5%) ، وكان مجموع الاستراتيجيات الاتصالية هو (100%) ، وقضية المساعدات الانسانية جاءت في المرتبة الثالثة عبر استخدام الاستراتيجية الاعلامية بنسبة (50،7%) ، واستخدام استراتيجية الاقناع بنسبة (34%) ، واستخدام استراتيجية الحوار بنسبة (10،9%) ، واستخدام استراتيجية بناء الاجماع بنسبة (4،4%) ، وكان مجموع الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة هو (100%) ، وقضية حقوق الانسان جاءت في المرتبة الرابعة عبر استخدام الاستراتيجية الاعلامية بنسبة (62،1%) ، واستخدام استراتيجية الاقناع بنسبة (24،3%) ، واستخدام استراتيجية الحوار بنسبة (12،8%) ، واستخدام استراتيجية بناء الاجماع بنسبة (0،8%) ، وكان مجموع الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة هو (100%) ، وقضية المرأة جاءت في المرتبة الخامسة عبر استخدام الاستراتيجية الاعلامية بنسبة (44%) ، واستخدام استراتيجية الاقناع بنسبة (37،6%) ، واستخدام استراتيجية الحوار بنسبة (15%) ، واستخدام استراتيجية بناء الاجماع بنسبة (3،4%) ، وكان مجموع الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة هو (100%) ، وقضية المهاجرين واللاجئين والنازحين جاءت في المرتبة السادسة عبر استخدام الاستراتيجية الاعلامية بنسبة (81%) ، واستخدام استراتيجية الاقناع بنسبة (13،5%) ، واستخدام استراتيجية الحوار بنسبة (5،5%) ، وكان مجموع الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة بنسبة (100%) ، وقضية التنمية الاقتصادية جاءت في المرتبة السابعة عبر استخدام الاستراتيجية الاعلامية بنسبة (65%) ، واستخدام استراتيجية الاقناع بنسبة (26،9%) ، واستخدام استراتيجية الحوار بنسبة (8،1%) ، وكان مجموع الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة هو (100%

(، وقضية شؤون الامم المتحدة جاءت في المرتبة الثامنة عبر استخدام الاستراتيجية الاعلامية بنسبة (48,9%) ، واستخدام استراتيجية الاقناع بنسبة (19,1%) ، واستخدام استراتيجية الحوار بنسبة (29,9%) ، واستخدام استراتيجية بناء الاجماع بنسبة (2,1%) ، وكان مجموع الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة هو (100%) ، وقضية الثقافة والتعليم جاءت في المرتبة التاسعة عبر استخدام الاستراتيجية الاعلامية بنسبة (61,5%) ، واستخدام استراتيجية الاقناع بنسبة (12,8%) ، واستخدام استراتيجية الحوار بنسبة (18%) ، واستخدام استراتيجية بناء الاجماع بنسبة (7,7%) ، ، وكان مجموع الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة هو (100%) ، وقضية البيئة والمناخ جاءت في المرتبة العاشرة عبر استخدام الاستراتيجية الاعلامية بنسبة (64,5%) ، واستخدام استراتيجية الاقناع بنسبة (22,5%) ، واستخدام استراتيجية الحوار بنسبة (9,8%) ، واستخدام استراتيجية بناء الاجماع بنسبة (3,2%) ، وكان مجموع الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة هو (100%) ، وقضية التنمية المستدامة جاءت في المرتبة الحادية عشرة عبر استخدام الاستراتيجية الاعلامية بنسبة (77,7%) ، واستخدام استراتيجية الاقناع بنسبة (11,1%) ، واستخدام استراتيجية الحوار بنسبة (7,4%) ، واستخدام استراتيجية بناء بنسبة (3,8%) ، وكان مجموع الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة هو (100%) ، وقضية القانون ومنع الجريمة جاءت في المرتبة الثانية عشرة والاخيرة عبر استخدام الاستراتيجية الاعلامية بنسبة (66,6%) ، واستخدام استراتيجية الاقناع بنسبة (27,7%) ، واستخدام استراتيجية الحوار بنسبة (5,7%) ، وكان مجموع الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة هو (100%) ، وكان مجموع الاستراتيجيات الاعلامية المستخدمة هو (55%) ، ومجموع استراتيجيات الاقناع المستخدمة هو (26,5%) ، ومجموع استراتيجيات الحوار المستخدمة (15) ، ومجموع استراتيجيات بناء الاجماع المستخدمة هو (3,5%) ، وكان مجموع الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة في القضايا الدولية هو (100%) ، ويرجع استخدام الاستراتيجية الاعلامية بكثرة لأن منظمة الامم المتحدة ارادت التعريف اولا بالقضايا الدولية ليتسنى للجمهور معرفة ابعاد هذه القضايا ومتابعتها وموقف المنظمة منها والجهود التي تبذلها المنظمة في معالجة هذه القضايا ، والذي يؤدي الى ابراز القضايا الدولية المهمة عن القضايا الدولية الاقل اهماما ، ومن ثم ترتيب اولويات الجماهير عنها ، ينظر جدول (2) .

جدول (2) يبين الاستراتيجيات الاتصالية في العلاقات العامة الرقمية المستخدمة في الفضاءا الدولية

المرتبة	المجموع		استراتيجية بناء الاجماع		استراتيجية الحوار		استراتيجية الاقناع		استراتيجية الاعلام		الاستراتيجيات الاتصالية	ت
	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار		
الاولى	%١٠٠	٤٨٣	%٤٠,٧	٢٣	%١٥,٧	٧٥	%٢٧,٥	١٣٣	%٥٢,١	٢٥٢	الصحة	١
الثانية	%١٠٠	٤٢٢	%٣٠,٥	١٥	%١٩,٤	٨١	%٢٥,٣	١٠٧	%٥١,٨	٢١٩	السلام والامن	٢
الثالثة	%١٠٠	١٩١	%٤٤,٤	٨	%١٠,٩	٢١	%٣٤	٦٥	%٥٠,٧	٩٧	المساعدات الانسانية	٣
الرابعة	%١٠٠	١١٩	%٠٠,٨	١	%١٢,٨	١٥	%٢٤,٣	٢٩	%٢٢,١	٧٤	حقوق الانسان	٤
الخامسة	%١٠٠	٩٣	%٣,٤	٣	%١٥	١٤	%٣٧,٦	٣٥	%٤٤	٤١	المرأة	٥
السادسة	%١٠٠	٧٤	—	—	%٥,٥	٤	%١٣,٥	١٠	%٨١	٦٠	المهاجرون واللاجئون والنازحون	٦
السابعة	%١٠٠	٦٣	—	—	%٨,١	٥	%٢٦,٩	١٧	%٢٥	٤١	التنمية الاقتصادية	٧
الثامنة	%١٠٠	٤٧	%٢,١	١	%٢٩,٩	١٤	%١٩,١	٩	%٤٨,٩	٢٣	شؤون الامم المتحدة	٨
التاسعة	%١٠٠	٣٩	%٧,٧	٣	%١٨	٧	%١٢,٨	٥	%٦١,٥	٢٤	الثقافة والتعليم	٩
العاشره	%١٠٠	٣١	%٣,٢	١	%٩,٨	٣	%٢٢,٥	٧	%٦٤,٥	٢٠	البيئة والمناخ	١٠
الحادية عشر	%١٠٠	٢٧	%٣,٨	١	%٧,٤	٢	%١١,١	٣	%٧٧,٧	٢١	التنمية المستدامة	١١
الثانية عشر	%١٠٠	١٨	—	—	%٥,٧	١	%٢٧,٧	٥	%٦٦,٦	١٢	القانون ومنع الجريمة	١٢
—	%١٠٠	١٦٠٧	%٣,٥	٥٦	%١٥	٢٤٢	%٢٦,٥	٤٢٥	%٥٥	٨٨٤	المجموع	

3. القضايا الدولية الموجودة في الصور الرقمية

تشير بيانات جدول (2) الى القضايا الدولية الموجودة في الصور الرقمية ، فقد حاولت منظمة الامم المتحدة عبر موقعها الالكتروني استخدام الصور الرقمية بسبب المميزات التي تمتلكها في التأثير، إذ حاولت المنظمة ابراز القضايا الدولية المهمة عن القضايا الدولية الاقل اهتماما ، ومن ثم ترتيب اولويات الجمهور نحو هذه القضايا ، فقد حلت قضية الصحة المرتبة الاولى بنسبة (24،3%) ، تلتها قضية السلم والامن بالمرتبة الثانية بواقع بنسبة (22،6%) ، ثم جاءت قضية المساعدات الانسانية بالمرتبة الثالثة وبنسبة (9،6%) ، اما قضية حقوق الانسان فقد حلت بالمرتبة الرابعة بنسبة (8،4%) ، في حين جاءت قضية المرأة بالمرتبة الخامسة بواقع بنسبة (6،5%) ، فيما حلت قضية المهاجرين واللاجئين والنازحين بالمرتبة السادسة بنسبة (5،7%) ، وقضية التنمية الاقتصادية حلت بالمرتبة السابعة بنسبة (5،6%) ، ثم جاءت قضية شؤون الامم المتحدة وحلت المرتبة الثامنة بنسبة (5،2%) ، اما قضية الثقافة والتعليم فقد حلت بالمرتبة التاسعة بنسبة (3،9%) ، في حين جاءت قضية البيئة والمناخ بالمرتبة العاشرة بنسبة (3،5%) ، فيما حلت قضية التنمية المستدامة بالمرتبة الحادية عشرة بنسبة (2،6%) ، واخيرا جاءت قضية القانون ومنع الجريمة بالمرتبة الثانية عشرة بنسبة (2،1%) ، وكان مجموع الصور المستخدمة هو (100%) ، ينظر جدول (3) .

جدول (3) يبين القضايا الدولية في الصور الرقمية

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الصور الرقمية المستخدمة في القضايا الدولية	ت
الأولى	24،3%	522	الصحة	1
الثانية	22،6%	485	السلم والامن	2
الثالثة	9،6%	206	المساعدات الانسانية	3
الرابعة	8،4%	181	حقوق الانسان	4
الخامسة	6،5%	140	المرأة	5
السادسة	5،7%	123	المهاجرون واللاجئون والنازحون	6
السابعة	5،6%	122	التنمية الاقتصادية	7
الثامنة	5،2%	113	شؤون الامم المتحدة	8
التاسعة	3،9%	76	الثقافة والتعليم	9
العاشرة	3،5%	69	البيئة والمناخ	10

الحادية عشر	2,6%	57	التنمية المستدامة	11
الثانية عشر	2,1%	47	القانون ومنع الجريمة	12
-	100%	2141	المجموع	

4. الجمهور المستهدف في القضايا الدولية بالفيديوهات الرقمية

تشير بيانات جدول (4) الى الجمهور المستهدف في القضايا الدولية بالفيديوهات الرقمية ، فقد حاولت منظمة الامم المتحدة عبر موقعها الالكتروني ترتيب اولويات الجماهير عن طريق استخدام الفيديوهات الرقمية ، إذ قامت بأستهداف الحكومات اكثر من الجماهير الاخرى ، لأنها المؤسسة التي تمتلك القوة او الشرعية لفرض الترتيبات والاحكام والقوانين اللازمة للحفاظ على الامن والاستقرار فى المجتمع و تنظيم حياة الافراد المشتركة ، إذ حلت قضية الصحة في المرتبة الاولى عبر استهداف الحكومات بنسبة (40%) ، واستهداف الجمهور العام بنسبة (34,3%) ، واستهداف المنظمات والاطفال على التكرار نفسه بنسبة (5,2%) ، واستهداف المرأة والمزارعين ووسائل الاعلام على النسبة نفسها وهي (1%) واستهداف الجماعات المسلحة بنسبة (2%) ، واستهداف الجامعات والزعماء الدينيين على النسبة نفسها وهي (3,1%) ، واستهداف العاملين الصحيين بنسبة (4,1%) ، وكان مجموع الجماهير المستهدفة هو وبنسبة (100%) ، وحلت قضية السلم والامن على المرتبة الثانية عبر استهداف الحكومات بنسبة (71,4%) ، واستهداف الجمهور العام بنسبة (11%) ، واستهداف المنظمات بنسبة (1,1%) ، واستهداف الجماعات المسلحة بنسبة (8,4%) ، واستهداف الاطفال بنسبة (3,5%) ، وحصل استهداف الشباب والاحزاب السياسية النسبة وهي (2,3%) ، وكان مجموع الجماهير المستهدفة هو (100%) ، وحلت قضية المساعدات الانسانية على المرتبة الثالثة عبر استهداف الحكومات بنسبة (72,5%) ، واستهداف الجمهور العام بنسبة (19,6%) ، واستهداف اللاجئين بنسبة (1,9%) ، واستهداف النازحين بنسبة (6%) ، وكان مجموع الجماهير المستهدفة بنسبة (100%) ، وحلت قضية حقوق الانسان بالمرتبة الرابعة عبر استهداف الحكومات بنسبة (39%) ، واستهداف الجمهور العام بنسبة (16%) ، واستهداف المنظمات بنسبة (13,6%) ، وحصل استهداف الجماعات المسلحة و الشباب على نفس النسبة وهي (2,2%) ، واستهداف الجامعات والعاملين الصحيين والزعماء الدينيين والناجين من العنف الجنسي على النسبة نفسها وهي (4,5%) ، واستهداف وسائل الاعلام بنسبة (9%) ، وكان مجموع الجماهير المستهدفة هو (100%) ، وحلت قضية المرأة على المرتبة الخامسة عبر استهداف الحكومات بنسبة (25,2%) ، واستهداف الجمهور العام بنسبة (14%) ، وحصل استهداف المنظمات والجامعات والعاملين الصحيين والزعماء الدينيين على النسبة نفسها وهي (2,7%) ، واستهداف المرأة بنسبة (39%) ، وحصل استهداف الجماعات المسلحة وقوات حفظ السلام التابعة للامم المتحدة على نفس النسبة (5,5%) ، وكان

مجموع الجماهير المستهدفة هو (100%) ، وحلت قضية المهاجرون واللاجئون والنازحون على المرتبة السادسة عبر استهداف الحكومات بنسبة (67,7%) ، واستهداف الجمهور العام بنسبة (6,4%) ، واستهداف اللاجئين بنسبة (25,9%) ، وكان مجموع الجماهير المستهدفة هو (100%) ، وحلت قضية التنمية الاقتصادية بالمرتبة السابعة عبر استهداف الحكومات بنسبة (53,6%) واستهداف الجمهور العام بنسبة (28,5%) ، واستهداف المنظمات بنسبة (10,7%) ، واستهداف المزارعين بنسبة (7,3%) ، وكان مجموع الجماهير المستهدفة هو بنسبة (100%) ، وحلت قضية شؤون الامم المتحدة بالمرتبة الثامنة عبر استهداف الحكومات بنسبة (16,6%) ، واستهداف الجمهور العام بنسبة (50%) ، واستهداف الشباب بنسبة (27,5%) ، واستهداف قوات حفظ السلام التابعة للامم المتحدة بنسبة (5,5%) ، وكان مجموع الجماهير المستهدفة في قضية شؤون الامم المتحدة هو (100%) ، وحلت قضية الثقافة والتعليم بالمرتبة التاسعة حيث حصل استهداف الحكومات والجمهور العام على النسبة نفسها (28,5%) ، وحصل استهداف المرأة واللاجئين والشباب والجامعات على النسبة نفسها (7,1%) ، واستهداف الاطفال بنسبة (14,6%) ، وكان مجموع الجماهير المستهدفة هو (100%) ، وحلت قضية البيئة والمناخ بالمرتبة العاشرة حيث حصل استهداف الحكومات والجمهور العام والمزارعين على النسبة نفسها (27,2%) ، واستهداف المنظمات بنسبة (18,4%) ، وكان مجموع الجماهير المستهدفة هو بنسبة (100%) ، وحلت قضية التنمية المستدامة بالمرتبة الحادية عشرة عبر استهداف الحكومات بنسبة (40%) ، واستهداف المنظمات بنسبة (60%) ، وكان مجموع الجماهير المستهدفة هو (100%) ، وحلت قضية القانون ومنع الجريمة بالمرتبة الثانية عشرة والاخيرة عبر استهداف الحكومات بنسبة (100%) ، وكان مجموع الجماهير المستهدفة هو (100%) ، وكان مجموع استهداف الحكومات هو (50,4%) ، ومجموع استهداف الجمهور العام هو (21,9%) ، ومجموع استهداف المنظمات هو (4,3%) ، ومجموع استهداف المرأة هو (3,8%) ، ومجموع استهداف الجماعات المسلحة هو (2,8%) ، ومجموع استهداف الاطفال هو (2,6%) ، ومجموع استهداف اللاجئين هو (2,4%) ، وحصل مجموع استهداف الجامعات والعاملين الصحيين على النسبة نفسها وهي (1,6%) وحصل مجموع استهداف الزعماء الدينيين والمزارعين على النسبة نفسها وهي (1,4%) ، ومجموع استهداف وسائل الاعلام هو (1,1%) ، وحصل مجموع استهداف النازحين وقوات حفظ السلام التابعة للامم المتحدة على النسبة نفسها وهي (0,9%) ، وحصل مجموع استهداف الاحزاب السياسية والناجين من العنف الجنسي على النسبة نفسها وهي (0,5%) ، وكان مجموع الجماهير المستهدفة في الفيديوهات الرقمية هو (100%) ، (علما أن عدد الفيديوهات الرقمية هو 332 مقطعاً فيديوياً وقد اصبح عددها في هذا الجدول 419 بسبب أن بعض الفيديوهات تكون موجهة الى أكثر من جمهور) ، ينظر جدول (4) .

جدول (4) يبين الجمهور المستهدف في القضايا الدولية بالفيديوهات الرقمية

ت	القضايا الدولية	الجمهور المستهدف	الصحبة	النسبة المئوية	الاولى	النسبة المئوية	الثالثة	الرابعة	الخامسة	السادسة	السابعة	الثامنة	التاسعة	العاشرة	الحادية عشر	الثانية عشر	الثالث عشر	الرابع عشر	الخامس عشر	الجمهور المستهدف
١	الحكومات	٣٨	٤٠	٦٠	٧١,٤	٣٧	٣٨	٣٩	٤٥,٢	٤١	٤٥,٢	٤١	٤٥,٢	٤١	٤٥,٢	٤١	٤٥,٢	٤١	٤٥,٢	الحكومات
٢	العلم	٣٣	٣٤,٣	٤	١١	١٠	١٠	١٦	١٤	٢	١٤	٢	١٤	٢	١٤	٢	١٤	٢	١٤	العلم
٣	المنظمات	٥	٥,٣	١	١,١	-	-	٦	٢,٧	-	٢,٧	-	٢,٧	-	٢,٧	-	٢,٧	-	٢,٧	المنظمات
٤	المرأة	١	١	٧	٨,٤	-	-	-	٣,٩	-	٣,٩	-	٣,٩	-	٣,٩	-	٣,٩	-	٣,٩	المرأة
٥	الصحف	٢	٢,١	١	١,١	-	-	-	٥,٥	-	٥,٥	-	٥,٥	-	٥,٥	-	٥,٥	-	٥,٥	الصحف
٦	القطاعات	٥	٥,٣	٣	٣,٥	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	القطاعات
٧	التحليل	٥	٥,٣	٣	٣,٥	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	التحليل
٨	التعليق	٥	٥,٣	٣	٣,٥	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	التعليق
٩	التعليقات	٣	٣,١	٢	٢,١	-	-	-	٢,٧	-	٢,٧	-	٢,٧	-	٢,٧	-	٢,٧	-	٢,٧	التعليقات
١٠	التعليق الصحيف	٤	٤,١	٢	٢,١	-	-	-	٢,٧	-	٢,٧	-	٢,٧	-	٢,٧	-	٢,٧	-	٢,٧	التعليق الصحيف
١١	رعاية تيلين	٣	٣,١	-	-	-	-	٤	٢,٧	-	٢,٧	-	٢,٧	-	٢,٧	-	٢,٧	-	٢,٧	رعاية تيلين
١٢	مواقع	١	١	١	١,١	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	مواقع
١٣	وسائل الاعلام	١	١	١	١,١	-	-	٤	٢,٧	-	٢,٧	-	٢,٧	-	٢,٧	-	٢,٧	-	٢,٧	وسائل الاعلام
١٤	تاريخ	١٤	-	-	-	-	٣	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	تاريخ
١٥	قوات حفظ السلام التابعة للأمم المتحدة	١٥	-	-	-	-	-	-	٥,٥	-	٥,٥	-	٥,٥	-	٥,٥	-	٥,٥	-	٥,٥	قوات حفظ السلام التابعة للأمم المتحدة
١٦	الاحزاب السياسية	١٦	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	الاحزاب السياسية
١٧	التاريخ من العطف القومي	١٧	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	التاريخ من العطف القومي
-	المجموع	٩٦	١٠٠	٨٤	١٠٠	٥١	١٠٠	٤٤	١٠٠	٣١	١٠٠	٣٦	١٠٠	٣٦	١٠٠	٣٦	١٠٠	٣٦	١٠٠	المجموع
١٠٠	٤١٩	١٠٠	١	١٠٠	١	١٠٠	١	١٠٠	١	١٠٠	١	١٠٠	١	١٠٠	١	١٠٠	١	١٠٠	١	١٠٠
١٠٠	٤١٩	١٠٠	١	١٠٠	١	١٠٠	١	١٠٠	١	١٠٠	١	١٠٠	١	١٠٠	١	١٠٠	١	١٠٠	١	١٠٠

نتائج البحث

فيما يلي أهم النتائج التي توصل إليها البحث :

1. حاولت منظمة الأمم المتحدة عبر مضامينها الاتصالية ترتيب أولويات الجماهير نحو القضايا الدولية ، وقد ظهرت قضية الصحة بالمركز الاول بواقع (637) تكراراً وبنسبة (24%) ، تلتها قضية السلم والامن في المركز الثاني بواقع (585) تكراراً وبنسبة (22.1%)، وجاءت قضية القانون ومنع الجريمة في المركز الثاني عشر والآخر بواقع (63) تكراراً وبنسبة (2.4%) .
2. اهتمام منظمة الأمم المتحدة بتوظيف الاستراتيجية الاعلامية في الاستراتيجيات الاتصالية بالقضايا الدولية بواقع (884) تكراراً وبنسبة (55%) ، وتلتها استراتيجيات الإقناع بواقع (425) تكراراً وبنسبة (26.5%) وبعدها جاءت استراتيجية الحوار بواقع (242) تكراراً وبنسبة (15%) ، واخيراً جاءت استراتيجية بناء الاجماع بواقع (56) تكراراً وبنسبة (3,5%) .
3. قامت منظمة الأمم المتحدة عبر الصورة الرقمية بمحاولة ترتيب أولويات الجماهير نحو القضايا الدولية عبر استخدام (522) صورة لقضية الصحة ، و (485) صورة لقضية السلم والامن ، و (47) صورة فقط لقضية القانون ومنع الجريمة .
4. قامت منظمة الأمم المتحدة عبر الفيديو الرقمي بمحاولة ترتيب أولويات الجماهير نحو القضايا الدولية ، فقد استخدمت (96) مقطعاً فيديوياً لقضية الصحة ، و (84) مقطعاً فيديوياً لقضية السلم والامن ، ومقطع فيديو واحد فقط لقضية القانون ومنع الجريمة .

استنتاجات البحث

فيما يلي أهم الاستنتاجات التي توصل إليها البحث :

1. ظهرت قضية الصحة بالمركز الاول بسبب ظهور فيروس كورونا الذي اثر تأثيراً كبيراً في مفاصل الحياة كافة ، مما جعل منظمة الأمم المتحدة تحاول جعل الجماهير تهتم بقضية الصحة اهتماماً كبيراً وتجعلها اولوية قصوى للجماهير
2. وظفت الأمم المتحدة اكبر عدد من الصور لقضية الصحة لابرازها على انها قضية لها اولوية قصوى لدى منظمة الأمم المتحدة ، تلاها استخدام الصور لقضية السلم والامن كأولوية ثانية ، وتم استخدام أقل عدد من الصور لقضية القانون ومنع الجريمة لبيان ان هذه القضية هي قضية اهميتها قليلة للمنظمة .
3. وظفت الأمم اكبر عدد من الفيديوهات لقضية الصحة لابرازها على انها قضية لها اولوية قصوى لدى منظمة الأمم المتحدة ، تلاها استخدام الفيديو لقضية السلم والامن أولوية ثانية ، وتم استخدام أقل عدد من الفيديوهات لقضية القانون ومنع الجريمة لبيان ان هذه القضية هي قضية اهميتها قليلة للمنظمة .

المصادر

- شوكت غالب صالح الصافي . (٢٠١٣) . ترتيب اولويات الانشطة الاتصالية للعلاقات العامة في المؤسسات الخدمية . رسالة ماجستير غير منشورة . جامعة بغداد . كلية الاعلام . قسم العلاقات العامة .
- Yunjuan Luo . (2014) . The Internet And Agenda Sitting In China. Research Published In (International Journal Of Communication) . Vol 8 .
- صباح انور محمد . (2017) . «استخدامات العلاقات العامة الرقمية في الجامعات العراقية» . بحث منشور في مجلة (الباحث الاعلامي) . العدد 37 .
- Arwidson ، Y . (2020) . Digital Public Relations In The Swedish Cultural Sector . Master Thesis not published : Uppsala University. Department Of Digital Humanities .
- Kane ، S . (2012) . THE SHARE FACTOR: Implications of Global Digital Strategy for Public Relations . Master Thesis not published : University of Southern California . Faculty of the Usc Graduate School .
- Foster ، John . (2008) . Effective writing skills For Public Relations. 4th ed . London : Kogan Page Limited. P 185 .
- Princewell ، A . C ، Nwachukwu . A ، Nkwocha C . . (2015) . An Evaluation of Impact of Social Media on Information Management in Public Relations . Practice . Research published in (International Journal of Science and Research IJSR) . Vol 4 . Iss 10 . October .
- Irfan ، Edoardo . Swastiko ، Burhan Agung . (2020) . Digital Political Public Relations Strategy . A paper published Proceedings Of The 2nd Jogjakarta Communication Conference (JCC) . Vol 45 . PP 89 – 90 .
- Johnson ، Melissa A . (1997) . Public Relations and Technology : Practitioner Perspectives . Research published in (Journal of Public Relations Research) . Vol 9 . No 3 . P 213 .
- Petrovici ، Mihaela Amalia . (2014) . E- Public Relations: Impact And Efficiency. A Case Study. Research published in (Procedia - Social and Behavioral Sciences) Journal . Volume 141 . P 81 .
- Dogan ، E . Oze ، N . (2018) . Issues in Communication ، Media and Public Relations . London : Ijopoc Publicatuon Limied .
- Herbert ، E. G . (2005) . Digital Public Relations : A New Strategy In Corporate Management . Research published in (Nsukka Journal Of The Humanities) Journal . No 15 .
- Huang ، Yi-Hui Christine . Wub ، Fang . Huang ، Qing . (2016) . Does research on digital public relations indicate a paradigm shift .

-
- Research published in (Telematics and Informatics) Journal .
Vol 34 . Iss 7 . P 3 .
- Fortner ، Robert S . Fackler ، P Mark . (2014) The Handbook Of
Media And Mass Communication Theory (Volume I) . United
kingdom . John Wiley & Sons . P 252 .
- Natalia ، Aruguete . (2017) . The Agenda Setting Hypothesis in the
New Media Environment . Research Published In (Comunicación
y sociedad) . Vol 28 . Abril . P 36 .
- Song ، Yonghoi . (2007) . Internet News Media and Issue
Development : A Case Study on the Roles of Independent Online
News Services as Agendabuilders for Anti-US Protests in South
Korea . Research Published In (New media & society) Journal .
Vol 9 . No 1 . PP 71 – 72 .
- Vu ، Hong Tien . Guo ، Lei . McCombs ، Maxwell E . (2014) . Exploring
the World Outside and the Pictures in Our Heads : A Network
Agenda-Setting Study . Research Published In (Journalism &
Mass Communication Quarterly) . Vol 91 . No 4 . P 670 .
- Neuman ، W. Russell . Guggenheim ، Lauren . S ، Mo Jang . Bae ، Soo
Young . (2014) . The Dynamics of Public Attention . Research
Published In (Journal of Communication) . Vol 64 . Iss 2 . P 4 .