



الجامعة العربية الأمريكية _ رام الله

كلية الدراسات العليا

مدى استخدام العلاقات العامة للدبلوماسية الرقمية وفاعليتها في تعزيز العمل الدبلوماسي
الفلسطيني: وزارة الخارجية كحالة دراسية

إعداد

قصي تيسير علي فرحات

إشراف

د. غسان نمر

تم تقديم هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات درجة الماجستير

في تخصص

العلاقات العامة المعاصرة

كانون الأول/2021

© الجامعة العربية الأمريكية – رام الله. جميع حقوق الطبع محفوظة

إجازة الرسالة

"مدى استخدام العلاقات العامة للدبلوماسية الرقمية وفاعليتها في تعزيز العمل الدبلوماسي الفلسطيني: وزارة الخارجية كحالة دراسية".

إعداد

قصي تيسير علي فرحات

نوقشت هذه الرسالة بتاريخ: 2022/01/18 وأجيزت.

أعضاء لجنة المناقشة:

التوقيع

1. د. غسان نمر

2. د. حسين الأحمد

3. د. ناهدة مخادمة

مشرفاً ورئيساً

ممتحناً داخلياً

ممتحناً خارجياً

إقرار

أنا الطالب قصي تيسير علي فرحات حامل هوية رقم (411499338)، مقدم الرسالة التي تحمل عنوان:

"مدى استخدام العلاقات العامة للدبلوماسية الرقمية وفعاليتها في تعزيز العمل الدبلوماسي الفلسطيني: وزارة الخارجية كحالة دراسية".

أقر بأن ما اشتملت عليه الرسالة نتاج جهدي الشخصي، باستثناء ما تمت الإشارة إليه حيثما ورد، وأن هذه الرسالة كاملة، أو جزء منها لم يقدم من قبل لنيل أي درجة أو لقب علمي أو بحثي لدى أي مؤسسة تعليمية أو بحثية أخرى.

أسم الطالب: قصي تيسير فرحات
التوقيع: قصي تيسير
التاريخ: 2022/03/29

إهداء

إلى من أمدني بالعطاء والقوة والشموخ...والذي الحبيب
إلى من أمدني بالحب والحنان والعطاء...والدتي الحبيبة
الى رمز الوفاء والعطاء...زوجتي الحبيبة
الى إبني فرحة عمري وأجمل عطايا الله "عمر" الحبيب
إلى سندي وعزي وأحيتي "أخي وأخواتي" الأعزاء
إلى جدتي الحبيبة أطل الله في عمرها
إلى أعمامي الشهداء "محمد، سعد، عيسى"
إلى جميع شهداء فلسطين وأسراها الأبطال
إلى كل الأقارب والأصدقاء والزملاء
إلى كل هؤلاء وأكثر أهدي ثمرة جهدي هذا

الباحث

قصي فرحات

شكر وتقدير

الحمد لله رب العالمين حمداً كثيراً طيباً مباركاً فيه، والصلاة والسلام على رسوله محمد صلى الله عليه وسلم.

أتقدم بجزيل الشكر وعظيم الامتنان إلى أستاذي الذي أشرف على جهدي هذا وقدم لي النصائح والارشادات والتوجيهات في كل الأوقات رغم مسؤولياته الكثيرة الدكتور الفاضل غسان نمر.

كما واتقدم بجزيل الشكر الى المحكمين الأفاضل: الدكتور عمر أبو عرقوب، الدكتورة هنادي دويكات، الدكتور محمد أبو الرب، الدكتور محمود خلوف، الدكتور شادي أبو عياش، الدكتور معين الكوع على ما قدموه من ملاحظات أسهمت في جعل أدوات الدراسة أكثر منهجية وإفادة.

كما أشكر أساتذتي في برنامج العلاقات العامة المعاصرة في كلية الدراسات العليا في الجامعة العربية الأمريكية على ما قدموه لي ولكافة زملائي الطلاب في رحلتي العلمية.

الباحث

قصي فرحات

الملخص

تهدف هذه الدراسة إلى قياس مدى استخدام وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية للدبلوماسية الرقمية في إيصال رسائلها إلى مختلف شعوب ودول العالم في ظل الظروف السياسية الصعبة التي تمر بها القضية الفلسطينية.

لقد اعتمد البحث على أربع معايير رئيسية (الحضور والتواجد، والمحتوى، والتفاعلية، والمواكبة) من خلال التعرف على أهم منصات التواصل التي تستخدمها الوزارة إضافة إلى التعرف على شكل ومضمون الرسائل التي تبثها وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية عبر صفحاتها على منصة فيس بوك، وبالتالي التعرف على مدى الأهمية التي توليها الوزارة للدبلوماسية الرقمية وطبيعة الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها من خلالها، ومن هنا سيتم اكتشاف أهم المعوقات التي تحول دون استخدامها بالشكل الأمثل.

تم اختيار وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية لتكون الحالة الدراسية كونها تعتبر المسؤول الأول والرئيس لدى دولة فلسطين التي يقع على عاتقها العمل الدبلوماسي.

تتنمي هذه الدراسة إلى حقل الدراسات الوصفية وتستخدم المنهج المختلط (الكمي والكيفي) بهدف الوصول إلى نتائج دقيقة تتعلق بالإشكالية الرئيسية لموضوع الدراسة من خلال استخدام أداة تحليل المضمون لمجتمع الدراسة المتمثل بصفحات وزارة الخارجية والمغتربين على منصة فيس بوك وهما صفحة وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية و صفحة الدبلوماسية العامة الفلسطينية، كما شكل البحث إجراء العديد من المقابلات التي تساعد في تحقيق الهدف الرئيس للدراسة مع عدد من الأكاديميين المختصين بالشأن الدولي والاعلام الرقمي، إضافة لإجراء مقابلات مع الموظفين المختصين بالعمل على هذه الصفحات في وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية، لقد امتد الإطار الزمني لهذه الدراسة التحليلية على مدار عام اعتباراً من شهر حزيران من عام (2020) لغاية شهر حزيران (2021)، وكان ذلك انطلاقاً من الظروف السياسية الصعبة التي تمر بها القضية الفلسطينية خلال هذه الفترة الزمنية التي شهدت العديد من الأحداث البارزة والهامة على الصعيدين الدولي والإقليمي.

خلصت الدراسة إلى نتائج عديده أهمها وجود قصور واضح في استخدام الدبلوماسية الرقمية من حيث عدم وجود تنوع في استخدام اللغات حيث اقتصررت الوزارة على استخدام اللغة العربية والإنجليزية فقط ، كما وأن الوزارة لا تضع على أجندتها مخاطبة الجمهور الإسرائيلي، بالإضافة إلى أن حجم التفاعل من حيث أعداد المتابعين والمعجبين والمتفاعلين مع الصفحات الرسمية التي تتبع وزارة الخارجية والمغتربين منخفض جداً، كما وتوصلت نتائج الدراسة إلى عدم وجود دائرة متخصصة للعلاقات عامة في الوزارة مما يؤدي بدوره إلى ضعف في التنسيق بين الدوائر المختلفة في الوزارة بشكل عام ووحدة الاعلام ووحدة الدبلوماسية العامة والرقمية بشكل خاص، وأشارت النتائج أيضاً إلى أن طبيعة المحتوى المنشور عبر صفحات الوزارة يتناول قضايا متنوعة ومختلفة كان أبرزها القضايا السياسية والعسكرية والإنسانية التي تتعلق بأعمال جيش الاحتلال الاسرائيلي، مع الإشارة إلى أن تفاعل الاحداث على الأرض ينعكس على المحتوى المنشور، كما وبينت النتائج أن الوزارة بدأت في الفترة الأخيرة تولي اهتماماً للدبلوماسية الرقمية من خلال تأسيس وحدة للدبلوماسية العامة والرقمية، وهذا بدوره ساهم في زيادة حجم الحضور والتواجد لوزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية على المنصات الإلكترونية ولكن بشكل منخفض جداً.

كما وقدمت الدراسة العديد من المقترحات التي تساعد على النهوض بواقع الدبلوماسية الرقمية الفلسطينية.

الكلمات المفتاحية: العلاقات العامة الرقمية، الدبلوماسية، الدبلوماسية الرقمية، فيس بوك، وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية.

فهرس المحتويات

الرقم	العنوان	الصفحة
	إجازة الرسالة	أ
	إقرار	ب
	إهداء	ج
	شكر وتقدير	د
	الملخص	هـ
	فهرس المحتويات	ز
	فهرس الجداول	ي
	الفصل الأول: الإطار العام للدراسة	
1.1	المقدمة	1
1.2	مشكلة الدراسة	2
1.3	تساؤلات الدراسة	2
1.4	أهداف الدراسة	3
1.5	أهمية الدراسة	4
1.6	محددات الدراسة	4
1.7	مصطلحات الدراسة	5
	الفصل الثاني: الإطار المفاهيمي والنظري والدراسات السابقة	
2.1	الدراسات السابقة	8
2.1.1	الدراسات العربية	9
2.1.2	الدراسات الأجنبية	18
2.1.3	التعليق على الدراسات السابقة	22
2.2	الجانب النظري للدراسة	23
2.2.1	نظرية وضع الأجندة	23
2.2.2	معايير التقييم	24

25	الاستمالات الإقناعية	2.2.3
26	العلاقات العامة	2.3
27	العلاقات العامة النشأة والتطور	2.3.1
28	سمات العلاقات العامة	2.3.2
29	المبادئ الأساسية للعلاقات العامة	2.3.3
30	أهداف العلاقات العامة	2.3.4
31	أهمية العلاقات العامة	2.3.5
33	العلاقات العامة الرقمية	2.4
34	وظائف العلاقات العامة الرقمية	2.4.1
35	استخدامات العلاقات العامة الرقمية	2.4.2
36	وسائل العلاقات العامة الرقمية	2.4.3
36	أسس العلاقات العامة الرقمية	2.4.4
39	الدبلوماسية العامة النشأة والمفهوم	2.5
41	الدبلوماسية الحديثة	2.5.1
42	خصائص الدبلوماسية الحديثة	2.5.2
46	الجهاز الدبلوماسي	2.5.3
49	السياسة الخارجية	2.6
50	أهداف السياسة الخارجية	2.6.1
50	الاعلام والسياسة الخارجية	2.6.2
52	العلاقات العامة والسياسة الخارجية	2.6.3
52	الدبلوماسية الرقمية	2.7
53	مفهوم الدبلوماسية الرقمية	2.7.1
54	أهداف الدبلوماسية الرقمية	2.7.2
55	أدوات الدبلوماسية الرقمية	2.7.3
59	مميزات ومخاطر الدبلوماسية الرقمية	2.7.4
63	الدبلوماسية الرقمية وتجارب الدول	2.7.5

76	واقع الدبلوماسية الرقمية الفلسطينية	2.8
	الفصل الثالث: الإطار العملي للدراسة (إجراءات الدراسة)	
79	نوع الدراسة ومنهجها	3.1
80	حدود الدراسة	3.2
81	مجتمع الدراسة	3.3
81	عينة الدراسة	3.4
82	أدوات الدراسة	3.5
83	أداة تحليل المضمون	3.6
89	أداة المقابلة	3.7
90	تحكيم أداة الدراسة	3.8
	الفصل الرابع: عرض النتائج	
92	عرض نتائج التحليل الإحصائي	4.1
111	عرض نتائج المقابلات	4.2
	الفصل الخامس: النتائج والمقترحات	
120	ملخص نتائج الدراسة	5.1
133	المقترحات	5.2
136	المصادر والمراجع	
147	الملخص باللغة الإنجليزية	

فهرس الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
1	تعريف فئات توقيت النشر	88
2	تعريف فئات اشكال تفاعل الجمهور مع المضامين	89
3	صفحات ومنشورات وعدد معجبين عينة الدراسة	92
4	فئة الموضوعات التي طرحتها وزارة الخارجية عبر فيس بوك	93
5	فئة الأنشطة التي طرحتها وزارة الخارجية عبر فيس بوك	95
6	فئة أساليب المعالجة التي تضمنتها منشورات وزارة الخارجية عبر فيس بوك	96
7	فئة الجمهور المستهدف من قبل وزارة الخارجية والمغتربين عبر فيس بوك	97
8	فئة الانتهاكات الإسرائيلية التي تضمنتها منشورات وزارة الخارجية عبر فيس بوك	98
9	فئة الاستمالات المستخدمة من قبل وزارة الخارجية عبر فيس بوك	99
10	فئة المناطق الجغرافية التي حظيت باهتمام وزارة الخارجية عبر فيس بوك	101
11	فئة الوسائط المتعددة المستخدمة من قبل وزارة الخارجية عبر فيس بوك	102
12	فئة العناصر التفاعلية المستخدمة من قبل وزارة الخارجية عبر فيس بوك	104
13	فئة المصادر التي اعتمدت عليه وزارة الخارجية عبر فيس بوك	105
14	فئة اللغات التي استخدمتها وزارة الخارجية عبر فيس بوك	106
15	فئة الأوقات التي ركزت عليها وزارة الخارجية بمخاطبة الجمهور عبر فيس بوك	107
16	فئة اشكال تفاعل الجمهور مع المضامين التي تنشرها وزارة الخارجية عبر فيس بوك	108
17	فئة التفاعل مع تعليقات الجمهور على منشورات وزارة الخارجية عبر فيس بوك	111

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

1.1 المقدمة

تؤدي الدبلوماسية الفلسطينية دوراً بارزاً وإستراتيجياً في ظل الظروف السياسية التي تمر بها القضية الفلسطينية فقد اعتمدت القيادة السياسية الفلسطينية بشكل أساسي على العمل الدبلوماسي لمجابهة الاحتلال الإسرائيلي في الأروقة والمحافل الدولية من خلال تعزيز علاقاتها السياسية والدبلوماسية مع دول العالم، وتسعى القيادة الفلسطينية بدورها ومن خلال العمل الدبلوماسي لتثبيت الحق الفلسطيني بإقامة دولة فلسطينية على الأراضي التي احتلتها إسرائيل في الرابع من حزيران عام (1967)، وذلك بالارتكاز الأساسي على مبادئ الشرعية الدولية والقرارات الصادرة عن مجلس الأمن الدولي ومنظمة الأمم المتحدة التي تقر بالحق الفلسطيني في تقرير مصيره وإقامة دولة للشعب الفلسطيني.

ولأن الدبلوماسية لا تتوقف عند حد معين ووقت وزمن معين، فإن ذلك يعني ضرورة استخدام كافة السبل والوسائل لديمومة الاتصال والتواصل مع دول العالم بهدف إيصال الرسائل الفلسطينية وتوضيح الموقف الفلسطيني من كافة القضايا التي تبرز في تطورات العلاقة بين دولة فلسطين التي اعترفت بها الأمم المتحدة بوصفها دولة غير كامل العضوية في الأمم المتحدة ودولة إسرائيل التي تقر كافة القرارات على أنها دولة احتلال.

من هنا تبرز بشكل جلي أهمية إيجاد حلقات ومنصات التواصل مع الدول لا فقط من خلال السفراء الممثلين لدولة فلسطين، بل كذلك أيضاً باستخدام الطرق والوسائل الحديثة لضمان السرعة والحركة ولربح الوقت والمجهود والتكاليف المالية، وهو ما يجعل استخدام كافة الطرق الدبلوماسية وأدواتها بما فيها الدبلوماسية الرقمية لشرح وتفصيل الموقف الفلسطيني من كل القضايا بما فيها قضايا الصراع مع دولة الاحتلال.

من هنا فقد جاء هذا الموضوع في ظل التطور التي تشهده دول العالم في مجال الاتصالات وثوره الانترنت وسرعه انتشار المعلومات وانتشار شبكات التواصل الاجتماعي، بحيث أصبحت الدبلوماسية الرقمية من اهم الأدوات الرئيسية التي تستخدمها دول العالم في سياساتها الخارجية، وذلك لأن الكثير من دول العالم قامت بإنشاء دوائر متخصصة للعمل في مجال الدبلوماسية

الرقمية التي أصبحت جزءاً لا يمكن الاستغناء عنه وامتداد للدبلوماسية العامة، وهو ما يعطي هذا الموضوع أهمية خاصة في الوقت الحالي بالتزامن مع انتشار جائحه كورونا التي فرضت بدورها على كل المؤسسات العامة والخاصة اتباع وسائل اتصال جديدة لكي تتمكن من متابعه اعمالها وتحقيق إنجازاتها من خلال التواصل الفعال مع شركاءها في الدول الأخرى، ومن الجدير بالذكر أيضاً أن انتشار جائحه كورونا أدى إلى اعاقه التنقل والسفر والمشاركة في الاجتماعات الدولية.

1.2 مشكلة الدراسة

تتمثل المشكلة الرئيسية للدراسة في تسليط الضوء على الدبلوماسية الرقمية الفلسطينية بناءً على تقارير الدبلوماسية الرقمية العالمية السنوية التي ستمكن الباحث من قياس قدرة وزارة الخارجية الفلسطينية في استخدام الأدوات الرقمية في إيصال رسائلها إلى دول العالم، وبالتالي استكشاف مدى فاعلية الدبلوماسية الرقمية في تعزيز العمل الدبلوماسي الفلسطيني.

كما وأوضح بما يخص متغيرات الدراسة أن المتغير التابع في الدراسة هو الدبلوماسية الرقمية والمتغير المستقل هو العمل الدبلوماسي الفلسطيني.

وبناءً على مشكلة الدراسة فإن التساؤل الرئيسي لموضوع الدراسة هو إلى أي مدى استخدمت وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية الدبلوماسية الرقمية في إيصال الرسائل إلى دول العالم؟

1.3 تساؤلات الدراسة

من خلال السؤال الاشكالي الاساسي لهذا البحث فإن هذه الدراسة ستجيب عن الأسئلة الفرعية التالية التي تمكن الباحث من الإجابة عن التساؤل الرئيسي للدراسة وهي:

1. ما مدى مناسبة مضمون الرسائل التي تبثها وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية عبر صفحاتها على منصة فيس بوك لتعزيز العمل الدبلوماسي الفلسطيني؟

2. ما شكل الرسائل التي تبثها وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية عبر صفحاتها على منصة فيس بوك؟

3. ما أهم المنصات الالكترونية التي تستخدمها وزارة الخارجية الفلسطينية في إيصال رسائلها الى دول العالم؟

4. ما مدى الأهمية التي توليها وزارة الخارجية الفلسطينية للدبلوماسية الرقمية؟

5. ما الأهداف التي تسعى وزارة الخارجية لتحقيقها من خلال الدبلوماسية الرقمية؟

6. ما الصعوبات والتحديات التي تواجهها الخارجية الفلسطينية في استخدام الدبلوماسية الرقمية؟

1.4 أهداف الدراسة

يهدف البحث الى تسليط الضوء على أداء وزاره الخارجية والمغتربين الفلسطينية من خلال التعرف على المدى الذي استخدمت وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية الدبلوماسية الرقمية في إيصال رسائلها إلى مختلف دول العالم في ظل الظروف السياسية الصعبة التي تمر بها القضية الفلسطينية، وذلك من خلال استخدام الوزارة للدبلوماسية الرقمية.

وبالتالي فإن الهدف الرئيسي للدراسة يتفرع عنه عدد من الأهداف الفرعية، وهي على النحو الاتي:

1. التعرف على مدى مناسبة مضمون الرسائل التي تبثها وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية عبر صفحاتها على منصة فيس بوك لتعزيز العمل الدبلوماسي الفلسطيني.

2. التعرف على شكل الرسائل التي تبثها وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية عبر صفحاتها على منصة فيس بوك.

3. التعرف على أهم المنصات الالكترونية التي تستخدمها وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية في إيصال رسائلها لدول العالم.

4. التعرف على مدى الأهمية التي توليها وزارة الخارجية الفلسطينية للدبلوماسية الرقمية.

5. التعرف على الأهداف التي تسعى وزارة الخارجية لتحقيقها من خلال الدبلوماسية الرقمية.

6. التعرف على الصعوبات والتحديات التي تواجهها وزارة الخارجية الفلسطينية في استخدام الدبلوماسية الرقمية.

1.5 أهمية الدراسة

أرى أن أهمية الدراسة تنبع من محوران رئيسيين وهم المحور العلمي (النظري) والمحور العملي (التطبيقي)، كما وأوضح أهمية الدراسة على النحو الاتي:

• الأهمية العلمية (النظرية) لموضوع الدراسة:

تتبع أهمية هذه الدراسة من الجانب النظري من منطلق أنها تشكل إثراء للمكتبة العلمية في فلسطين كونها الدراسة الأولى حسب علم الباحث، في مجال العلاقات العامة والدبلوماسية الرقمية الفلسطينية خلال جائحة كورونا والقضايا السياسية الساخنة التي تمر بها القضية الفلسطينية، ومن ناحية أخرى تعتبر الدراسات السابقة سواء العربية أو الانجليزية بهذا المجال نادرة، ولم تعمل أي من الدراسات السابقة على تحليل مضمون لصفحات وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية بشكل علمي ودقيق.

• الأهمية العملية (التطبيقية) لموضوع الدراسة:

تتبع أهمية هذه الدراسة من الجانب العملي لكونها تسعى إلى التعرف على مدى استخدام وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية الدبلوماسية الرقمية في إيصال الرسائل إلى دول وشعوب العالم في ظل الظروف السياسية الصعبة التي تمر بها القضية الفلسطينية من جهة، ومن جهة أخرى التعرف على كيف يمكن أن تكون الدبلوماسية الرقمية أكثر فاعلية في تعزيز العمل الدبلوماسي الفلسطيني، وذلك من خلال عمل تحليل مضمون للمحتوى الذي تقدمه وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية عبر صفحاتها على منصة فيس بوك، إضافة إلى إجراء مقابلات مع بعض الأكاديميين المختصين بالشأن الدولي والأعلام الرقمي وبعض العاملين المتخصصين في وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية .

1.6 محددات الدراسة

أوضح في هذا القسم بعض الصعوبات والتحديات التي واجهتني أثناء إجراء الدراسة، حيث شكلت لي هذه التحديات عائقاً وكانت على النحو الآتي:

1. شح وندرة المصادر والمراجع العربية والإنجليزية وصعوبة الوصول إليها.

2. إنتشار جائحة كورونا (كوفيد 19) طيلة فترة إجراء الدراسة مما شكل صعوبة لدي وبشكل خاص عند تحديد مواعيد إجراء المقابلات مع الأطراف الذي تم اختيارهم لمقابلتهم.

1.7 مصطلحات الدراسة

• العلاقات العامة (اصطلاحاً):

"هي مجموعة من الجهود الاتصالية الشاملة التي تهدف إلى التأثير في مجموعات كبيرة من الأشخاص من حيث اتجاهاتهم وآرائهم نحو قضية معينة، ويتم تصميم أنشطتها لتحسين الصورة الذهنية للمؤسسة والحفاظ على سمعتها الحسنة". (البكري، 2004 ، صفحة 19)

وأما مفهوم العلاقات العامة كوظيفة فعرّفها الجمعية الدولية للعلاقات العامة على أنها:

"الوظيفة المستمرة والمخططة للإدارة والتي تسعى بها المؤسسات باختلاف أنواعها وأوجه نشاطها إلى كسب التفاهم، التعاطف، وتأييد الجماهير الداخلية والخارجية، وذلك من خلال دراسة الرأي العام وقياسه، والتأكد من توافقه مع سياسة المؤسسة". (الجوهر م.، 1986 ، صفحة 28)

• العلاقات العامة : (إجرائياً)

بما يخص التعريف الاجرائي للعلاقات العامة فيعرفها الباحث على انها الوظائف والاعمال التي يتم التخطيط لها بشكل مسبق من قبل العلاقات العامة في وزارة الخارجية الفلسطينية والتي تهدف بدورها الى إيصال الرسائل السياسية الفلسطينية الى مختلف شعوب ودول العالم بهدف كسب ثقتهم لصالح القضية الفلسطينية.

• الدبلوماسية العامة:

الدبلوماسية بمعناها العام الحديث، والذي يتماشى مع مفهوم القانون الدولي هي "مجموعة المفاهيم والقواعد والإجراءات والبروتوكولات والمراسم والمؤسسات والأعراف الدولية التي تنظم العلاقات بين الدول والمنظمات الدولية والممثلين الدبلوماسيين، بهدف خدمة المصالح العليا الأمنية والاقتصادية والسياسات العامة، وللتوثيق بين مصالح الدول بواسطة الاتصال والتبادل وإجراء المفاوضات السياسية وعقد الاتفاقات والمعاهدات الدولية". (عباه، 2009 ، صفحة 31)

• العمل الدبلوماسي:

يعتبر العمل الدبلوماسي هو العمل الذي يرتبط بتمثيل دولة او منظمة ما لدى دولة أخرى بموجب بروتوكولات وقوانين محددة تتيح الفرصة للممثلين الدبلوماسيين ممارسة أعمالهم ومهامهم دون أي قيود او معوقات، ولكن في حال تم تجاوز هذه القوانين والأعراف من قبل

الممثلين الدبلوماسيين يحق للدولة المعتمدين لديهم طردهم وإعادتهم إلى بلادهم بشكل فوري. (عباه، 2009)

• الدبلوماسية الرقمية: (اصطلاحاً)

تعتبر الدبلوماسية الرقمية "أهم وسائل الترويج للسياسة الخارجية للدولة، تكمن في قدرتها على تحويل البيانات الكبيرة إلى معلومات ومعرفة يعاد توجيهها بحكمة من صانع القرار في الأطر الدبلوماسية، سواء داخل الدولة كوزارة الخارجية أم خارجها عبر سفاراتها المنتشرة في العالم، باستخدام الأدوات التقنية الجديدة ومنصات التواصل الاجتماعي للتأثير في الجماهير المحلية والخارجية، وتفسير وجهة نظر الدولة حول الأزمات التي تتعرض لها بطريقة القوة الناعمة، وتحتاج إلى فهم أعمق لتاريخ الشعوب التي تقدم إليهم الرسائل السياسية وثقافتها وعاداتها وتقاليدها". (العامودي م.، 2018، صفحة 130)

• الدبلوماسية الرقمية: (إجرائياً)

أن التعريف الاجرائي للدبلوماسية الرقمية في موضوع الدراسة هو أنها تعتبر من أهم الأدوات الرئيسية والمساندة في تحقيق أهداف الدبلوماسية العامة، وتتمثل هذه الأدوات بمنصات التواصل الاجتماعي التي يتم استخدامها لإيصال الرسائل الفلسطينية الى مختلف شعوب ودول العالم.

• وزارة الخارجية الفلسطينية: (اصطلاحاً)

تعتبر الجهة الرسمية التي تتولى القيام بالمهام التالية، الإسهام في وضع السياسة الخارجية الفلسطينية وتنفيذها بما يخدم المصالح الوطنية العليا للشعب الفلسطينية، وتمثيل فلسطين خارجياً وتعزيز العلاقات الفلسطينية مع الدول والمنظمات الدولية والإقليمية عربياً وإسلامياً ودولياً، والإشراف على جميع البعثات سياسياً وإدارياً ومالياً، بما في ذلك التعيينات والتنقلات وفقاً للقانون وتعمل على تنمية وتطوير التعاون الدولي مع فلسطين وتمثيل فلسطين لدى الجهات الخارجية، بالإضافة إلى رعاية مصالح الفلسطينيين في الخارج، وتعزيز العلاقة معهم وتعميق تواصلهم مع شعبهم ووطنهم. (الدبلوماسي، 2005)

• وزارة الخارجية الفلسطينية: (إجرائياً)

أوضح أن التعريف الاجرائي لوزارة الخارجية الفلسطينية في موضوع الدراسة هو أنها الجهة الرسمية التي يقع على عاتقها ممارسة العمل الدبلوماسي بشكل أساسي سواء العمل الدبلوماسي

(التقليدي أو الرقمي)، ومن هذا المنطلق وقع اختياري عليها لتكون الحالة الدراسية في موضوع البحث العلمي.

• **منصات التواصل الاجتماعي: (اصطلاحاً)**

عرف السويدي منصات التواصل الاجتماعي على أنها " خدمات تتيح للمستخدم التواصل مع الآخرين ومشاركتهم اهتماماتهم، وهي عادة ما تكون نبذة عن المستخدم أو أساليب مختلفة للتفاعل مع المستخدمين الآخرين، وإمكانية تكوين جماعات". (السويدي، 2013، صفحة 23)

• **منصات التواصل الاجتماعي: (إجرائياً)**

أوضح أن التعريف الإجرائي لمنصات التواصل الاجتماعي في موضوع الدراسة هو أنها الشبكات التفاعلية التي يستخدمها العاملون المتخصصين في وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية مثل فيس بوك، تويتر، لينكد، وإنستغرام وغيرها، والتي تتيح إيصال الرسالة الفلسطينية إلى العالم الخارجي.

الفصل الثاني

الإطار المفاهيمي والنظري والدراسات السابقة

تؤدي الدبلوماسية دوراً هاماً وحيوياً في تنفيذ أهداف السياسة الخارجية للدول، وكما تتمكن الدبلوماسية من تحقيق هذه الأهداف فإنه لا بد من توظيف العديد من الموارد واستخدام العديد من الأدوات، مثل البعثات الدبلوماسية والقنصليات والسفارات إضافة إلى العديد من وسائل الاتصال الدولي، وذلك باعتبار أن الدبلوماسية تعمل بشكل أساسي على فتح مسار العلاقات مع مختلف الدول، وحل النزاعات والخلافات بين الدول والشعوب والسعي إلى معالجتها.

إن الكثير من دول العالم تستخدم الدبلوماسية بأساليب متعددة، فمنها من يستخدم الدبلوماسية كوسيلة للأقناع، وهذه الوسيلة تأتي بالمرتبة الأولى من حيث الاستخدام كونها تعود بنتائج بغاية الأهمية والإيجابية على الدول، بالإضافة إلى استخدام الدبلوماسية كوسيلة للتسوية والوصول إلى حلول ترضي كافة الأطراف، كما ويتم استخدام الدبلوماسية أيضاً كوسيلة للضغط من قبل دولة لأخرى للوصول إلى هدف معين.

إن الدول التي تسعى إلى النجاح في علاقاتها الدولية لن تستطيع تحقيق ذلك دون الاعتماد على أسس علمية، لأنه ومع التطور والتقدم التكنولوجي أصبح العالم عبارة عن قرية صغيرة وبالتالي أصبحت الحكومات في الدول الحديثة تهتم بشكل كبير بأفراد الشعوب والرأي العام، وهنا يأتي دور العلاقات العامة كونها تتعامل مع الجماهير بطريقة علمية مدروسة بغية معرفة آرائهم ومعتقداتهم وهذا يساهم بشكل كبير في التقليل من الازمات السياسية الداخلية والخارجية، ونتيجة لذلك أشير إلى أن الدبلوماسية ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالعلاقات العامة، والإعلام، والرأي العام. (الدليمي، العلاقات العامة والعولمة، 2013)

2.1 الدراسات السابقة

أوضح أنه وبعد مراجعة العديد من المكتبات والمواقع توصلت إلى مجموعة من الدراسات السابقة القريبة في جوهرها لموضوع الدراسة، والتي تتصل بشكل مباشر وغير مباشر بمشكلة الدراسة الحالية، حيث أن الدراسات السابقة التي تخص العلاقات العامة والدبلوماسية العامة والدبلوماسية الرقمية والسياسة الخارجية شكلت لي مرجعية هامة للغاية في موضوع الدراسة،

كما وأن الدراسات السابقة بلغ عددها (15) دراسة، تنقسم الى دراسات العربية ويبلغ عددها (11) والإنجليزية ويبلغ عددها (4).

2.1.1 الدراسات العربية

• **دراسة (العال، 2018) بعنوان الدبلوماسية الرقمية ومكانتها في السياسة الخارجية الفلسطينية :**
هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مستوى نشاط الدبلوماسية الرقمية الفلسطينية، ومعرفة أسباب التراجع في استخدامها في دولة فلسطين مقارنة بالدول الأخرى، حيث أنها احتلت موقعاً متأخراً حسب تقرير الدبلوماسية الرقمية الذي صدر في عام (2016)، وأستند الباحث في هذه الدراسة الى الجمع بين المنهجين الكمي والنوعي، واستخدم الأداة المسحية حيث قام بدراسة للمواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي، وأعتمد الباحث على أربع معايير للتقييم وهي الحضور والمحتوى ومستوى التفاعل والمواكبة، وهي المعايير التي يتم إصدار التقرير السنوي للدبلوماسية الرقمية بناء عليها، كما وبينت نتائج الدراسة أنه يوجد قصور واضح في استخدام الدبلوماسية الرقمية من قبل وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية وتراجع ملحوظ في الأداء، ومن أهم توصيات التي قدمتها الدراسة العمل على صياغة رؤيه إستراتيجيه للدبلوماسية الرقمية الفلسطينية، وتحديد خطط عمل بناءً على محددات واضحة تعمل على تلبية الاحتياجات السياسية الفلسطينية، وذلك من خلال إنشاء دائرة متخصصة في مجال الدبلوماسية الرقمية في وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية، كما وأوصت الدراسة بالاستفادة من الخبرات الدولية من خلال المشاركة في الدراسات الخاصة بالدبلوماسية الرقمية إضافة إلى تأهيل وتدريب الكادر البشري من خلال عقد و المشاركة في دورات متخصصة بالمجال.

• **دراسة (اصليح، 2020) بعنوان دور الدبلوماسية الرقمية في تعزيز العمل الدبلوماسي الفلسطيني من وجهة نظر النخب الإعلامية والسياسية:**

هدفت هذه الدراسة إلى تسليط الضوء والتعرف على نشأه ومفهوم الدبلوماسية الرقمية وخصائصها، كما وسعت الدراسة بدورها إلى تشخيص دور الدبلوماسية الرقمية في العمل الدبلوماسي الفلسطيني، وتحديد الصعوبات والتحديات التي تعمل على إعاقة تطور الدبلوماسية الرقمية الفلسطينية، وكان مجتمع الدراسة في هذا البحث مكون من النخب السياسية والإعلامية في فلسطين والخارج، واستخدم الباحث منهج الدراسة المسحية وقام أيضاً باستخدام صحيفة

الاستقصاء والمقابلة كأدوات لجمع البيانات، وتم تطبيق هذه الدراسة في الفترة الواقعة بين عامي (2019-2020).

وبينت نتائج الدراسة أن نسبة دور الدبلوماسية الرقمية في تعزيز العمل الدبلوماسي الفلسطيني وجهه نظر النخب السياسية والإعلامية قد بلغت (74.54%) وهو يعتبر مستوى مرتفع، كما وبينت الدراسة أن نسبة قدره الدبلوماسية الرقمية على مواكبة التطورات والتغيرات العالمية في مجال الدبلوماسية الرقمية قد بلغت (59.3%) ويعتبر مستوى متوسط، وبينت الدراسة أيضاً أن قدره الدبلوماسية الرقمية على استقطاب الجمهور بلغت (62.09) وهو مستوى متوسط.

وتتمثل أهم التوصيات التي قدمتها الدراسة بضرورة إنشاء دائرة متخصصة في مجال الدبلوماسية الرقمية في المؤسسات الرسمية الفلسطينية العاملة في مجال العلاقات الدولية، والعمل على توفير جميع الموارد والامكانيات في سبيل النهوض في الدبلوماسية الرقمية في فلسطين.

• دراسة (الداودي، 2020) بعنوان الدبلوماسية الرقمية بين وزارتي الخارجية والسفارات الفلسطينية والإسرائيلية في منطقتي أوروبا والدول العربية:

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل واقع الدبلوماسية الرقمية الفلسطينية والإسرائيلية من خلال التركيز على واقع وزارة الخارجية الفلسطينية والإسرائيلية والسفارات التابعة لهما في أوروبا والدول العربية، وذلك من أجل السعي بالنهوض بالدبلوماسية الرقمية الفلسطينية، كما واعتمدت هذه الدراسة على المنهج المقارن والأداة المسحية، وكان مجتمع البحث والعينة في هذه الدراسة عبارة عن ثلاث مواقع على شبكة الانترنت العنكبوتية لكلا الطرفين وتمثلت هذه المواقع بموقع فيس بوك، وتويتر، ويوب، واعتمدت الدراسة على ثلاث محاور في قياس أداء الدبلوماسية الرقمية وتتمثل هذه المحاور في الحضور والتواجد والمحتوى والمواكبة.

وبينت نتائج الدراسة وجود غياب في الإستراتيجية الوطنية للدبلوماسية الرقمية الفلسطينية، وشح في الكادر البشري المؤهل لممارسة الدبلوماسية الرقمية، وكما بينت إهمال في توثيق المنصات الرسمية الفلسطينية مقارنة بالإسرائيلية، وبينت الدراسة أيضاً وجود فجوة واسعة من حيث عدد المتابعين للصفحات الرسمية الفلسطينية مقارنة بالصفحات الإسرائيلية.

ومن أهم التوصيات التي قدمتها الدراسة العمل على ضرورة بناء استراتيجية للدبلوماسية الرقمية الفلسطينية، وضرورة اعداد كادر مؤهل للعمل في مجال الدبلوماسية الرقمية وضرورة الانخراط

بالدول والمنظمات المهمة في ذات المجال، وإنشاء مواقع الالكترونية بطرق احترافية، وتصميم هوية بصرية موحدة على جميع مواقع وزارة الخارجية الفلسطينية مع ضرورة توثيق الصفحات التابعة لها وتعزيز توجيه خطاب السفارات لشعوب الدول المتواجدين فيها.

• دراسة (العطوي، 2018) بعنوان دور العلاقات العامة في فاعلية العمل الدبلوماسي:

تهدف الدراسة الى معرفة دور العلاقات العامة في فاعلية العمل الدبلوماسي، واستخدم الباحث في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، كما واستخدم الباحث أداة الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وتمثل مجتمع الدراسة بالعاملين في وزارة الخارجية السعودية في مدينة الرياض وبلغ عدد الاستبانات التي تم تحليلها (278) استبانة اثناء الفترة الزمنية لأجراء الدراسة.

ومن أهم النتائج التي بينتها الدراسة أن ما يشكل نسبة (83.8%) من أفراد الدراسة موافقين على الدور التي تقوم به العلاقات العامة في تعزيز فاعلية العمل الدبلوماسي، كما وبيئت أن (84%) من أفراد الدراسة موافقين على الأساليب التي من الممكن أن تستخدمها العلاقات العامة في تعزيز فاعلية العمل الدبلوماسي، وبيئت الدراسة أن ما يشكل نسبة (80.8%) موافقين على وجود معوقات تحد من دور العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية.

وتتمثل أهم التوصيات التي قدمتها الدراسة من أجل النهوض بدور العلاقات العامة بتعيين أفراد أكفاء ومتخصصين بموضوع العلاقات العامة لديهم القدرة على مواكبة التطورات في المجالات الرقمية المرتبطة في العمل الدبلوماسي، وأوصت الدراسة أن يتم منح العلاقات العامة مستوى اداري متقدم لضمان فاعليتها في المؤسسة وعدم تداخل المهام بينها وبين الدوائر المختلفة، وأوصت الدراسة على أن يتم اختيار العاملين في مجال العلاقات العامة بناء على أسس علمية ومهنية.

• دراسة (احمد، 2016) بعنوان توظيف العلاقات العامة في تعزيز العمل الدبلوماسي (دراسة تطبيقية على وزارة الخارجية السودانية):

تتمثل مشكلة الدراسة بتداخل الاختصاصات بين دائرة العلاقات العامة والدوائر الأخرى مما يجعل دائرة العلاقات العامة تقوم بوظائف ليس من اختصاصها، وبالتالي تهدف هذه الدراسة إلى الوقوف على المعوقات والمشاكل التي تعترض أداء دائرة العلاقات العامة، كما وتهدف الدراسة أيضاً إلى معرفة الوسائل التي تستخدمها دائرة العلاقات العامة، بالإضافة إلى التعرف على

الإمكانيات التي تخصصها الإدارة للممارسة العلاقات العامة، واستخدم الباحث في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي في إطار البحوث الوصفية، وكانت الأدوات التي استخدمها الباحث هي الاستبانة والمقابلة.

وبينت النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن غالبية الافراد الذين أجريت عليهم الدراسة أكدوا على أهمية الدور التي تقوم به دائرة العلاقات العامة في دعم وتعزيز سياسة السودان الخارجية، كما وبينت الدراسة أن العمل الدبلوماسي في هذا العصر يحتاج الى استخدام أدوات اتصال حديثة لعكس سياسات الدول الى الرأي العام الخارجي.

وتتمثل أهم التوصيات التي قدمتها الدراسة بضرورة توظيف كوادر العلاقات العامة في الوزارة بناء على أسس مهنية وعلمية، كما وأوصت الدراسة أيضاً بتفعيل وسائل الاتصال الحديثة من مواقع تواصل اجتماعي وغيرها لكي يتم إيصال رسالة وزارة الخارجية السودانية الى العالم.

• دراسة (ساعد، 2017) بعنوان الدبلوماسية العامة الرقمية.. قوة ناعمة وجديدة:

تبحث هذه الدراسة في الدبلوماسية العامة الرقمية باعتبارها من أهم أدوات القوة الناعمة في ظل التطور التكنولوجي الذي يشهده العالم الذي يسمى (العصر الرقمي)، وبينت الدراسة أن الثورة المعلوماتية الرقمية ساهمت بشكل كبير في تطوير أداء الدبلوماسية العامة وذلك من خلال استخدامها للوسائل والأدوات الرقمية في التواصل والاعلام التفاعلي، وأوضحت الدراسة أن الدبلوماسية التقليدية تقوم على إقامة علاقات بين الدول عن طريق الهيئات الرسمية المختلفة وغالباً ما يضاف عليها الطابع السري، وبينت بالمقابل أن الدبلوماسية العامة تتمثل بأنها عبارة عن عملية مفتوحة تهدف إلى الوصول إلى الجماهير.

صنفت الدراسة العديد من الوسائل المختلفة للدبلوماسية العامة، وذلك بناءً على ثلاث أبعاد مختلفة تتمثل في الاتصال اليومي الجماهيري، والاستعداد الدائم لتقديم المعلومات السريعة للجماهير والاتصال الاستراتيجي الذي يعمل على تنسيق الرسائل المختلفة التي تصدر عن جهات مختلفة، وأما المحور الثالث يتمثل في بناء علاقات طويلة الأمد مع الدول الأخرى، وأوضحت الدراسة أن أهم الأدوات تتمثل في وسائل الاعلام المرئية والمقروءة والمسموعة، على سبيل المثال قامت الولايات المتحدة الامريكية بإنشاء (إذاعة سوا) وذلك في عام (2002) حيث كان الهدف من إنشاء هذه الإذاعة العمل على استقطاب الشباب العربي الذين تقل أعمارهم عن ثلاثون عاماً من

خلال بث رسائل مدروسة إليهم، وقامت أيضاً الولايات المتحدة باستقطابهم عبر المنح الدراسية والدورات وغيرها.

إن استخدام الإنترنت والوسائل الرقمية في الدبلوماسية العامة يسمى بالدبلوماسية الرقمية وهذا ما تتجه إليه الولايات المتحدة الأمريكية، حيث أن سياستها تهدف إلى إنشاء صفحات وحسابات عبر مواقع التواصل الاجتماعي حيث أنها تحرص على أن يكون لديها حضور قوي ومحتوى مدروس ينشر عبر صفحاتها، وبدورها تحرص أيضاً على أن يكون عنصر التفاعلية حاضر بقوة أي أنها نقلت الاتصال من طرف واحد الى حوار ذو اتجاهين حيث أنها تبث افكارها للشباب والجمهور الأخرى من مختلف الشعوب وذلك في سبيل مكافحة الإرهاب، ايماناً منها أن هذه الطريقة تمنع المنظمات الإرهابية من تجنيد أشخاص جدد بعيداً عن القوى العسكرية، ونتيجة لذلك من المستحيل أن نجد أي سفير امريكي في مختلف دول العالم لا يمتلك حساب على منصات التواصل الاجتماعي سواء فيس بوك أو تويتر أو غيرهما.

بالتالي نستنتج مما سبق أن الإنترنت طور شكل الدبلوماسية العامة إلى الدبلوماسية الرقمية وذلك بعد ثورة الاتصالات الذي يشهدها العالم، وأصبح التواصل مع الجماهير مباشرة بدون وسيط وذلك لتنفيذ أهداف واستراتيجيات الدولة من خلال الاهتمام بالرأي العام.

• دراسة (دياب، 2016) بعنوان إثر الدبلوماسية الرقمية في تحسين صورة الدول:

تهدف الدراسة إلى توضيح أثر الدبلوماسية الرقمية في تحسين صورة الدول، حيث أوضح الكاتب أن التطورات التكنولوجية الحديثة وانتشار شبكة الانترنت أحدثت ثورة حقيقية في مجال الاتصالات بالإضافة إلى مجال العلاقات العامة والعمل الدبلوماسي والعمل الجماهيري، ونتيجة لهذا التطور خرج العمل الدبلوماسي من نطاقه التقليدي المقتصر على البعثات الدبلوماسية، وظهرت أشكال جديدة من الدبلوماسية من أهمها الدبلوماسية الرقمية، وهذا يعني ظهور دبلوماسية عالمية جديدة منتشرة في كافة أرجاء العالم يستخدم فيها قادة دول العالم والهيئات الرسمية والغير رسمية والجمهور العام لمواقع التواصل الاجتماعي جميعها على اختلاف أنواعها لنشر الأفكار والآراء وتشكيل الصورة الذهنية وبناء العلاقات على مستوى الشعوب والتأثير على الجماهير، في السنوات الأخيرة أعطى تطور التكنولوجيا للدبلوماسية الغير تقليدية صداً واسعاً إلى درجة أن البعض يقول أن الدبلوماسية الرقمية على وشك أن تكون بديلاً عن الدبلوماسية التقليدية.

إن الاختلاف الجوهرى بين الدبلوماسية التقليدية والرقمية أن الأولى تقوم على الاتصال بالحكومات والجهات الرسمية، بينما الدبلوماسية الرقمية تقوم بالتواصل مع جميع فئات المجتمع أي أنها مؤثرة بشكل كبير على الرأي العام، وتوضح الدراسة أن أكثر أشكال الدبلوماسية الرقمية تتمثل في حضور وزارة الخارجية والسفارات التابعة لها على مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك والتويتر وباقي المواقع، بالنظر إلى حسابات وزارة الخارجية الأمريكية فهي امتلكت في عام (2012) أكثر من (400) حساب على موقع فيسبوك و(300) حساب على تويتر وكان عدد المتابعين في ذلك الوقت لهذه الحسابات (26) مليون متابع.

إن الدبلوماسية الرقمية تلعب دوراً بارزاً في تحسين صورة الدول التي تدرك أهميتها من خلال تمكينها من الوصول إلى جمهورها الخارجي المستهدف وشرح مقاصدها وترويج رؤيتها إليهم، والدفاع عن نفسها بشكل مباشر دون أي وسيط بالتالي تستطيع بناء صورة ذهنية جيدة لها أمام الجمهور الخارجي، وبناء على ذلك فإن (83%) من دول العالم لها حضور على موقع تويتر و(68%) من الرؤساء لديهم حسابات شخصية حسب إحصائيات عام (2012).

• دراسة (محمود، 2020) بعنوان الدبلوماسية في العصر الرقمي والتطور النوعي في الدبلوماسية التقليدية:

تناولت الدراسة الحديث عن تطور العمل الدبلوماسي في ظل ثورة الاتصالات والمعلومات بحيث انتقل العمل الدبلوماسي من المفهوم التقليدي إلى الرقمي بالتالي أصبح التواصل مع عامة الشعوب من المهام الرئيسية للعمل الدبلوماسي، وبناءً على رأي السفير البريطاني في بيروت توم فليتشر "إن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي أصبح مهماً في العمل الدبلوماسي إذ أنها تساعد في عمليات جمع المعلومات والتحليل والتأثير على الازمات " (الرويتع، 2013، صفحة 3)، أشار الباحث إلى العديد من مزايا الدبلوماسية الرقمية ومنها أن وجود قنوات اتصال مباشرة مع شعوب العالم تعزز نقل صورة الدولة إلى الدول الأخرى بطريقة أكثر فاعلية، بالإضافة إلى أن الدولة تستطيع الاستفادة من تدفق المعلومات واستخدامها في صنع سياساتها الخارجية وتوجيه رسائلها إلى الجمهور المستهدف بالنسبة إليها بالإضافة إلى السرعة في العمل، وتوفير التكاليف المالية الباهظة التي تقع على عاتق الدولة من خلال عقد الاجتماعات الدولية عبر التقنيات الإلكترونية الحديثة، كما وتطرق الباحث في دراسته إلى العديد من السلبيات والتحديات التي تواجهها الدبلوماسية الرقمية ومنها الاختراقات الإلكترونية للوثائق الدبلوماسية والرسائل الرسمية

التي يجب أن تكون ذات طابع سري، بالإضافة إلى استغلال الجماعات الإرهابية أو الجماعات المناهضة لسياسيات الدول لمنصات التواصل الاجتماعي لتجنيد الأشخاص لصالحهم، وأشار الكاتب إلى سبل النهوض في الدبلوماسية الرقمية في دولة العراق من خلال العديد من الآليات منها تطوير المواقع الإلكترونية التابعة للدولة من خلال تحديث المعلومات الخاصة بالدولة في مختلف المجالات، وإدراك أهمية وجوب استثمار منظمات المجتمع المدني والنشطاء السياسيين حول العالم من خلال تحفيزهم وتشجيعهم على نقل صورة الدولة ورسائلها في أماكن تواجدهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى الاهتمام المطلق بممارسة الدبلوماسية الرقمية في الدول التي لا يوجد علاقات دبلوماسية معها.

• دراسة (الاستراتيجية، 2019): بعنوان الدبلوماسية الرقمية وتأثيرها على الصراع العربي الإسرائيلي:

بدأ الباحث دراسته بالحديث عن صعود مواقع التواصل الاجتماعي نتيجة الثورة الرقمية، وأكد أن هذه المواقع أصبحت من أهم وسائل العمل الدبلوماسي بحيث تستخدمها الدول لترويج قيمها وأفكارها، من خلال مخاطبة الملايين من أفراد شعوب العالم بشكل مباشر وهو ما يسمى الآن "بالدبلوماسية الرقمية"، وتعددت التعريفات فيما يخص مفهوم الدبلوماسية الرقمية ولكن بالمحصلة أصبح واضحاً أن الهدف الرئيسي منها هو أنها تعد مخرجاً للمشاكل السياسية الخارجية عن طريق التواصل مع الجمهور مباشرة باستخدام شبكة الإنترنت.

ونظراً لأهمية الدبلوماسية الرقمية قامت حكومة بريطانيا وغيرها من الحكومات بإنشاء دوائر متخصصة بالدبلوماسية الرقمية في وزارات الخارجية ومكاتب الرؤساء وغيرها، حيث أن التجربة البريطانية في هذا المجال تعتبر من أولى التجارب الناجحة حسب تقرير الدبلوماسية الرقمية لعام (2017) إلى تصدرت فيه بريطانيا المرتبة الأولى تليها فرنسا في أداء الدبلوماسية الرقمية نتيجة استخدامهما أكبر قدر ممكن من مواقع الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي بالعديد من اللغات لخدمة دبلوماسيتهما العامة وسياستها الخارجية.

يشير الباحث إلى أن إسرائيل من الدول التي أدركت أهمية الدبلوماسية الرقمية وبدأت بالتواصل مع الشعوب بثقافتهم وأسلوبهم ولغتهم، حيث أنها حصلت على المركز الثامن في عام (2014)، لتتقدم وتتصدر المركز الرابع في عام (2018) في استخدام الدبلوماسية الرقمية حسب تقرير

الدبلوماسية الرقمية السنوي، يشار إلى أن صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية على موقع فيسبوك لوحدها تمكنت من جذب أكثر من (1.8) مليون متابع عربي.

أما بخصوص الدول العربية، يتبين أن هناك دولاً ذات نشاط وتفاعل عبر القنوات الإلكترونية المختلفة ودولاً أخرى لا يعينها هذا الأمر، تتقدم دول الخليج على غيرها من الدول العربية في إدراك أهمية وممارسة الدبلوماسية الرقمية من خلال استخدامها بشكل واسع لمواقع التواصل الاجتماعي، أما دولة فلسطين أدركت أهمية التواجد على هذه الساحات ولكنها لم تستطع أن تستغلها بالطريقة المثلى حيث أنها احتلت مراكز متأخرة في تقارير الدبلوماسية الرقمية السنوية.

• دراسة (طيايية، 2020) بعنوان مستقبل الممارسة الدبلوماسية في ظل العصر الرقمي:

إن الفكرة الأساسية في هذه الورقة تتمثل باكتشاف التأثيرات الإيجابية والسلبية التي أحدثتها الثورة الرقمية على الدبلوماسية، شرحت هذه الورقة ثلاث محاور رئيسية تتمثل في الثورة المعلوماتية وتطور الدبلوماسية الرقمية، ومفهوم الدبلوماسية الرقمية، ومستقبل الوظائف الدبلوماسية في ظل العصر الرقمي، بينت هذه الورقة أن تكنولوجيا المعلومات تعتبر من أهم العوامل الرئيسية التي تؤثر على الدبلوماسية بشكلها التقليدي حيث أنها فرضت قنوات اتصال جديدة أثرت بدورها على عملية التمثيل الدبلوماسي.

تبين الورقة أن من أهم التأثيرات التي أحدثتها الثورة الرقمية على الصعيد الدبلوماسي هي ظهور الدبلوماسية الرقمية التي يسجل عليها جوانب إيجابية وسلبية، إن الجوانب الإيجابية للدبلوماسية الرقمية تتمثل في أنها ساهمت بشكل كبير في تحسين الوظائف الدبلوماسية وساهمت أيضاً بدمج أبناء الشعوب المختلفة ببعضهم البعض، بالإضافة إلى تسريع الاتصالات والقيام بالمهام الدبلوماسية بشكل سريع جداً حيث أن الاتصال هو أهم عنصر في العمل الدبلوماسي، كما وأدت الدبلوماسية الرقمية إلى تقرب ممارسي العمل الدبلوماسي أكثر من الشعوب حيث أصبحت الدبلوماسية أكثر ديمقراطية وشفافية، وبالتالي أشركت الأطراف الغير رسمية في هذه الممارسة أي أنها جعلت الجهود الرسمية والغير رسمية متكافئة في اتجاه تعاوني.

وبخصوص التأثيرات السلبية للثورة الرقمية على الدبلوماسية فهي تتمثل بالمخاطر التي تواجه سرية الاتصالات الدبلوماسية عن طريق القرصنة واختراق البرامج والشفيرات التي تحمي المراسلات والاتصالات الدبلوماسية وأعمال التجسس والمراقبة التي أصبحت أكثر في هذا

المجال بالإضافة إلى التأثير الكبير على الرأي العام الذي قد يكون لأهداف غير شرعية، أي أن الثورة الرقمية بالنسبة للعمل الدبلوماسي هي "سلاح ذو حدين".

• **دراسة (اليتيم، 2018) بعنوان الدبلوماسية الإلكترونية بين الفاعلية ومحدودية التأثير:**

تناولت الدراسة موضوع الدبلوماسية الرقمية التي ظهرت حديثاً نتيجة تطور التكنولوجيا وثورة المعلومات بحيث وظفت معظم الدول مواقع التواصل الاجتماعي في سبيل إدارة علاقاتها الدولية وتحقيق أهدافها الخارجية، أضافت مواقع التواصل الاجتماعي نوعاً جديداً للدبلوماسية المتمثل بالدبلوماسية الرقمية التي تشكل إضافة نوعية في عالم الدبلوماسية حيث أن الدبلوماسية التقليدية اقتصر على تعامل الحكومات مع الحكومات، ولكن يكمن الفرق هنا أن الدبلوماسية الرقمية تشمل ذلك إضافة إلى التعامل مع أفراد الشعوب بصورة مباشرة.

أشار الباحث في دراسته إلى أن الدبلوماسية الرقمية لها العديد من الإيجابيات والسلبيات، ومن أهم الإيجابيات أنها تعمل على تعزيز قدرات الدبلوماسيين على جمع المعلومات وتحليلها، وهذا ما يتيح المجال للدبلوماسي بميزة التنبؤ واتخاذ القرارات بشكل فوري في التعامل مع الأحداث العاجلة، وتحفيز تبادل الأفكار بين أصحاب القرار السياسي والمجتمع المدني والجمهور العام، إضافة إلى أنها تمكن الدولة من إنشاء سفارات افتراضية في الدول التي لا يوجد معها علاقات دبلوماسية وتمثيل دبلوماسي، وتتميز بقلّة التكاليف المادية، كما وتطرق الباحث إلى سلبيات الدبلوماسية الرقمية حيث أشار إلى أنها تواجه العديد من الانتقادات السلبية ومنها انها تفتح المجال أمام التعليقات السلبية من الجمهور مما يؤدي إلى التقليل من شأن ومكانة الممثل الدبلوماسي قد تصل إلى فقدان السيطرة على السمعة، وفي جانب آخر قد تؤدي إلى تداخل الآراء الشخصية والمواقف السياسية على سبيل المثال أساء رئيس الولايات المتحدة الأمريكية دونالد ترامب عبر تغريدة له على صفحة تويتر في عام (2017) إلى حلفاء اميركا المقربين مما أدى إلى حدوث انتقادات واسعة من بريطانيا والسويد وألمانيا وغيرهم من الدول الأوروبية، بالإضافة إلى أنه قد تغيب اللغة الدبلوماسية واللباقة في الحديث نتيجة المواجهة المباشرة وسرعة التفاعل مع الجمهور والتهديدات الإلكترونية (انتهاك الخصوصية).

ذكر الباحث أن الدبلوماسية تقدمت خطوات هامة إلى الأمام بفضل التقدم التكنولوجي مع وجود بعض السلبيات التي تم ذكرها، ولكن أشار الباحث إلى إمكانية تفادي هذه السلبيات من خلال استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بصورة جيدة ضمن خطة سياسة إعلامية ممنهجة، وتعزيز

الأمن المعلوماتي من خلال تطوير تطبيقات الحماية، بالإضافة إلى دمج التكنولوجيا والنشاطات الإدارية وتمويل برامج التكنولوجيا في مختلف المناصب الدبلوماسية.

2.1.2 الدراسات الأجنبية

• دراسة (Adesina, 2017) بعنوان السياسة الخارجية في ظل الدبلوماسية الرقمية:

(Foreign policy in an era of digital diplomacy)

تهدف الدراسة إلى التعرف على مفهوم الدبلوماسية الرقمية، مع التركيز على استخدام الوسائط الرقمية في مجال الدبلوماسية وكيف تستخدم الدول هذه الأدوات في متابعة سياساتها الخارجية، وتسعى بدورها إلى دراسة الفرص والتحديات التي تقدمها وسائل الإعلام للأنشطة الدبلوماسية، وتجادل هذه الدراسة بأن الدول لا تستطيع أن تتخلف عن الركب في عصر الدبلوماسية الرقمية حيث يمكنها الاستفادة بشكل كبير من هذه الاتجاهات الدبلوماسية الناشئة واستعرضت الدراسة أهمية الدبلوماسية الرقمية وأنشطة الإنترنت ككل حيث أنها تساعد بشكل كبير في عرض مواقف السياسة الخارجية للدولة على الجماهير المحلية والأجنبية.

تناولت هذه الدراسة الدبلوماسية الرقمية من خلال منظور القوة الناعمة، والتي حددها جوزيف ناي على أنها تعني "القدرة على وضع جدول الأعمال في السياسة العالمية من خلال إقناع الآخرين وإغرائهم وجذبهم من خلال قوة معتقدات الفرد وقيمه وأفكاره، وليس من خلال الإكراه الاقتصادي أو العسكري، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتناولت الكثير من المفاهيم التي يمكن تعريف الدبلوماسية الرقمية بها، وتحدثت عن نشأتها وتطورها التاريخي واستعرضت أهم مكونات الدبلوماسية الرقمية وأهم الدول المستخدمة لها.

وبينت الدراسة أن وزارة الخارجية الأمريكية هي أول وزارة في العالم أنشأت وحدة متخصصة في الدبلوماسية الرقمية يعمل بها أكثر من (150) موظفاً في (25) مكتب مختلف، يليها بريطانيا والسويد وروسيا من حيث نشاطهم الرقمي، وأكدت الدراسة على أن الهند تتصدر دول اسيا، كما بينت الدراسة أن الدبلوماسية الرقمية لها تأثير كبير على السياسة الخارجية للدول وتلعب دوراً هاماً في تحقيق أهداف الدبلوماسية العامة، وبينت أن الدبلوماسية الرقمية أدت إلى التحكم في طريقة تدفق المعلومات في كل مكان، مما جعل نشر المعلومات سريعاً وواسع النطاق، وتمكين الناس من إصدار أحكامهم الخاصة، والتعبير عن مخاوفهم ومشاعرهم، وحتى التأثير على

صانعي السياسات، وذلك يؤدي إلى أن تكون الطريقة التي تتفاعل بها الحكومات أسرع وتصل إلى أكثر في كل جزء من العالم تقريباً.

وأوصت الدراسة على ضرورة تفعيل دور الدبلوماسية الرقمية في جميع دول العالم من خلال اعداد كوادر مؤهلة للعمل في المجال الرقمي، وانشاء وحدات مخصصة للدبلوماسية الرقمية في المؤسسات الحكومية، والاستلهم بتجربة الولايات المتحدة الامريكية.

• دراسة بعنوان (Verrekia، 2017) الدبلوماسية الرقمية وتأثيرها على العلاقات الدولية:

(Digital Diplomacy and Its Effect on International Relations)

تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف الطبيعة المتطورة للدبلوماسية الرقمية وتحديد تأثيرها على المستوى الدولي، وتجادل هذه الدراسة من منظور أن الدبلوماسية الرقمية هي أداة إيجابية يمكن للحكومات استخدامها في العصر الحديث وتناولت الدراسة في إطارها العام شرحاً مفصلاً حول الدبلوماسية الرقمية والتقليدية والمزايا والمخاطر المتعلقة بكلا الجانبين.

واستخدم الباحث في هذه الدراسة أداة المقابلات كمصدر أساسي للبيانات حيث تم إجراء أربع مقابلات، وتم اختيار الأشخاص التي عقدت معهم المقابلات بناءً على خبرتهم في الموضوع وهم من الأفراد الذين يعملون كدبلوماسيين حاليين أو سابقين، وكان المصدر الثانوي للبيانات في الدراسة هو الأدب الأكاديمي حيث احتوت الدراسة على عشرين مصدر أكاديمي، وبعد الحصول على المعلومات الكافية تم تحليل البحث من أجل تحديد التأثير الرقمي للدبلوماسية في العلاقات الدولية .

كما وبينت نتائج الدراسة أن الدبلوماسية الرقمية تلعب دوراً هاماً في مجال العلاقات الدولية لما تحمله من مزايا، وأكدت الدراسة على أن الدبلوماسية الرقمية جزء أساسي من الدبلوماسية العامة في ظل ثورة الاتصالات ومواقع التواصل الاجتماعي، ومن ناحية أخرى أكدت الدراسة على أن الدبلوماسية التقليدية هي الأساس بما يتعلق بالقضايا الدولية المحورية ولا يمكن الاستغناء عنها ولا تملي الدبلوماسية الرقمية مكانتها على الرغم من مزاياها المتعددة والكثيرة.

بدورها أوصت الدراسة الاهتمام بالدبلوماسية الرقمية والنهوض بها من خلال استغلال كافة الموارد والإمكانيات المتاحة، وأوصت أيضاً أن يكون استخدامها بحذر شديد كونها تعد سلاح ذو حدين وقد تلحق الضرر بمستخدميها.

• دراسة (goksu, 2016) بعنوان الدبلوماسية الرقمية والإدراك العالمي وتركيا:

(Digital Diplomacy، Global perception and Turkey)

هدفت هذه الدراسة إلى التعريف بمصطلح الدبلوماسية الرقمية وتحليل ممارسات الدبلوماسية الرقمية في تركيا وفي جميع أنحاء العالم في سياق الدبلوماسية العامة، والسبب الرئيسي في الدراسة يعود إلى أن الممارسات الرقمية في دول العالم محدودة في الوقت الحالي، أعتمد الباحث في هذه الدراسة على فحص ممارسات الدبلوماسية الرقمية في العالم و تحليل منظور الدبلوماسية الرقمية التركية بالإضافة إلى إجراء المقابلات وتهدف الدراسة أيضاً الى النهوض بالدبلوماسية الرقمية في تركيا، وكان السؤال الرئيسي في الدراسة هو كيف تستفيد الدول من الدبلوماسية الرقمية في العلاقات الدولية؟

وبعد قيام الباحث بتحليل الممارسات الدبلوماسية الرقمية للعديد من الدول بينت الدراسة أن الدول الرائدة في مجال الدبلوماسية الرقمية هي الولايات المتحدة والمملكة المتحدة وإسرائيل، حيث أن الولايات المتحدة الأمريكية وضعت (خطة دولة) للدبلوماسية الرقمية، والمملكة المتحدة قامت بنشر دليل حول كيفية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وعلى غرارهم قامت إسرائيل ببدء مشروع يتضمن تربية "دبلوماسيين مواطنين" يقدمون دولتهم في وسائل الإعلام الجديدة، بينما تركيا لم تمارس أي من هذه الممارسات مما يعكس ضعفها في مجال الدبلوماسية الرقمية، ومن خلال الدراسة قام الباحث بالإجابة عن التساؤل الرئيسي للدراسة وأوضح أن الدول تدعم سياساتها الخارجية الوطنية من خلال الدبلوماسية الرقمية بحيث يتم وضع الدبلوماسية الرقمية كأداة تكميلية للدبلوماسية العامة، وبالتالي يمكن أن تنتقل إستراتيجية ورسائل السياسة الخارجية الوطنية إلى منصات إعلامية جديدة ويتم تعزيز هذا التواصل من خلال حسابات ووسائل التواصل الاجتماعي.

وقدمت الدراسة العديد من التوصيات من اجل النهوض بالدبلوماسية الرقمية في تركيا وأهمها وجوب استخدام الدبلوماسية الرقمية كعنصر مكمل لمنهج الدبلوماسية العامة الجديد، وضرورة تطوير استراتيجية دبلوماسية رقمية باستخدام البحث النوعي والكمي، والعمل على تثقيف الكوادر البشرية حول الدبلوماسية الرقمية من خلال برامج التعليم المهني وتبادل الخبرات مع الدول الأخرى في هذا المجال، بالإضافة الى ضرورة استخدام أسلوب الحوار مع الجماهير عبر وسائل التواصل الاجتماعي وذلك في سبيل إدارة انطباع الجمهور.

• دراسة (Rashica, 2019) بعنوان الدبلوماسية الرقمية: الجوانب والنهج والاستخدام العملي:

(Digital diplomacy: aspects, approaches and practical use)

هدفت هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على سمات الدبلوماسية الرقمية التي تعتبر الشكل الجديد من الدبلوماسية العامة، وتسعى إلى زيادة المعرفة حول الخصائص العامة للدبلوماسية الرقمية من خلال توفير معلومات هامة للتعريف والأهداف والفعالية والمنصات الرقمية الأكثر استخداماً وفوائدها ومخاطرها، وكان السؤال الرئيسي للبحث هو لماذا تعتبر الدبلوماسية الرقمية عنصراً أساسياً لتحقيق الأنشطة الدبلوماسية.

افتراض الباحث في هذه الدراسة العديد من الفرضيات وهي كالتالي: تمثل وسائل التواصل الاجتماعي أساس الدبلوماسية الرقمية، وافتراض الباحث أيضاً أنه إذا تم وضع فوائد ومخاطر الدبلوماسية الرقمية على نطاق واسع، فسوف تزداد الفوائد، بحجة أن الدبلوماسية الرقمية مفيدة جداً لتحقيق الأنشطة الدبلوماسية، وتتميز هذه الدراسة بطابع توضيحي ووصفي وتحليلي ومقارن ولتحقيقها استخدم الباحث الأساليب النوعية من خلال الاعتماد على أحدث المؤلفات ومصادر الإنترنت الموثوقة ذات الصلة بالعلاقات الدولية ومجال الدبلوماسية.

بينت نتائج الدراسة أن الدبلوماسية الرقمية تستخدم الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي لتعزيز العلاقات الدبلوماسية، وأكدت الدراسة أن وسائل التواصل الاجتماعي منصة يمكن أن تقدم معلومات قيمة عن الرأي العام وبالتالي فإن المشاعر العامة تسهل تحليل السياسات الخارجية، تتيح الدبلوماسية الرقمية سرعة الاتصالات في الحالات العاجلة وبتكاليف منخفضة، وتساعد في زيادة الترابط الدولي مما يؤدي إلى تعزيز العلاقات الدولية ومن جهة أخرى بينت النتائج أن الدبلوماسية الرقمية محفوفة بمخاطر عديدة وأهمها سهولة نشر الفكر المتطرف والإرهابي، ومخاطر القرصنة وغيرها، ولكن جوانب الفوائد يمكن الاستفادة منها بشكل أكبر.

وتوصي الدراسة لكي تكون الدبلوماسية الرقمية فعالة أنه يجب على الدبلوماسيين الرقميين الانتباه إلى ستة أقسام وهي التنظيم والإدارة والأمن والوقت والمحتوى والسياق وتطوير المعرفة، بالإضافة إلى تمكين سياسات الحماية ضد التهديدات المختلفة.

2.1.3 التعقيب على الدراسات السابقة

تعتبر الدراسات السابقة مرتبطة بشكل وثيق وتتصل بشكل مباشر وغير مباشر بموضوع الدراسة الحالية، كما وأشار إلى أن هذه الدراسات تعد من الركائز الهامة التي من خلالها انبثقت العديد من تساؤلات الدراسة وأهميتها.

وفي سياق متصل أرى أن الدراسات السابقة قد أمدتني بالعديد من المعلومات الهامة في مجال البحث، حيث بينت الدراسات السابقة المعايير التي يتم قياس مدى استخدام الدبلوماسية الرقمية بناءً عليها، كما أن الدراسات السابقة بينت لي الصعوبات التي يمكن أن تشكل عائق لي أثناء إعداد الدراسة وكيفية التغلب عليها واجتيازها.

وفي ذات السياق أذكر أهم أوجه التشابه والاختلاف بين دراسته الحالية والدراسات السابقة:

1. أوجه الشبه بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة:

تعتبر الدراسة الحالية استكمالاً للجهود البحثية للدراسات السابقة، بحيث أن الدراسات السابقة قد تناولت جوانب العلاقات العامة والدبلوماسية الرقمية واستخدام منصات التواصل الاجتماعي بهدف الوصول الى أكبر عدد ممكن للجماهير للتأثير على آراءهم واتجاهاتهم في سبيل تحقيق مصالح الدول.

2. أوجه الاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة:

تختلف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة من ناحية أنها الدراسة الأولى من نوعها التي تدرس واقع استخدام الدبلوماسية الرقمية في وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية بالتحديد، حيث أن الدراسات السابقة لم تدرس هذه الحالة الدراسية، ومن ناحية أخرى أعتمد في الدراسة الحالية على أداة المقابلة والتي ستتم مع أكثر من فئة (وزارة الخارجية والمغتربين، الأكاديميين) المتخصصين بالشأن الرقمي والدولي إضافة إلى استخدامي لأداة تحليل المضمون.

من الجدير ذكره أن معظم الدراسات السابقة قد اعتمدت على المراجع المطبوعة والإلكترونية وأغلبها لم تلجأ الى استخدام أداة تحليل المضمون، كما وأن الدراسات السابقة لم تربط مجال العلاقات العامة بالدبلوماسية الرقمية والسياسة الخارجية.

2.2 الجانب النظري للدراسة

في هذه الدراسة تم اختيار نظرية وضع الاجندة كونها تعتبر من أهم نظريات العلاقات العامة من جانب، ومن جانب آخر فهي ترتبط بشكل وثيق بأهداف الدراسة والتساؤل الرئيسي لها، كما وقررت أيضاً الاعتماد على النموذج الذي يتم اتباعه عند إصدار التقرير السنوي للدبلوماسية الرقمية، حيث أن النموذج يتضمن أربع معايير لتقييم أداء الدبلوماسية الرقمية الفلسطينية وهي الحضور والتخصيص (المحتوى) ومستوى التفاعل والمواكبة، بالإضافة إلى ذلك سيتم الاعتماد على الاستمالات الاقناعية في الدراسة.

أوضح أدناه نظرية وضع الأجندة، والاستمالات الاقناعية، ومعايير التقييم التي يصدر التقرير السنوي للدبلوماسية الرقمية بناءً عليها:

2.2.1 نظرية وضع الاجندة

سيعتمد الباحث في دراسته على نظرية وضع الاجندة والتي تعد من أهم نظريات العلاقات العامة كونها ترتبط بأهداف البحث والتساؤل الرئيسي لموضوع الدراسة بشكل قوي حيث عرفها (STEPHEN BATROSON) على أنها العملية التي تبرز فيها وسائل الاعلام قضايا معينة على أنها قضايا مهمة، وتستحق ردود الحكومة والجمهور من خلال إثارة انتباههم لتلك القضايا بحيث تصبح ذات أولوية ضمن أجندتهم، وإن الفرد الذي يعتمد على وسيلة إعلامية ما ويتعرض لها سوف يكيف إدراكه وفق لأهمية القضايا المنسوبة لقضايا تلك الوسيلة وموضوعاتها وبشكل يتوافق واتجاه عرضها وحجم الاهتمام الممنوح لها في تلك الوسيلة.(الحמיד، 2004، صفحة 95)

أن الفرضية الرئيسية للنظرية تتجسد بالاتفاق بين ترتيب أجندة وسائل الاعلام وترتيب أجندة الجمهور للاهتمام بالقضايا والموضوعات الإعلامية وذلك يعني وجود ارتباط إيجابي لكل من الوسيلة والجمهور، مما يشير بدوره إلى دور وسائل الاعلام في ترتيب أولويات اهتمام الجمهور بالقضايا والموضوعات المطروحة بنفس الترتيب الذي تعطيه الوسائل لهذه القضايا والموضوعات.

كما وأضيف أن لنظرية وضع الاجندة العديد من الفروض الجزئية وهي على النحو الاتي:

- تبني النظرية على افتراض أن لوسائل الاعلام تأثير قوي على العامة أو الجمهور.
- إن الاتصال يبدو كعملية تركز على المرسل كمحور رئيسي.
- تفترض النظرية أن الصحفيين ومصادرهم المختلفة والجمهور يفسرون الخبر او القضية بنفس الطريقة أو بطريقة مشابهة تماماً.(مزاورة، 2012)

من الجدير بالتوضيح أن هذه الدراسة تقوم على قياس أجندة الوزارة وطبيعة الرسائل التي تبثها حسب الأحداث التي تحصل على أرض الواقع ومدى ارتباطها بالجمهور المتلقي لهذه الرسائل، وبناءً على ذلك لم يتم استخدام الفرضيات الجزئية لنظرية وضع الاجندة بل تم الاعتماد فقط على الفرضية الرئيسية للنظرية، كون الفرضيات الجزئية لها تحتاج لدراسات أكثر عمقاً ومجتمع دراسة آخر متصل بالجمهور المتلقي وهذا يعتبر بعيداً عن التساؤل الرئيس لموضوع الدراسة.

2.2.2 معايير التقييم

أوضح أن هذه المعايير تعتبر المعايير الرئيسية التي يتم إصدار تقارير الدبلوماسية الرقمية السنوية بناءً عليها من قبل المراكز العالمية المتخصصة في المجال مثل: مركز إسطنبول للشؤون الرقمية، إضافة إلى أن كافة الدراسات المتعلقة بالدبلوماسية الرقمية تتمحور في تفاصيلها ويتم بناؤها بالاعتماد على هذه المعايير، ولهذا السبب أوضح أن الدراسة الحالية اعتمدت على هذه المعايير بشكل أساسي.(العال، 2018)

• المعيار الأول: الحضور والتواجد

أن معيار الحضور والتواجد يعتبر معياراً أساسياً عند استخدامنا لمصطلح الدبلوماسية الرقمية وهو مرتبط بالدبلوماسية الرقمية بشكل وثيق كون الدبلوماسية الرقمية في جوهرها تحمل معنى استخدام منصات التواصل الاجتماعي والأدوات التقنية الجديدة للتأثير في الجماهير المحلية والأجنبية، وهنا أقصد تنوع وحجم التواجد والحضور الرقمي لوزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية عبر الفضاء الالكتروني بشكل عام ومواقع التواصل الاجتماعي بشكل خاص.

• المعيار الثاني: التخصيص

أن معيار التخصيص يدل على المحتوى والمضمون الذي يتم نشره، ومعرفة الى أي مدى يستطيع ممارسين الدبلوماسية الرقمية في وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية تخصيص

الجمهور المخاطب حسب هدف الرسالة الإعلامية المراد إيصالها، إضافة إلى عناصر الأبداع والتشويق التي تتضمنها منشورات الوزارة.

• المعيار الثالث: مستوى التفاعل

أن معيار مستوى التفاعل يدل على مستوى تفاعل الجمهور المستهدف مع الرسائل الإعلامية التي يتم بثها عبر المنصات الرقمية التابعة لوزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية، وكما هو معروف أن التفاعل يعتبر من أهم خصائص الاعلام الجديد ويعود السبب في ذلك إلى أن الاتصال ذو اتجاهين أكثر فاعلية في التأثير على الجمهور، ويتم قياس هذا المعيار من خلال رصد عدد المتابعين للمنصات الرسمية لوزارة الخارجية، إضافة الى عدد المشاركات والإعجابات والتعليقات.

• المعيار الرابع: المواكبة

أن معيار المواكبة يدل على مستوى مواكبة وزارة الخارجية والمغتربين في استخدام أدوات دبلوماسية رقمية جديدة، أي أنه وبالمعنى الأوسع يدل على مواكبة آخر التطورات في المجال الرقمي.

2.2.3 الاستمالات الاقناعية

سأعتمد في الدراسة وبالتحديد في عملية تحليل الرسائل التي تبثها وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية على الاستمالات التي يتم استخدامها في عملية اقناع الجمهور لمعرفة مدى استخدام الوزارة لهذه النوعية من الاستمالات، وهي على النحو الاتي:(حمد، 2012)

- **الاستمالات العاطفية:** يستهدف هذا النوع من الاستمالات إحداث التغيّر لدى الجمهور المُتلقي بانفعالاته وإثارة الأمور الاجتماعية والنفسية، بالإضافة إلى مخاطبته بشكل مباشر بما يحقق الوظيفة الأساسية للقائم بعملية الاتصال، وتعتمد الاستمالات العاطفية على الرموز والأساليب اللغوية، والشعارات ودلالات الألفاظ والمصادر.
- **الاستمالات العقلانية:** يعتمد هذا النوع من الاستمالات على التوجّه إلى متلقي الرسائل وتقديم البراهين والأدلة المنطقية والآراء المختلفة وإظهار جوانبها، مثل المعلومات والأحداث وتقديم الإحصاءات والأرقام.

- **استمالات التخويف:** تعمل استمالات التخويف بشكل أساسي على تحفيز التأثير العاطفي لدى متلقي الرسائل، مثل توبيخ الناس من شيء معين، كما وتعمل على تعزيز قدرة الجمهور المتلقي للاستجابة للرسائل من خلال شدة الانتباه، حيث أنها تُشكّل دافعاً لدى المتلقي للاستجابة لمضمون الرسائل، كذلك تنبؤ الفرد لتجنبه للمخاطر وتقليل التوتر عند الاستجابة لمحتوى الرسائل.

2.3 العلاقات العامة

إن مصطلح العلاقات العامة تم استخدامه في أواخر القرن التاسع عشر ولكنه بالواقع أصبح في منتصف القرن العشرين أكثر شيوعاً واستخداماً، بمعناه الحديث أن ممارسة العلاقات العامة في عصرنا الحالي يعتبر نشاط ذو أهمية بالغة، وذلك من منطلق أن العلاقات العامة تساعد في الكشف عن أهم الأسس والمبادئ التي تربط المؤسسات ببعضها البعض من ناحية ومع جماهيرها المختلفة من ناحية أخرى.(امام، 1968)

كما وأوضح أن العلاقات العامة في أي مؤسسة سواء كانت حكومية أو خاصة، ربحية أو غير ربحية يقع على عاتقها بشكل دائم مساعدة رأس الهرم والإدارة العليا في عملية رسم سياسات المؤسسة واتخاذ القرارات التي تؤثر بشكل إيجابي وفعال في المجتمع من مبدأ أن العلاقات العامة تعتبر حلقة الوصل الرئيسية بين جميع الأطراف في المؤسسة داخلياً وخارجياً.(امام، العلاقات العامة والمجتمع_مصدر سابق، 1968)

وحول تعريف العلاقات العامة لم يجمع الباحثون والمفكرون والخبراء في مجال العلاقات العامة على تعريف واحد للعلاقات العامة فقد تعددت التعريفات، فالخبير في المجال ادوارد بيرنز عرفها على أنها "التوسل بالمعلومات عن طريق الإقناع والملائمة بين سياسات المؤسسة واتجاهات الجمهور من أجل الحصول على التأييد العام لنشاطات المؤسسة وأهدافها".(بيرنز، 1959، صفحة 11)

كما وبدوره عرفها الدكتور محمود الجوهري الذي كان يحمل صفة رئيس جمعية العلاقات العامة العربية بأنها "مسؤوليات وأنشطة الأجهزة المختلفة في الدولة سواء كانت سياسية أو عسكرية أو اقتصادية أو اجتماعية بهدف الحصول على تأييد وثقة الجماهير من خلال الأداء الناجح والأخبار

الصادقة في جميع مجالات العمل وفقاً للتخطيط العلمي السليم حتى يصبح عملها مرشداً ومميزاً في بناء الوطن ورسم سياساته في إطار ميثاقها الوطني". (الجوهري م.، 1968، صفحة 58)

كما وأشار إلى أن المعهد البريطاني عرفها على أنها "الجهود الإدارية المخططة والمستمرة لبناء وصيانة وتدعيم التفاهم المتبادل بين المؤسسات وجماهيرها"، إضافة إلى الكثير من التعريفات. (Pat bow man, 1969)

أوضح أنه ورغم التعريفات الكثيرة والمتنوعة للعلاقات العامة إلى أنها بمجملها ومضمونها تؤكد أن العلاقات العامة عبارة عن نشاط يهدف بالمحصلة النهائية إلى تحقيق التفاهم والتعاون بين المنظمة وجماهيرها، بالإضافة إلى أنها تعتبر وظيفة إدارية واتصالية وإعلامية بالتالي تعتبر العلاقات العامة نشاط إعلامي ذو اتجاهين، الاتجاه الأول هو بين المنظمة وجماهيرها عن طريق البرامج الإعلامية التي تبث إلى الجمهور، والاتجاه الثاني من الجماهير إلى المنظمة من خلال قيام دوائر العلاقات العامة في المنظمات بتقييم الرأي العام للجماهير، ومن هذا المنطلق فإن العلاقات العامة تعد من أهم الوظائف بالنسبة للمنظمات كونها تعمل على توثيق علاقاتها مع الجماهير مما يؤدي بدوره إلى خلق صور إيجابية للمنظمة أمام جمهورها من ناحية، ومن ناحية أخرى تنقل اتجاهات الجمهور ورغباته إلى الإدارة العليا للمنظمة بصورة صادقة.

2.3.1 العلاقات العامة النشأة والتطور

يعتبر الرئيس الأمريكي الثالث توماس جيفرسون أول من استخدم مصطلح العلاقات العامة وذلك في عام (1802) خلال توجيه رسالته السابعة التي أدلى بها أمام الكونغرس الأمريكي في ذلك الوقت، وأعيد استخدام هذا المصطلح في عام (1882) من قبل المحامي الأمريكي دورمان أيتون وذلك خلال إلقائه محاضره بعنوان العلاقات العامة والمهن الشرعية أمام الطلبة في مدرسة بيل للقانون، كما وتم استخدام هذا المصطلح فيما بعد عام (1908) من قبل رئيس شركة التلغراف والتلغراف الأمريكية تيودرفيل ضمن تقرير الشركة الذي أكد محتواه على ضرورة مراعاة مصالح جماهير الشركة. (جرادات و شامي، 2018)

وشهد العام (1919) ازدياد في انتشار الأبحاث والنشرات التي تخص العلاقات العامة، بالإضافة إلى أنه تم انشاء العديد من جمعيات العلاقات العامة مثل المعهد البريطاني للعلاقات العامة

وجمعية العلاقات العامة الأمريكية، كما وزاد بشكل ملحوظ عدد المعاهد والكليات التي تقوم بتدريس برنامج العلاقات العامة في شتى أنحاء العالم.

ومن الجدير بالذكر أن إيفي لي الملقب بأبو العلاقات العامة ساعد بشكل كبير على تطوير العلاقات العامة وإرساء قواعدها ومبادئها، ويليه في ذلك إدوارد بيرنرز الذي يعد أول من استخدم عبارة مستشار العلاقات العامة عام (1920). (عجوة، 1998)

2.3.2 سمات العلاقات العامة

تتسم العلاقات العامة بشكل عام بالعديد من السمات التي أذكر أهمها في هذه الدراسة، فالسمة الأولى للعلاقات العامة هي أنها تعتمد بشكل أساسي في نشاطها على مبادئ الصدق والأمانة وذلك من خلال عملية الاتصال بين المؤسسات وجماهيرها، بحيث أن العلاقات العامة تقوم بنقل خطط وسياسات وأهداف المؤسسة إلى الجماهير بوضوح وصادقة وحقيقية، كما تقوم أيضاً بنقل آراء الجمهور للمؤسسة بمصادقية عالية، وبالمحصلة يوضح الباحث أن العلاقات العامة نشاط اتصالي ذو اتجاهين كما أوضح سابقاً.

كما وتتسم العلاقات العامة أيضاً بأنها تلعب دوراً هاماً في عملية الإقناع وكما هو معلوم أن للصدق والأمانة دور هام جداً في عملية الإقناع وبنفس الوقت فإن الصدق والأمانة من أهم المبادئ الأساسية التي يقوم عليها عمل ونشاط العلاقات العامة كما أسلف الباحث سابقاً، بالتالي فإن عملية الإقناع في العلاقات العامة لا تعتمد على الكلام الفصيح فقط، بل تعتمد بشكل كبير على الأساليب العلمية في عملية التأثير على الجمهور، أي أن العلاقات العامة نشاط يعتمد على الحقائق والأرقام ودراسة الجماهير ومعرفة اتجاهاتها ورغباتها وأفكارها للتأثير بها بالشكل الصحيح والمناسب، بشكل مختصر إن العلاقات العامة بحاجة إلى الاستعانة الدائمة بالعلوم التطبيقية مثل العلوم الإحصائية والاجتماعية وبدون ذلك عملها لا يكون له أي تأثير وفاعلية ولا تحقق ما تسعى إليه من أهداف.

كما وتتسم العلاقات العامة أن عملها ونشاطها يعتمد على الجماهير حيث أنها تعمل بشكل أساسي على تكوين الرأي العام اتجاه المنظمة، ومن هذا المنطلق ومن أجل الوصول إلى تكوين الرأي العام فإن العلاقات العامة من الضروري أن تعمل بين الجماهير لكي تستطيع تحليل أفكاره وآراءه. (جرادات و الشامي، 2018)

2.3.3 المبادئ الأساسية للعلاقات العامة

أن أهم المبادئ الأساسية التي يقوم عليها عمل العلاقات العامة هي على النحو الآتي: (جرادات و الشامي، 2018)

1. إن العلاقات العامة بطبيعتها تعتبر وظيفة إدارية مخططة ومستمرة، وهي كما الوظائف الإدارية الأخرى تمر عبر مراحل التخطيط والبحث والتنظيم والتنسيق والتقييم.

2. إن العلاقات العامة تقوم بين طرفين أو أكثر وتأخذ طابع قوة الفاعلية والحيوية والاستجابة المباشرة للأحداث والفهم المتبادل والإيجابية، كما وتتصف العلاقات العامة أنها عمل إداري اتصالي إعلامي في أن واحد كونها تنقل وجهة نظر المنظمة للجمهور والعكس صحيح، ومن الجدير بالذكر أنها عملية اتصال ذو اتجاهين.

3. إن عمل العلاقات العامة يشمل جميع المنظمات والمؤسسات العامة والخاصة سواء كانت سياسية أو اجتماعية أو اقتصادية بالتالي عملها لا يقتصر على منظمات أو مؤسسات من فئات معينة فقط.

4. يوجد ارتباط وثيق بين نشاط العلاقات العامة والرأي العام، لأن نشاط العلاقات العامة قائم بحد ذاته على وجود جمهور، فلا يمكن أن يكون هنالك أي نشاط للعلاقات العامة دون وجود الجمهور الذي بدوره يشكل الرأي العام، فالعلاقات العامة تعمل بشكل رئيسي على تبادل وتعزيز التفاهم مع الرأي العام لكسب ثقته وتأييده، وبالتالي عند وجود قيمة وأهمية للرأي العام بالنسبة لإدارة المؤسسة يكون عمل العلاقات العامة أكثر فعالية في المؤسسة.

5. إن العنصر الأخلاقي يحتل مكانه هامه جدا في عمل العلاقات العامة كونها تقوم على قيم أخلاقية كبيرة مثل الصدق والأمانة والإخلاص والاحترام المتبادل بين جميع الأطراف.

6. إن العلاقات العامة في أي مؤسسة يجب أن تحتل مكانة هامة في الإدارة العليا لأن برامجها يجب أن تكون متناسقة مع سياسات المؤسسة.

2.3.4 أهداف العلاقات العامة

إن أي مؤسسة أو منظمة سواء كانت رسمية أو غير رسمية تحتاج دائماً في كل الأوقات إلى أن يكون لديها أهداف واضحة ومحددة قابلة للقياس والتقييم تسعى إلى تحقيقها من خلال أعمالها ونشاطاتها، كذلك الأمر في مجال العلاقات العامة فهي لها أهداف واضحة ومحددة تسعى إلى تحقيق أهداف المؤسسة أو المنظمة التي تعمل ضمنها، أي أن هنالك رابط قوي بين أهداف المؤسسة وأهداف العلاقات العامة.

كما أوضح المختصون أن للعلاقات العامة أهداف كثيرة ومتنوعة، حيث أن رئيس مجلس إدارة شركة جنرال موتورز قام بتحديد العديد من أهداف العلاقات العامة من ضمنها بناء السمعة الجيدة والصورة الذهنية الإيجابية لنشاطات المؤسسة أمام الجمهور، وإبراز مكانة المؤسسة عن طريق العمل على زيادة شهرتها من خلال تعريف الجمهور بالخدمات والنشاطات التي تقدمها المؤسسة، كما وأضاف الخبير الأمريكي في مجال العلاقات العامة فيليب ليزي العديد من أهم أهداف العلاقات العامة منها كسب ثقة المواطنين، والسعي إلى رفع مكانة المنظمة، والحصول على ثقة المساهمين، وبناء علاقات طيبة مع المجتمع المحلي، وتحسين علاقة المؤسسة مع وسائل الاعلام المختلفة والمؤسسات الأخرى، إضافة إلى تقديم النصيحة والمشورة للإدارة العليا في الأمور التي تتطلب ذلك. (توفيق، 1988، صفحة 27)

وفي سياق متصل فإن أبرز أهداف نشاط العلاقات العامة في الدول النامية هي على النحو الاتي: (جرادات و الشامى، 2018)

1. تحقيق الاتجاه الديمقراطي في الدولة من خلال توجيه أنظار الجماهير للمشاكل العامة التي تتعلق بالدولة وإفساح المجال إليهم لإبداء آراءهم في تلك القضايا.

2. العمل على تنمية الشعور الوطني والقومي لدى الجماهير من خلال شرح الأهداف والاتجاهات العامة للدولة على صعيد كافة المجالات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية، مما يؤدي إلى زيادة اهتمام المواطنين بشؤون دولتهم.

3. تعريف المواطنين بأهداف التنمية القومية والخطط التي تم تحديدها ووضعها من أجل تحقيقها وتوضيح دور المواطنين وما يتوجب عليهم تقديمه لتحقيق الارتفاع بمستوى الخدمات العامة من أجل ضمان تحقيق تقدم وتطور الدولة.

4. العمل على تحقيق التعاون بين مؤسسات الدولة والمؤسسات الغير رسمية والحفاظ على استمرارية التعاون.

5. العمل على إصدار المجلات الدورية والنشرات الإعلامية من خلال تقوية العلاقة مع المجلات والصحف ووسائل الإعلام المختلفة.

6. العمل على إظهار المؤسسات بصورة لائقة أمام الوفود والزوار من خلال تنظيم برامج زيارتهم وتوفير كافة السبل الراحة المتاحة لضمان تسهيل زيارتهم.

7. تنظيم إجراء الاحتفالات التي تخص كافة المناسبات الوطنية والدينية والتنسيق مع كافة الأطراف الأخرى.

أرى أن جميع الأهداف التي تم طرحها أعلاه تؤكد ان العلاقات العامة في المنظمة تلعب دوراً كبيراً وحيوياً يشمل جميع أنشطة المنظمة ومجالاتها على كافة الأصعدة الداخلية والخارجية والمحلية، كما وأضيف من خلال دراسة أهداف العلاقات العامة أن الهدف الرئيسي هو تحقيق السمعة الجيدة عن المؤسسة وكسب ثقة الجمهور وتأييده، وهنا أؤكد أن العلاقات العامة ليست مسؤولية فردية تقع على عاتق قسم واحد أو إدارة واحدة في المؤسسة، بل أنها مسؤولية مشتركة تقع على عاتق جميع الأقسام والعاملين لأن تكوين السمعة الجيدة أمر يخص الجميع ولا يمكن بأي شكل من الاشكال أن يتم إدارة سمعة المؤسسة بشكل فردي، كما أشير إلى أن أهداف العلاقات العامة تتميز بالسلاسة والمرونة وقابلة للتغير حيث أن أهداف العلاقات العامة تختلف بين مؤسسة وأخرى انسجاماً مع أهداف المؤسسات وطبيعة أعمالها .

2.3.5 أهمية العلاقات العامة

إن نشاط العلاقات العامة أصبح في عصرنا الحالي ضرورة ملحة، في الوقت السابق كانت العلاقات العامة تعد إحدى وظائف الإدارة التي تقتصر على شؤون التنظيم والإشراف وتحديد المسؤوليات في المنظمات المختلفة، ولكن في عصرنا الحالي فهي تعتبر وظيفة تشمل جميع مسؤوليات المنظمة، فالعلاقات العامة إضافة إلى ما تم ذكره تعتبر وظيفة تحافظ على العلاقة التي تربط الجمهور بالمنظمة من خلال الاتصال الصادق الذي يهدف إلى تنظيم العلاقات بين الطرفين على أساس الثقة والتفاهم المتبادل، كما أنها تقوم بدراسة سلوك الأفراد والجماعات ومعرفة العوامل المؤثرة بسلوكياتهم.(الجوهري م.، 1964)

تتبع أهمية العلاقات العامة أيضاً منطلق أن المسؤولين وأصحاب القرارات في المنظمات يقع على عاتقهم أن يقوموا بإبلاغ الجماهير عن سياساتهم قبل أن يتم إقرارها لكي يتعرفوا على اتجاهات الرأي العام للجمهور من جهة، ومن جهة أخرى أن يقوموا بأقناع الجمهور ومناقشته بوجهه نظرهم، ومن الجدير بالذكر أن هذا الأمر متبع بشكل أكبر في الدول التي تأخذ الطابع الديمقراطي (الدول الديمقراطية)، لأن الدول الديمقراطية تعتمد في إدارتها والقيام بمهامها وواجباتها على مدى رضى الجمهور وتعاونهم، وهذا ما أكد عليه الخبير في مجال العلاقات العامة هيربرت سيمون حيث أنه قال "يجب على الإدارات الحكومية أن تقوم بنشاط إخباري واسع لكي تقوم بتعريف الجمهور عن النشاطات التي تقوم بها من خلال بث كمية كبيرة من المعلومات لهم عن جميع الأنشطة والخدمات التي تقدمها" إضافة إلى أنه يجب لفت انتباه الجمهور للقيام بواجباته اتجاه الأنشطة والخدمات التي تقوم بها الإدارات. (Herbert A.simon, 1960, p. 415)

وفي سياق متصل أرى أنه ولتلبية رغبات الجماهير كما هو في الدول الديمقراطية أهمية بالغة، حيث أن المواطنين في هذه الدول يمارسون أعمالهم بإخلاص وتضحية، وهذا لأنهم يؤمنون أن حكوماتهم تهتم بمصالحهم وهذا في النتيجة يؤدي إلى تقوية الدولة وزيادة تلاحمها مع مواطنيها.

كما أوضح أيضاً إلى أن أهمية العلاقات العامة تأتي نتيجة لتقدم المجتمعات وتطورها حيث أصبح الفرد في المجتمع يشكل قوه وأصبح رأيه ذو أهمية بالغة حيث تكون آراء الأفراد في المجتمع بما يسمى (الرأي العام)، إن للرأي العام دور أساسي في إنجاح الحكومات أو لإسقاطها وبناءً على ذلك أصبحت الحكومات تهتم بالرأي العام بشكل كبير جداً، حيث أنها تقوم بشرح سياستها للجمهور وذلك لكسب ثقته وتأييده ولتحسين صورتها وسمعتها في أذهان الجمهور.

وتبرز أهمية العلاقات العامة أيضاً نتيجة لتطور وتقدم وسائل الاتصال المختلفة، بشكل أو بآخر إن عملية الاتصالات تلعب دوراً هاماً في تعقيد أو تسهيل قيام الأفراد بأعمالهم ومهامهم، كما وأن وسائل الاتصال تعد جوهر عمل العلاقات العامة حيث أنها تعمل على تحقيق التفاهم والتعاون المشترك بين المنظمات وجماهيرها سواء كانت الجماهير الداخلية والخارجية، وبالتالي تساعد العلاقات العامة على تعزيز التعاون مع كافة الأطراف في سبيل تحقيق أهداف المنظمات، وتقوم العلاقات العامة في المنظمات ومن خلال وسائل الاتصال المختلفة بأنشاء أقوى الروابط وإيصال المعلومات والأخبار عند وقوعها وبالسرية القصوى وبصوره صادقة ودقيقة، ومن هنا

فإن تطور وسائل الاتصالات ساهم بشكل كبير في تعزيز أهمية نشاط العلاقات العامة وزيادة الاهتمام به عملياً واكاديمياً. (وكر، 1967)

في نهاية المطاف أرى أن للعلاقات العامة أهمية بالغة في كافة المجالات حيث أنها تساهم وبشكل كبير في إقامة أقوى العلاقات بين المؤسسات وجماهيرها، كما وأنها تساهم أيضاً في بناء وسم صورة ذهنية إيجابية لدى الجماهير إضافة إلى كونها وظيفة إدارية تعمل على تنظيم وتحديد المسؤوليات والإشراف في المؤسسات.

2.4 العلاقات العامة الرقمية

إن ظهور شبكة الانترنت كان له إثر كبير في إحداث التطورات على الطرق التي يتواصل بها ممارسي العلاقات العامة مع الجمهور، فظهور الإنترنت وتطور مجال الإعلام والتواصل ساهم بشكل كبير في عملية التفاعل "الاتصال ذو اتجاهين" بين ممارسي العلاقات العامة والجماهير، فأصبحت العلاقات العامة بشكلها الرقمي أي (العلاقات العامة الرقمية) أكثر تنوعاً وشمولية من العلاقات العامة التقليدية، وهذا الأمر أعطى ممارسين العلاقات العامة في المؤسسات إمكانيات كبيرة تساعدهم في إيصال رسائلهم إلى الجمهور المستهدف بفاعلية. (عياد و فاروق، 2017)

وبدوره عرف ديفيد فيليبس العلاقات العامة الرقمية أنها "التوجه الإداري والاتصالي لأنشطة العلاقات العامة ومزاولتها عبر استخدام شبكة الانترنت والتقنيات الرقمية لتحقيق أفضل أساليب الاتصال الفعال مع جمهور المؤسسة، وبناء الصورة الإيجابية عن طريق الإعلام والمعلومات الصادقة". (فيليبس، 2006، صفحة 2)

أرى أن عملية الاتصال تعتبر جوهر عمل العلاقات العامة، وتم تعريف عملية الاتصال على أنها "عملية نقل الأفكار أو الآراء أو المعلومات وتبادلها بين طرفين أو أكثر من ذلك من خلال الطرق المباشرة أو الغير مباشرة، باستخدام وسيلة اتصال أو أكثر". (مصطفى، 2007، صفحة 178)

كما وأوضح أنه وفي إطار عمل العلاقات العامة قد تم تعريف الاتصال على أنه "عملية توصيل الحقائق والمعلومات والأفكار إلى الجماهير وذلك للتأثير فيه بشكل يضمن الحصول على تأييد الجماهير للمنظمة"، ومن هذا المنطلق فإن الاتصال يكون ذو اتجاهين من المنظمة للجماهير ومن الجماهير إلى المنظمة ليكون أكثر فاعلية.

كما وقال جيفنكز أن "العلاقات العامة بحد ذاتها نشاط يتكون من جميع أشكال الاتصالات المخططة تجاه الداخل والخارج بين المنظمة وجمهورها وبالعكس وذلك في سبيل تحقيق أهداف محددة تتعلق بالفهم المشترك". (العلاق، 2009، صفحة 27)

وكما أسلفت سابقاً أن وظيفة تحسين سمعة المؤسسة وشرح سياستها إلى الجمهور تعتبر من أهم الأهداف التي تسعى العلاقات العامة إلى تحقيقها، وكل ذلك لا يمكن تحقيقه إلى بالاستعانة بوسائل الاتصال، ولهذا السبب تعد وسائل الاتصال جوهر وأساس عمل العلاقات العامة حيث أنه ومن خلالها يتم تحقيق التفاهم المشترك بين المنظمة وجمهورها الداخلي والخارجي.

إن العلاقات العامة الرقمية تختلف بشكل كبير عن العلاقات العامة التقليدية وهي تعد أفضل بكثير منها، ويعود السبب في ذلك إلى أن العلاقات العامة الرقمية تجمع أسرار وأصول العلاقات العامة التقليدية إضافة إلى كونها تحظى بمعرفة تقنيات الإنترنت وأسراره.

بالمحصلة فإن ظهور شبكة الإنترنت والثورة الإلكترونية أحدثت تطورات كبيرة في استخدامات العلاقات العامة، وأضافت على العلاقات العامة العديد من القيم الهامة مثل الثقة والمرونة والتواصل والتفاعل، بشكل أو بآخر نستطيع القول إن الإنترنت ساهم بشكل أساسي في ظهور مصطلح حديث في علم العلاقات العامة وهو العلاقات العامة الرقمية. (محمد، 2017)

بدوره أكد أن هذا العلم الحديث يتطلب تصور واضح وفهم عميق من قبل ممارسين العلاقات العامة من ناحية كيفية توجيه الرأي العام وإدارة السمعة من خلال التوظيف المناسب لتقنيات الاتصال الحديثة في مجال العمل.

2.4.1 وظائف العلاقات العامة الرقمية

تقوم العلاقات العامة الرقمية بالعديد من الوظائف المتنوعة وأهمها: (خلوف، 2018)

1. تعتبر العلاقات العامة الرقمية أداة اتصالية وترويجية للخدمات والمعلومات التجارية والسياسية والسياحية والاقتصادية وفي كافة المجالات.

2. تتولى العلاقات العامة الرقمية عملية الإنتاج الإلكتروني للمواد الإعلامية وتتولى دور توزيع هذه المواد بشكل يعبر عن توجهات المؤسسة وأهدافها، وبالتالي تساهم في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة.

3. تتولى العلاقات العامة وظيفة الاتصال الخارجي بالجمهور العام والمراسلين ووسائل الإعلام وجميع المؤسسات والأجهزة التي تربطها علاقات عمل مع المؤسسة وذلك عن طريق وسائل الاتصال الحديث مثل البريد الإلكتروني وغيره، إضافة إلى وظيفة الاتصال الداخلي في المؤسسة مع المسؤولين والموظفين والعاملين لتوفير المعلومات والأخبار لهم.

4. تعد العلاقات العامة الرقمية وسيلة اتصال تفاعلي وذلك من خلال مشاركة الجمهور ومناقشته عبر غرف الدردشة المتاحة عبر التطبيقات مثل تطبيق واتساب.

5. تعتبر العلاقات العامة الرقمية بمثابة مركز لتقديم المعلومات إلى الجمهور.

2.4.2 استخدامات العلاقات العامة الرقمية

أوضح أن للعلاقات العامة الرقمية الكثير من الاستخدامات وفي هذه الجزئية أذكر أهمها وهي على النحو التالي:(الشفيق، 2008، صفحة 8)

1. تصميم وإنشاء موقع الكتروني للمؤسسة وهو أمر في غاية الأهمية كون الموقع الإلكتروني بمثابة الأداة الجوهرية للاتصال بجماهير المؤسسة أو المنظمة.

2. إجراء البحوث أو الاستفتاءات أو قياس الرأي العام عن طريق إجراء المقابلات مع الفئة المستهدفة من خلال الشبكة العنكبوتية بواسطة الاتصال التلفوني أو البريد الإلكتروني أو التصويت في موقع المنظمة، وغيرها من الوسائل كما وإن جميع ما ذكر يتم بأقل جهد وتكاليف.

3. الاطلاع على مواقع المنظمات والشركات المنافسة والتعرف على النشاطات التي تقوم بها وطبيعة الخدمات التي تقدمها.

4. الإستغلال الأمثل للبيانات والمعلومات والأخبار المحفوظة على شبكة الإنترنت واستخدامها في إعداد نشرات المنظمة ومطبوعاتها.

5. التعرف على الصورة الذهنية المتكونة في أذهان الجمهور من خلال الاطلاع على ما يتم نشره من قبل وسائل الإعلام والجمهور العام.

6. استخدام وسائل الاتصال المختلفة مثل البريد الإلكتروني أو مجموعات عبر قناة الواتساب للاتصال الداخلي بين أعضاء المنظمة، بالإضافة إلى الاتصال مع الجمهور الخارجي.

2.4.3 وسائل العلاقات العامة الرقمية

إن العلاقات العامة الرقمية تتبع مجموعة من الأساليب المتنوعة لبناء وتطوير العلاقات بين المنظمات وال جماهير عبر شبكة الإنترنت، وفي هذا السياق يذكر الباحث أهم الوسائل المتبعة في عملية التواصل وهي على النحو الآتي: (الجوهر م.، 2013، صفحة 206)

1. **الموقع الإلكتروني:** تقوم العلاقات العامة في أي منظمة في العصر الحالي عصر التكنولوجيا ببناء المواقع الإلكترونية على شبكة الانترنت، كما ويعكس الموقع الإلكتروني لأي منظمة الصورة الرسمية عنها، وتقوم العلاقات العامة أيضاً بإدارة العلاقات مع الجماهير إلكترونياً من خلال الموقع الإلكتروني.

2. **الرسائل الإخبارية الإلكترونية:** إن هذا النوع من الرسائل متبع من غالبية المنظمات الحديثة في الاتصال مع جماهيرها، كما وتعتبر هذه الرسائل امتداد وتطور للرسائل التقليدية، وتتميز بكلفتها القليلة وسرعه وصولها إلى الجماهير.

3. **البريد الإلكتروني:** يعتبر البريد الإلكتروني من أهم الأدوات الرئيسية للعلاقات العامة الرقمية، وتستخدم هذه الأداة الفعالة في إرسال الرسائل الإخبارية لعدد كبير من جماهير المنظمة على نطاق واسع وفي وقت واحد، من الجدير بالذكر أن هذه الأداة من أكثر الأدوات استخداماً عبر الإنترنت.

4. **مواقع التواصل الاجتماعي:** إن مواقع التواصل الاجتماعي في الوقت الحالي أصبحت كثيرة ومتنوعة، كما وأن هذه المواقع تلعب دوراً هاماً لا يمكن الاستغناء عنه في نقل المعلومات والتعليقات والأخبار والآراء من المنظمة إلى الجمهور وبالعكس، ومن أهم المواقع المعتمدة من قبل المنظمات الرسمية والحكومية موقع تويتر كونه يضيف عليه الطابع السياسي لكثرة استخدامه من قبل السياسيين والمؤسسات الحكومية، كما ويعد موقع فيسبوك مهماً للغاية كون الكثير من أفراد الشعوب يمتلكون حسابات خاصة على الموقع.

2.4.4 أسس العلاقات العامة الرقمية

يرى الخبير اللبناني في مواقع التواصل الاجتماعي "طوني أبو غزالي" أن النقلة النوعية المهمة في مجال العلاقات العامة كونها كانت ذات طابع تقليدي وأصبحت حديثاً ذات طابع رقمي أنها تقوم على ثلاث أسس مهمة وهي إعادة توظيف المحتوى عبر الاعلام الاجتماعي، والمواقع

الاجتماعية ودورها المركزي في العمل، والشبكات الاجتماعية وعمل العلاقات العامة.(خلوف، 2018)

يتطرق الباحث إلى الثلاث محاور التي ذكرها الخبير اللبناني بشكل تفصيلي مختصر كما هو موضح أدناه:

• إعادة توظيف المحتوى عبر الاعلام الاجتماعي:

تعرف مواقع التواصل الاجتماعي على أنها مواقع تتيح الفرصة للمنظمات والأفراد إنشاء ملفات تعريفية لهم ومشاركة المعلومات مثل الصور ومقاطع الفيديو والمنشورات المكتوبة، كما وتتيح أيضاً المجال في إبداء الرأي والتعليقات والحوار بين جميع الأطراف.

كما وتتمتع مواقع التواصل الاجتماعي بالعديد من الصفات وأهمها أنها بشكل عام تعتبر وسائل رسمية كونها تمثل المنظمة أو الفرد وغير رسمية لأنها أكثر حرية من الوسائل الأخرى، كما وتعتبر من أكثر الوسائل الفعالة في عملية التواصل والإجابة عن التساؤلات التي تتعرض لها المنظمة من الجمهور، كما وتتيح الفرصة لنشر المحتوى المرئي والمكتوب بأقل التكاليف، كما وتتميز أيضاً أن القائم على إدارة المنصات عبر هذه المواقع لا يوجد لديه القدرة الكافية لكي يتحكم بتعليقات المشاركين وأراءهم التي قد تحمل في بعض الأحيان معنى الانتقاد بالرغم من قدرته على إخفاء أو حذف التعليقات ولكن لا يستطيع التحكم في ذلك الامر بشكل كامل.(فاروق، 2017، صفحة 49)

أشير إلى دراسة حسن الصيفي بعنوان "تبني ممارسي العلاقات العامة للإعلام الاجتماعي في المنظمات الحكومية السعودية" والتي كان مجتمع الدراسة فيها ممارسي العلاقات العامة في المنظمات الحكومية السعودية التي أظهرت النتائج أن ممارسي العلاقات العامة يتفقون أن مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة سهلة في التواصل مع الآخرين وأفضل من غيرها من الوسائل الأخرى، كما وبينت الدراسة أن أغلب المبحوثين في الدراسة يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي في تنفيذ أعمالهم الموكلة إليهم منذ ثلاث سنوات، كما وبينت النتائج أن أكثر الوسائل التي يعتمدون عليها في عملهم كممارسين للعلاقات العامة فيس بوك وتويتر وواتس اب، كما وأجمع المبحوثين أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العلاقات العامة له آثار إيجابية كثيرة ولا يمكن في العصر الحالي الاستغناء عنها، كما وبينت الدراسة أن الجميع أشاد بمواقع

التواصل الاجتماعي لعدة أسباب منها أنها تساعدهم على تكوين علاقات شخصية، ومتابعة آراء الجمهور ورصد اتجاهاتهم، وإجراء استطلاعات رأي إلكترونية. (الصيفي، 2016)

ولهذه الأسباب أرى أنه من الضروري نشر المحتوى كل فترة وأخرى عبر مواقع التواصل الاجتماعي لما لها من أهمية كبيرة في تحقيق أهداف العلاقات العامة.

• المواقع الاجتماعية ودورها المركزي في العمل:

أن لمواقع التواصل الاجتماعي أهمية بالغة في تسهيل أعمال ومهام العلاقات العامة كما أسلفت سابقاً، مع الأخذ بعين الاعتبار أن هنالك العديد من الاعتبارات التي يتوجب على المؤسسات الانتباه إليها عند استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، ومن أهم هذه الاعتبارات أن مواقع التواصل الاجتماعي يخضع استخدامها لقواعد معينة للاتصالات والاستخدام الأمثل للوسائط المتعددة، بالإضافة إلى طريقة استخدام المواقع تتأثر بالعديد من المتغيرات منها الاجتماعية والاتصالية والتقنية.

وفي هذا السياق أوضح أن لوسائل التواصل الاجتماعي أدوار كثيرة ومؤثرة في حياة المجتمعات وبالتحديد المجتمعات العربية في العديد من المجالات ومنها: (السويدي، 2014، صفحة 23_27)

1. الترفيه والتسلية: إن مواقع التواصل الاجتماعي تتيح الفرصة للأفراد للتسلية كونها تعتبر مواقع ثرية بحكم أنه ينشر من خلالها فيديوهات وأغاني وأفلام ومقاطع فيديو وصور وموسيقى.
2. التجارة الإلكترونية: إن الكثير من الشركات والأفراد يستطيعون من خلال هذه المواقع القيام بعمليات لترويج لسلعهم ومنتجاتهم.
3. زيادة الثقافة وصقل المعرفة: إن هذه المواقع تتيح للأفراد التواصل مع أفراد آخرين من مجتمعات أخرى وبالتالي يفيد ذلك في صقل معرفتهم والتعرف على ثقافات جديدة.
4. الحضور الدائم للمستخدم: إن هذه المواقع تتيح للمستخدم إمكانية نشر أي محتوى في أي وقت سواء كان مكتوب أو مرئي أو مسموع دون أي قيود قانونية أو أخلاقية.
5. كسر احتكار الدولة لوسائل الاعلام: إن مواقع التواصل الاجتماعي وفرت الكثير من قنوات الاتصال والاعلام التي يستطيع الأفراد من خلالها نشر أفكارهم وآراءهم بحرية تامة دون تدخل

الأجهزة المعنية في الدولة بذلك، ونتيجة لذلك فقدت الحكومات سيطرتها التي كانت تفرضها على وسائل الاعلام.

6. التعبير عن الذات: إن مواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام تعكس صورة المستخدم ورؤيته وأهدافه وطموحاته وأفكاره واتجاهاته.

7. مواقع التواصل الاجتماعي ملاذ الأقليات والضعفاء: إن هذه المواقع أتاحت الفرص للكثير من الأقليات في الدول العربية إنشاء صفحات الكترونية عليها، وتقوم هذه الأقليات بشرح ما تتعرض له من اضطهاد إضافة إلى توصيل أفكارها ومطالبها إلى المنظمات والمؤسسات الدولية التي أصبحت تهتم فيها نتيجة لهذا الأمر مثل الأكراد في العراق، كما وأصبحت هذه المواقع منبراً لمن لا منبر له حيث أن كل من لا يستطيع الظهور في وسائل الاعلام يستطيع نشر ما يريده عبرها.

وبالتالي وبناءً على ما سبق نستطيع أن نقول إن مواقع التواصل الاجتماعي أنتجت معطيات جديدة على العديد من المستويات، ومنها تشكيل جماعات ضغط سياسي وتشكيل أحزاب وتحديد تأثيرها وشعبيتها وذلك نتيجة لسهولة التشارك في الآراء من خلال مواقع التواصل.(العبدالله، 2001)

• مواقع التواصل الاجتماعي وعمل العلاقات العامة:

إن مواقع التواصل الاجتماعي تعتبر أهم استراتيجيات للعلاقات العامة الرقمية ولا يستطيع ممارسي العلاقات العامة الاستغناء عنها بأي شكل كان ولا يوجد بديل عن استخدامها أيضاً كون هذه المواقع تمكن الممارسين للعلاقات العامة من التواصل المفتوح والغير محدود مع الجمهور وهذا يمنح المنظمة قيمة مضافة، كما وهناك العديد من القواعد التي يمكن من خلال الاستفادة من خدمات هذه المواقع في مجال العلاقات العامة ومنها استقطاب ودعوة مستخدمين آخرين للاشتراك في منصات التواصل الاجتماعي التابعة للمنظمة، كما ودعوة المشتركين للإعجاب بالمحتوى المنشور عبر الصفحة الخاصة بالمنظمة، ودعوتهم إلى الاشتراك في الرسالة الإخبارية للصفحة وغيرها.(مخلوفي، 2017)

2.5 الدبلوماسية العامة (النشأة والمفهوم)

إن كلمه دبلوماسية تعود أصولها إلى كلمة (دبلوما) اليونانية وهذه الكلمة استخدمت من قبل اليونانيين لتعبر عن الوثيقة التي تمنح لمن يحملها امتيازات محددة، كما ويحمل صاحب هذه

الوثيقة صفة المبعوث، أي أن هذه الوثيقة تتضمن ترتيبات خاصة مع الدول الأجنبية الأخرى، وفيما بعد استخدم الرومان هذه الكلمة دلالة على الوثائق الرسمية مثل جواز السفر بحيث أن الرومان في ما مضى كانوا يقومون بطباعة هذه الوثائق على ألواح حديدية، وفي القرن الخامس عشر أصبح هذا المصطلح يطلق على الأعمال والمهام المرتبطة بالعلاقات الدولية. (القاموس السياسي، 1987)

وفي أواخر القرن الخامس عشر ظهرت أول عملية للتمثيل الدبلوماسي الدائم في إيطاليا وذلك نتيجة نشأة دويلات متعددة داخل إيطاليا تتنافس بين بعضها البعض، حيث أن كل دويلة كانت تسعى للحصول على سيادتها بين الدويلات الأخرى من خلال إقامة تمثيل دائم لها، ومن الجدير بالذكر أن جمهورية فينسيا الإيطالية كانت الدولة الأولى التي أرسلت مبعوث دائم في الخارج، مما دفع الدويلات الأخرى إلى إقامة التمثيل الدبلوماسي فيما بينها، وفي مؤتمر فينا للعلاقات الدولية الذي عقد في عام (1815) تم ترسيم وتحديد أول القواعد الدبلوماسية، حيث كانت هذه الاتفاقية الأولى من نوعها في مجال الدبلوماسية على صعيد العالم أجمع، وكان لهذه الاتفاقية الدور الرئيسي في التأسيس للدبلوماسية، وفي عام (1961) عقدت اتفاقية فينا الثانية للعلاقات الدبلوماسية ونتج عنها إقرار ما يسمى بالقانون الدبلوماسي، كما وكانت هذه الاتفاقية تحت رعاية وإشراف هيئة الأمم المتحدة. (macamy, 1964)

اختلف ممارسي العمل الدبلوماسي والمفكرين بتعريف مصطلح الدبلوماسية ويعود السبب في ذلك إلى أن كل منهم ينظر إلى العمل الدبلوماسي من زاوية محددة، فعلى سبيل المثال قاموس أكسفورد للغة الإنجليزية عرف الدبلوماسية بأنها "تصريف شؤون العلاقات الدولية عن طريق المفاوضات"، وهو الأسلوب الذي يتبعه السفراء والقناصل في رعاية وتنظيم العلاقات الدولية، وهي أيضاً تعتبر فن رجل السياسة، فالمفاوضات التي تجري بشأن عقد معاهدات دولية أو أي مسائل أخرى كانت تعتبر إجراءات دبلوماسية، كما وتحتل المفاوضات مكانة كبير جداً في مجال النشاط الدبلوماسي حتى أن الدبلوماسية عرفت حسب القاموس بمعناها الضيق على "أنها فن إدارة المفاوضات وعقد المعاهدات بين الدول، وبمعناها الواسع على أنها العلم الذي يتناول العلاقات الخارجية للدول والعلاقات الدولية".

أما الفرنسي براديه فوديريه بدوره قال "أن الدبلوماسية فن تمثيل الحكومة ومصالح البلاد لدى الحكومات وفي البلاد الأجنبية والعمل على عدم وقوع أي انتهاك لمصالح وحقوق الوطن في الخارج، وإدارة الشؤون الدولية وتولي المفاوضات السياسية."

كما وعرف الدكتور حامد السلطان الدبلوماسية على أنها "علم وفن معالجة الشؤون الخارجية للدولة، وأن الصورة الحية للعلاقات الدولية هي العلاقات الدبلوماسية كونها تلعب دوراً في غاية الأهمية في العلاقات الدولية لأنه ومن خلال العلاقات الدبلوماسية يمكن توفيق وتقريب وجهات النظر المختلفة، وتسهيل حل المشاكل وتسوية الخلافات بين الدول، ومعالجة كافة الشؤون ذات الاهتمام المشترك بين الدول المختلفة.(الهاشمي د.، 2015، صفحة 101_102)

وفي كتابه القانون الدبلوماسي اعتبر الدكتور علي صادق أبو الهيف الدبلوماسية علم وفن ولكن في نفس الوقت قال الدكتور "أن صفة الفن في الدبلوماسية هي الغالبة على صفة العلم وفسر ذلك قائلاً إنه لا يوجد للعلم أي قيمة حقيقية في مجال الممارسة أو النشاط العملي بدون التمتع بالموهبة اللازمة للاستفادة بالشكل الأمثل منه"، وهذه المواهب مثل حسن التصرف واللباقة في الحديث والذكاء وغيرها.(أبو الهيف، 1977، صفحة 11)

ونتيجة لهذه التعريفات أرى أن مفهوم الدبلوماسية هو مفهوم واسع النطاق وهو يعتبر علم وفن في أن واحد، وأوضح أيضاً أن الدبلوماسية هي علم كونها تفرض على الأشخاص الذين يمارسونها المعرفة الكاملة بالعلاقات السياسية والقانونية القائمة بين مختلف الدول ومصالحها، أما ومن ناحية اعتبار الدبلوماسية فن فذلك لأن الدبلوماسية تقوم على إدارة الشؤون الدولية، ومن هذا المنطلق أشير إلى ضرورة قدرة ممارسي العمل الدبلوماسي على الإقناع والتوجيه ومتابعة المفاوضات، وأن عليهم أيضاً أن يتمتعوا بالعديد من الصفات والمواهب مثل الذكاء ودقة الملاحظة والمهارة في سبيل إدارة الشؤون الدولية بالشكل الأنسب والأمثل .

2.5.1 الدبلوماسية الحديثة

كانت في السابق أدوات الدبلوماسية التقليدية ذات تأثير ضئيل جداً، حيث كانت الأدوات الرئيسية التي تستخدمها الدول للدفاع عن مصالحها القومية تقتصر على المؤامرات والقوة العسكرية، واستمرت الدول في استخدام الدبلوماسية التقليدية حتى نهاية الحرب العالمية الأولى، ومن الجدير

بالذكر أن الدبلوماسية التقليدية تتسم بأنها سرية وتعتمد بشكل كبير أيضاً على العوامل الشخصية. (الهاشمي د، 2015)

أما في الوقت الحالي قد أحدثت التطورات التي شهدتها العالم في القرن العشرين تأثيراً كبيراً على الدبلوماسية، بحيث أن تطور وسائل الاتصال والمواصلات، وبروز ما يسمى بالرأي العام والصحافة زاد عملية التواصل بين الدول المختلفة، وبفضل هذه العوامل انتقلت الدبلوماسية من السرية الى الشعبية والعلنية.

2.5.2 خصائص الدبلوماسية الحديثة

تتمتع الدبلوماسية الحديثة بالعديد من الخصائص والميزات وهي على النحو الاتي:

• الدبلوماسية العلنية:

في القرن العشرين ونتيجة للثورة الاتصالية ونمو الرأي العام وبروز دور المنظمات الدولية والإقليمية تغيرت تركيبة المجتمع الدولي بشكل كامل، حيث أنه وفي البداية كانت تقوم الاتفاقات والمفاوضات بين الدول على أساس من السرية التامة، كما كان يسود نتيجة هذه السرية أجواء غامضة واضطرابيه بين الدول لأن كل دولة تجهل ماذا تخبئ لها الدول الأخرى، أما في الوقت الحالي ونتيجة للنظرة والتركيبية الجديدة للمجتمع الدولي أصبحت المفاوضات والاتفاقات تتم بصورة علنية وذلك استجابة لإرادة الشعوب لأن الدول أصبحت مسؤولة امام شعوبها في كل القرارات والاتفاقات في ظل الديمقراطية التي تعيشها شعوب العالم، باختصار شديد إن الدبلوماسية العلنية تعني عدم وجود اتفاقات سرية، كما ويجب أن تدور المفاوضات بين الدول والحكومات بشكل علني. (مجد، 2015)

• الدبلوماسية البرلمانية:

إن تزايد إحساس الحكومات بمسئوليتها أمام الرأي العام وسيادة النظام الديمقراطي بين الشعوب كما أسلف الباحث سابقاً، بالإضافة إلى زيادة دور السلطة التشريعية في مراقبة كافة أعمال الحكومات بما فيها قطاع السياسة الخارجية، وبما أن الدبلوماسية أصبحت علنية ومفتوحة نتيجة لتطور أنظمة الاتصال الدولية، وبناءً على هذه العوامل فقد ظهرت الدبلوماسية البرلمانية بشكل واضح جداً ضمن السياسات المتبعة من قبل دول العالم. (مقلد، 1991)

• دبلوماسية القمة:

إن هذا النوع من أنواع الدبلوماسية ليس جديداً في تاريخ الدبلوماسية حيث كان يطلق عليها في السابق الدبلوماسية الشخصية، وتعتبر دبلوماسية القمة أنها المؤتمرات واجتماعات القمة التي يقوم بها رؤساء الدول مع بعضهم البعض مثل مؤتمرات القمة العربية التي كانت تعقد كل عام في دوله عربية معينة، ومن الجدير بالذكر أن هذا النوع من الاجتماعات او المؤتمرات يصدر عن مخرجاتها قرارات سياسية هامة أو يتم عقد اتفاقيات تخدم المصالح الوطنية والقومية للدول، كما ومن الممكن أن تعقد هذه الاجتماعات ليس فقط على مستوى رؤساء دول، بل من الممكن أن تعقد على مستوى رؤساء حكومات أو وزراء.

• الدبلوماسية الشعبية:

إن الدبلوماسية الشعبية بشكل عام تعتبر عملية مخاطبة أفراد الشعوب الأخرى بطريقة مباشرة أو غير مباشرة عن طريق استخدام وسائل الاتصال الحديثة مثل الاعلام والمؤتمرات أو من خلال رجال الدين والعلم والثقافة بالإضافة إلى المنظمات المهنية والإقليمية والدولية، وذلك بهدف المساهمة في تشكيل الرأي العام الدولي والحصول على تأييد وثقة الشعوب بما يتناسب مع الأهداف التي تسعى الدولة لتحقيقها بطريقة أخرى هي الطرق التي تستطيع من خلالها الحكومات أو الجماعات أو الافراد التأثير على الاتجاهات العامة، وربما يعكس هذا النوع من العمل الدبلوماسي التقاء جماعة بجماعة أو صحافة بصحافة أو مثقفين بمثقفين أو رجال دين برجال دين من دول مختلفة، ومن الجدير ذكره أن جوهر عمل الدبلوماسية الشعبية هو الدعاية الدولية، كما وتعتبر الدبلوماسية الشعبية فن وابتكار إضافة إلى كونها علماً، وهذا النوع من الدبلوماسية نستطيع القول أنه لا ينجح في جميع الحالات والظروف، ولنجاحه يتوجب وضع خطط موضوعية وجدية بحيث أنه يجب الاعتماد على المنهج العلمي والاستنباط والاستقراء وانتقاء الأساليب والوسائل المناسبة والتوقيت المحدد والمناسب لتحقيق الأهداف المنشودة التي تسعى إليها الدول، إضافة إلى أن الدبلوماسية الشعبية تسعى بدورها ليس فقط إلى التغيير السياسي بل تمتد إلى مواجهة الدعايات المضادة والإشاعات المغرضة التي قد تمارس من قبل الحكومات ضد حكومة معينة، كما وتسعى إلى التأثير الثقافي والتغيير الاجتماعي.(الهاشمي د، 2015)

• الدبلوماسية الوقائية:

أن هذا النوع من الدبلوماسية استخدم لأول مرة خلال أزمة قناة السويس عام (1956) حيث أن الأمم المتحدة اتخذت بعض التدابير العسكرية الدولية لوقف إطلاق النار بين أطراف الاشتباك ولتحقيق تسوية لازمة والعمل على إرجاع الأمور إلى وضعها الطبيعي، كما وأن هذه التدابير والتدخلات تم تطبيقها في العديد من المواقف والقصص المشابهة وعرفت بما يسمى بعمليات حفظ السلام، كما وأن ظهور هذا النوع من الدبلوماسية مرتبط بشكل وثيق ب داج همرشولد الذي عمل سكرتيراً للأمم المتحدة بين عامي (1953_1961) الذي قال "أن أهمية الدبلوماسية الوقائية أو المانعة تتمثل بشكل خاص في المواقف التي ينفجر فيها الصراع كنتيجة لوجود فراغ قوي في المناطق الغير منحازة التي تقع بين الكتل الدولية الكبرى وهنا تكون مسؤولية الدبلوماسية الوقائية ووظيفتها الأساسية محاولة ملئ ذلك الفراغ من خلال الوجود المؤثر والفعال للمنظمة العالمية، وذلك لكي تفوت الفرصة على القوى الكبرى أن تفعل ذلك بوسائلها الخاصة التي لا بد أن تقود إلى سلسلة من ردود الفعل المضادة في النهاية للسلم والاستقرار الدوليين ويمكن أن يتم ذلك من جانب الأمم المتحدة على أساس مؤقت أي حتى يتسنى ملئ ذلك الفراغ بالوسائل الطبيعية ومن خلال الاتفاقات أو المبادرات التي تنبثق من إرادة الدول المعنية بها مباشرة".

• الدبلوماسية الثقافية:

إن هذا النوع يعتبر نوعاً جديداً من أنواع الدبلوماسية الدولية، وبفعل العديد من العوامل أصبحت الدبلوماسية الثقافية أمراً لا يمكن الاستغناء عنه أو تجاهله، والعامل الرئيسي الذي أدى إلى ذلك الأمر هو التطور التكنولوجي الضخم في قطاع الاتصال الدولي بحيث أن التقدم التكنولوجي بدوره أدى إلى انفتاح شعوب العالم على بعضهم البعض بدون أي فواصل وحدود جغرافية أو طائفية أو دينية، ومن هذا المنطلق تنبع أهمية الدبلوماسية الثقافية حيث أنها تربط شعوب العالم ضمن إطار القيم والأخلاقيات والمبادئ الدولية المشتركة، كما وأن قلة اندلاع مواجهات عسكرية بين الدول الكبرى كان لها الأثر الكبير أيضاً في بروز الدبلوماسية الثقافية حيث ظهرت المشاكل المتعلقة بالتبادل الثقافي والتعاون العلمي والتكنولوجي، ومشاكل البيئة الإنسانية وبالتالي هذه المشكلات تقع ضمن اهتمامات الدبلوماسية الثقافية .

وفي سياق متصل تقوم الدبلوماسية الثقافية بإتباع العديد من الوسائل في سبيل تحقيق أهدافها وذلك من خلال العمل على توجيه الدول لأقامه شبكة واسعة النطاق من علاقات التعاون الدولي التي تشمل مختلف المجالات التكنولوجية والعلمية والفنية والثقافية، بالإضافة إلى تصميم إطار عام لثقافات سياسية تعبر عن القيم الأساسية التي تشترك بها معظم دول العالم مثل ادانة الحروب والدفاع عن حقوق الانسان، واحترام مبادئ القانون الدولي وغيرها من القيم الأساسية المشتركة بين الدول. (الهاشمي م.، 2015)

• الدبلوماسية الاقتصادية:

يعتبر هذا النوع من الدبلوماسية من أهم أدوات التعامل الاقتصادي بين الدول، وتتجلى أهمية الدبلوماسية الاقتصادية في العديد من الأشكال منها تقديم القروض أو المنح لبعض الدول بتسهيلات كثيرة وفائدة أقل من سعر السوق، إضافة إلى تشجيع الدول الأجنبية على القيام بمشاريع استثمارية من خلال تقديم الإغراءات والعروض المشجعة لهم مثل إعفاءهم من الضرائب مما يؤدي ذلك إلى استقطاب رؤوس الأموال إلى الدولة لإنعاش اقتصادها وذلك مع الدول التي يوجد معها روابط ومصالح مشتركة، أما على صعيد الدول الغير صديقة يتم فرض ضرائب عالية على استثماراتها، كما وتقوم الدبلوماسية الرقمية أيضاً بتطبيق روابط التبادل التجاري في تصدير واستيراد البضائع وغيرها. (الهاشمي م.، 2015)

أرى من خلال ما ذكر سابقاً من خصائص الدبلوماسية الحديثة أن الدبلوماسية انتقلت من السرية الى العلنية وأصبحت تولي اهتماماً بالغاً للرأي العام وتدرك أهميته حيث أنها لا تتجاهل الشعب وتستمتع لوجهات نظره عند اتخاذ القرارات ليس كما الدبلوماسية التقليدية التي كانت لا تهتم لأراء الشعب واتجاهاته، كما وأن الدبلوماسية الحديثة تهتم في شتى المجالات اجتماعية، اقتصادية، تجارية، ثقافية، سياسية على عكس الدبلوماسية التقليدية التي كانت تهتم بالشؤون السياسية فقط، كما وتتميز الدبلوماسية الحديثة أنها تقوم بشكل مباشر حيث أن السفراء المبعوثين إلى دول أخرى يكونون على اتصال دائم بوزارة خارجيتهم ويتلقون التعليمات منها بشكل مباشر وينفذوها، وهذا بدوره أدى إلى أن تكون جميع النشاطات الدبلوماسية مركزية على عكس الدبلوماسية التقليدية التي كانت تمارس بطرق غير مباشرة.

2.5.3 الجهاز الدبلوماسي

كما أشرت سابقاً أن الدبلوماسية بمعناها الحديث هي النشاط الذي يقوم رؤساء الدول والحكومات ووزارات الخارجية والوفود والسفارات بممارسته وذلك من أجل تحقيق أهداف السياسة الخارجية للدولة بالطرق السلمية بعيداً عن الحروب وذلك عن طريق المباحثات والاجتماعات والتمثيل الدبلوماسي ضمن إطار قواعد ومبادئ القانون الدولي.

ومن هذا المنطلق فإن الدبلوماسية تسعى إلى تحقيق الأهداف السياسية الخارجية للدولة من خلال الطرق السلمية، وبالتالي يوضح الباحث المقصود بالطرق السلمية من خلال مفهومين محددين، الأول هو تأمين الاتصالات بين الدول من خلال وزارات الخارجية والسفارات المعتمدة بين بعضهم البعض، والمفهوم الثاني يتمثل بحل الخلافات والمشكلات بين الدول من خلال اللجوء إلى المفاوضات والمباحثات أو لجان التحقيق أو مجلس الأمن أو الأمم المتحدة وغيرها من المنظمات الدولية، وكل الطرق التي تم ذكرها هي طرق سلمية. (العادة، 1986)

من الجدير بالذكر فإن تنفيذ السياسة الخارجية للدولة يقع على عاتق الجهاز الدبلوماسي للدولة، بحيث أن هذا الجهاز يمتلك القدرة والسلطة في المجال السياسي الخارجي للدولة حيث أنه يقوم برسم السياسة الخارجية للدولة، ويقوم بدوره أيضاً بإدارة هذه السياسة والأشراف عليها، ومن الجدير ذكره أن رؤساء الدول يشكلون قمة هرم الجهاز الدبلوماسي في دولهم بالإضافة إلى وزراء الخارجية والبعثات الدبلوماسية في الخارج، وبناءً عليه يوضح الباحث أن الجهاز الدبلوماسي ينقسم إلى قسمين رئيسيين الجهاز الدبلوماسي في الدولة والجهاز الدبلوماسي خارج الدولة. (مهدي، 2001)

على صعيد الجهاز الدبلوماسي في الدولة فإنه يتكون بشكل أساسي من رئيس الدولة ووزير الخارجية، والجهاز الدبلوماسي في الدولة هو صاحب القرار النهائي برسم السياسة الخارجية وإدارتها والأشراف عليها.

وبخصوص رئيس الدولة فهو يعتبر الرجل الدبلوماسي الأول في الدولة كونه يمثل أعلى الهرم فيها، إن رئيس الدولة وعند ممارسته لمهام العلاقات الخارجية مع مختلف دول العالم يقوم بتكليف وزير الخارجية وأعضاء السلك الدبلوماسي الذين يمثلون الدولة في الخارج للقيام بهذه المهام عوضاً عنه عندما تكون المواضيع روتينية أو غير هامة، ولكن يقوم الرئيس بممارسة هذه

المهام بنفسه في حال كانت المواضيع هامة وضرورية للغاية وتتطلب تدخله المباشر مع نظرائه من رؤساء الدول المعنية لمعالجتها.

ومن الجدير ذكره أن رئيس الدولة له الدور الأبرز والأكثر أهمية في مجال العلاقات الدولية في الدول التي يطبق بها نظام الحكم الرئاسي أكثر من الدول التي تتمتع بأنها ذات أنظمة برلمانية أو ديمقراطية، ففي الدول التي يطبق بها نظام الحكم الرئاسي يكون رئيس الدولة هو السلطة المختصة الوحيدة التي تقرر تكوين إرادة الدولة في مجال العلاقات الخارجية أما في الدول التي تتمتع بالنظام البرلماني فإن إرادة الدولة في مجال العلاقات الدولية يتم تكوينها من قبل رئيس الحكومة والأجهزة الحكومية المختصة في ذلك حيث يقتصر دور رئيس الدولة على إعلان إرادة الدولة فقط، وأما على صعيد الدول الديمقراطية فيتم اتخاذ القرارات في مجال العلاقات الدولية بالتشارك ما بين رئيس الحكومة والسلطات التشريعية مثل إعلان الحرب أو إيقافها أو التوقيع على الاتفاقيات مع الدول الأخرى. (غانم، 1979)

يتضح من ما سبق أنه وفي الدول ذات نظام الحكم الرئاسي يلعب الرئيس الدور الأكبر في مجال العلاقات الدبلوماسية مع الدول الأخرى، بحيث أنه يهيمن على جميع الوسائل التي تتعلق بالعمل الدبلوماسي ويرسم السياسة الخارجية للدولة، أرى أن هذا الأمر في غاية الخطورة بالنسبة لعلاقات الدولة مع الدول الأخرى كون أن القرار بيد رئيس الدولة وحده بحيث أن موافقه السياسية مع بعض الدول قد يتم اتخاذها وإقرارها حسب مزاجه وعواطفه مما يؤدي إلى الحاق الأذى والضرر لدولته جراء هذا النهج المتبع، كما وأكد أن اشراك كافة الأطراف في رسم السياسة الخارجية للدولة هو الأمر الواجب إتباعه في جميع الأنظمة والدول لما يعود به من فوائد عديدة للدولة على صعيد علاقاتها مع الدول الأخرى .

أما وبخصوص وزير الخارجية فهو يعتبر الشخص الذي يدير وينسق العلاقات الخارجية للدولة ويشرف عليها، وبرز دور وزراء الخارجية بشكل أكبر بعد تأسيس هيئة الأمم المتحدة التي أتاحت الفرصة لوزراء خارجية الدول لعقد اجتماعات سنوية مباشرة فيما بينهم للتباحث بالمواضيع والمسائل المشتركة وحل النزاعات فيما بينهم. (بشير، 1979)

إن الدول التي يطبق فيها النظام الرئاسي يكون وزير الخارجية فيها أداة لتنفيذ سياسة رئيس الدولة ومسؤولاً أمامه عن جميع أعماله في مجال السياسة الخارجية للدولة أما على صعيد الدول

البرلمانية فيكون وزير الخارجية مسؤولاً عن أعماله أمام البرلمان كون أن البرلمان في هذه الدول يشارك في رسم وإدارة السياسة الخارجية للدولة. (غانم د.، 1979)

كما وأذكر العديد من المهام والمسؤوليات التي تقع على عاتق وزير الخارجية ومنها تمثيل دولته في الاجتماعات والمؤتمرات والمحافل الدولية، والإشراف المباشر على سير عملية المفاوضات بما يتناسب مع السياسة الخارجية لدولته، واستقبال نظرائه وغيرهم من الضيوف الرسميين للدولة بالإضافة إلى استقبال الممثلين الدبلوماسيين كالسفراء المعيّنين لدى الدولة من قبل دولهم واستلام أوراق اعتمادهم لكي يصبحوا معتمدين لدى الدولة، وكشف مضمون السياسة الخارجية للدولة أمام الرأي العام والإجابة عن التساؤلات الموجهة إليه بخصوص السياسة الخارجية للدولة إضافة إلى الإشراف على سير العمل في السفارات والممثليات وتوجيه السفراء في الدول الأخرى . (محمد د.، 1992)

أما على صعيد الجهاز الدبلوماسي خارج الدولة فإنه يتكون من السفارات والممثليات التي هي عبارة عن بعثات دبلوماسية يتم تكليفها من قبل الدولة الموفدة لتمثيلها لدى الدولة المستقبلة، وفي العادة تتكون هذه البعثات الدبلوماسية من رئيس للبعثة حيث أنه قد يكون سفير أو وزير مفوض أو قائم بالأعمال إضافة إلى أعضاء البعثة الدبلوماسية وهم المستشارون والسكرتيرين والملحقين الدبلوماسيين مثل المحلق الثقافي والعسكري والتجاري إضافة إلى الموظفين الإداريين، وتقوم البعثة الدبلوماسية بالعديد من المهام حسب ما نصت عليه المادة الثالثة من اتفاقية فينا للعلاقات الدبلوماسية والمهام هي التمثيل والمفاوضة والملاحظة والحماية، وبدوره سأقوم بشرح هذه المهام الأربعة بشكل مختصر:

- **مهمة التمثيل:** يعتبر الدبلوماسي المعتمد لدى الدولة الموفد إليها ممثلاً عن دولته التي أرسلته حيث أنه يقوم بتبليغ المعلومات ونقل وجهات نظر ومواقف دولته إلى حكومة الدولة المعتمد لديها، بالإضافة إلى أن المبعوث يمثل دولته في كافة المناسبات والأعياد الوطنية التي تخص الدولة المعتمد لديها.
- **المفاوضة:** تعتبر عملية المفاوضة واجب رئيسي يتوجب على المبعوث الدبلوماسي القيام به، وقد تكون المفاوضات على شكل عقد اتفاقات وتفاهات بين الدولتين أو شكوى أو العديد من الطلبات مثل الحصول على منح أو مشاريع من الدولة المعتمد لديها المبعوث لصالح دولته

وغيرها ولكن الهدف الأنبل من عملية المفاوضات هو تقوية وتمتين العلاقة بين دولته والدولة المعتمد لديها وإزالة كافة الشوائب في هذه العلاقة من أجل تحقيق السلام والصداقة والاستقرار بين الدولتين لذلك يجب أن يتحلى المبعوث الدبلوماسي بالحنكة والذكاء والأدب والأخلاق ليتسنى له تحقيق العلاقة المتينة بين الدولتين.

- **الملاحظة:** تعتبر الملاحظة من أهم واجبات المبعوث حيث أنها تشمل متابعة المبعوث لسير الأحداث في الدولة المبتعث إليها سواء كانت مواضيع سياسية مثل الانتخابات أو اقتصادية أو عسكرية أو اجتماعية بحيث أن المبعوث يقوم بتزويد دولته بتقارير دوريه حول الوضع العام السائد في الدولة شريطة أن تتم هذه الأمور بالطرق المشروعة دون استخدام الطرق الغير مشروعة مثل تجنيد العملاء أو التجسس وغيرها من الطرق.
- **الحماية:** يقع على عاتق المبعوث الدبلوماسي حماية ورعاية مصالح مواطنين دولته المقيمين لدى الدولة المعتمد لديها بالإضافة الى حماية حقوقهم وتقديم التسهيلات اللازمة لهم مثل تسجيل المواليد والوفيات واصدار جوازات السفر وعقد الزواج وتقديم الخدمات اللوجستية الأخرى لهم. (الاعلام السياسي والدبلوماسي، 2015)

2.6 السياسة الخارجية

لم يجمع الباحثين والاكاديميين على تعريف واحد للسياسة الخارجية فالجميع ينظر إليها من منظور أكاديمي مختلف عن الآخر، فالبعض عرف السياسة الخارجية على أنها مجموعة النوايا التي تدفع الدول إلى نمط محدد من السلوك، والبعض الآخر عرفها على أنها مجموعة القرارات والأهداف التي تسعى الدولة إلى تحقيقها وانجازها عن طريق تحديد الإستراتيجيات والأساليب التي تتحكم في ردود أفعال الدولة ومواقفها اتجاه الظروف الدولية المحيطة بها، ولكن مع اختلاف الآراء حول تعريف محدد للسياسة الخارجية يمكن القول أنها "نشاط للأداة الحكومية في نطاق الاسرة الدولية تهدف إلى السيطرة وانتزاع المكاسب وحماية الدولة من أي عدوان متوقع عن طريق مؤسسات منتخبة وأدوات فاعلة لتحقيق الأهداف المرسومة". (الرمضاني، 1991، صفحة

(25)

2.6.1 أهداف السياسة الخارجية

تتعدد الأهداف التي تسعى الدول إلى تحقيقها عبر سياساتها الخارجية التي رسمتها وأقرتها فمنها أهداف علنية ومنها الخفية حسب المتطلبات والاحتياجات، إلى أنه وبالمجمل نستطيع حصر الأهداف بالعديد من الأمور، منها الحفاظ على استقلال الدولة وتقوية كيائها وحماية الأمن القومي، و تكريس الوحدة الوطنية في الدولة من خلال مقاومة التدخلات في الشؤون الداخلية من قبل الدول المعادية وهذا ما يطلق عليه الأمن السياسي، بالإضافة الى حماية مصالح الدولة الاقتصادية وضمان مواردها الطبيعية وهنا نعني الأمن الاقتصادي، وحماية أي اختراق من أي من الدول المعادية لثقافة الدولة وحضارتها وهو ما يسمى بالأمن الثقافي، كما وأن للسياسة الخارجية أهمية كبيرة حيث انها تربط الدول ببعضها البعض في مجال المصالح الاقتصادية والأمن القومي. (دويتش، 1983)

2.6.2 الإعلام والسياسة الخارجية

أرى أن علاقة الإعلام بالسياسة تعتبر علاقة وطيدة لأن الإعلام ليس فقط عبارة عن تقديم الأخبار والمعلومات إلى الجماهير بشكل علني، كما وأن السياسة ليست فقط امراً سرياً يخص الطبقة السياسية والحاكمة في الدول كما السابق، فمع التطور الهائل في تكنولوجيا الاتصالات وثورة الإنترنت وسرعة انتشار المعلومات وانتشار وسائل الاتصال الرقمي أصبح العالم عبارة عن قرية صغيرة وبذلك أصبحت مطالب الشعوب وأراءهم (الرأي العام) تلعب دوراً بارزاً في تشكيل السياسات في الدول فعلى سبيل المثال تقوم وسائل الإعلام بنشر بعض الصور عن الجرائم الإنسانية في قطاع غزة على يد الاحتلال الإسرائيلي، ونتيجة لهذه الصور نرى أن مختلف شعوب العالم يخرجون في الشوارع للتضامن مع الشعب الفلسطيني مطالبين بحكوماتهم لبذل الجهود والمساعي لإنهاء ووقف هذه الجرائم، بالمحصلة أصبح الإعلام ووسائله يآثر بشكل كبير في عملية تشكيل السياسة الخارجية في أغلب دول العالم، وبدوره جعل هذا التطور دول العالم تبدو أكثر ديمقراطية. (العالمي، 1995)

يعتبر الإعلام من أهم أدوات تنفيذ السياسة الخارجية وكما هو معروف فالسياسة الخارجية هي نشاط وعمل حكومي في نطاق الأسرة الدولية يهدف إلى السيطرة أو حماية الدولة من أي عدوان وانتهاك متوقع وانتزاع المكاسب لصالحها، إن للأعلام نماذج متعددة ولكن يتطرق الباحث إلى نموذج هام وهو الإعلام الخارجي.

يعتبر نموذج الإعلام الخارجي من أهم نماذج الإعلامية المرتبطة بالسياسة الخارجية، وهذا النموذج هو عبارة عن مجموعة من الوسائل الإعلامية وأهدافها ومضامينها التي يتم من خلالها مخاطبة الرأي العام الدولي من خلال الأساليب الإقناعية المؤثرة فيه ومن خلال اللغات التي يفهمها الجمهور (الرأي العام) المخاطب، وبشكل عام يتوجه الإعلام الخارجي لمخاطبة الجماهير الأكثر تعاطفاً مع السياسة التي تتبعها الدولة أو مواقفها الوطنية مثل أن تخاطب الدولة جالياتها في الدول الأخرى، كما ويعد الإعلام الخارجي من أهم الوسائل الأساسية للسياسة الخارجية للدول حيث أنه يتم اتباع هذه الوسيلة في جميع الأوقات سواء في حالة السلم أو الحرب ولكن ليس بشكل عشوائي بل من خلال وضع وإتباع خطة إعلامية ممنهجة تتناسب مع التخطيط السياسي الخارجي للدولة. (امام د، 1980)

أوضح أن وسائل الاعلام بشكل عام تساعد النظام السياسي على تحقيق العديد من الأهداف منها:

- **التأثير في اتجاهات الرأي العام:** إن الحكومات في العادة تلجأ إلى وسائل الإعلام من أجل توجيه الرأي العام وكسب ثقته وتأييده لبرامجها وسياساتها على كافة الأصعدة من جهة، ومن جهة أخرى تقوم الحكومات ومن خلال وسائل الإعلام بإضعاف الحركات والمجموعات المعارضة لسياستها، وعلى صعيد آخر تقوم الحكومات بإصدار قراراتها بما يتناسب مع متطلبات الجمهور وذلك بفضل وسائل الإعلام حيث أنه يتم رصد آراء الجمهور (الرأي العام) من خلال عمليات الرصد والتحليل لوسائل الاعلام.
- **التثقيف السياسي:** تستخدم الحكومات وبالتحديد الحكومات التي تتبع لسلطة مركزية وسائل الإعلام بكثافة بهدف خلق وعي سياسي لدى الجماهير بما يخص قضية ما سواء كانت اقتصادية أو سياسية أو أيديولوجية.
- **التسويق السياسي:** يستخدم السياسيون والحكومات وسائل الإعلام في عرض مواقفهم وأفكارهم على الجماهير وذلك بهدف تسويق هذه الأفكار أو المواقف وإقناع الجمهور بالأيمان بها وتبنيها، كما ويرتبط نجاح عملية التسويق السياسي بالقدرة والموهبة التي يتمتع بها الأشخاص المسوقين في عملية عرض أفكارهم على الجمهور.

ومن الجدير بالذكر أن معظم الدراسات اثبتت أن وسائل الاعلام تلعب دوراً في غاية الأهمية في الحياة السياسية من خلال ما تقدمه من رسائل إعلامية للجمهور المتلقي كما وتلعب دوراً في

عملية صنع القرار السياسي، وترجع أهمية هذا الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام للعديد من العوامل وأهمها وصول الرسائل الإعلامية إلى عدد كبير من كافة فئات الشعوب، بالإضافة إلى ثقة الجمهور ووسائل الاعلام التي تتسم بالمصداقية والسمعة الجيدة، كما وأن الكمية الكبيرة من المعلومات التي تبثها وسائل الاعلام بشكل يومي للجمهور المتلقي تجعله يدرك حقيقة المواقف من خلال ما تقدمه وسائل الاعلام له. (الاعلام السياسي والدبلوماسية، 2015)

2.6.3 العلاقات العامة والسياسة الخارجية

تعد وظائف العلاقات العامة والدبلوماسية مرتبطين ببعضهما البعض، ويكمن السبب في ذلك أن وظيفة العلاقات العامة تلعب دوراً رئيسياً في توفير التناغم والانسجام بين متطلبات السياسة الدولية وبين المصالح القومية والوطنية وذلك بهدف تأمين علاقات طيبة بين الدول بالإضافة إلى الحفاظ على الأمن القومي، ولكي تتمكن العلاقات العامة للقيام بهذا الدور بشكل أكثر فاعلية، فيجب عليها أن تشارك بشكل جدي في رسم حدود السياسة الخارجية للدولة إضافة إلى تحديد مسارات الدبلوماسية فيها وذلك من خلال قيامها بخلق أجواء الاحترام والتفاهم المتبادل مع الشعوب بخطتها وأساليبها المتعددة .

للدبلوماسية العديد من الأنواع في عصرنا الحالي وذلك بفعل المتغيرات والمؤثرات وطبيعة الأنظمة السياسية التي تمثلها، فكل نظام سياسي يستخدم الدبلوماسية بأسلوب وشكل مختلف عن النظام الآخر، ومن هذا الأمر يتضح لنا أن الدبلوماسية تتسم في التجدد والتغير مثل باقي المجالات، حيث أنها عرضة للتغير والتجدد وفق متطلبات السياسة الخارجية للدول بالإضافة إلى التطور والتقدم الكبير في تكنولوجيا المعلومات والاتصال. (الدليمي، 2013)

2.7 الدبلوماسية الرقمية

تعد الدبلوماسية العامة من أهم عناصر القوة الناعمة التي تلجأ الدول لاستخدامها في سبيل تحقيق أهداف سياستها الخارجية وتحقيق مصالحها إضافة إلى ترويج أفكارها ومعتقداتها وقيمها.

ومع التطور والتقدم في مجال التكنولوجيا ووسائل الاتصال الحديثة التي نتج عنها بروز أهمية ودور وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة عبر الفضاء الإلكتروني أصبحت هذه الوسائل والمواقع ذات أهمية بالغة كونها تعتبر من أهم الأدوات الدبلوماسية، حيث أرى أن هذه الوسائل لا يمكن أن تقف بوجهها أي حدود أو فواصل جغرافية فإمكانها أن تخترق جميع الحدود وأن تجتاح

سيادة الدول بحيث أن من يمارس الدبلوماسية الرقمية بشكلها الصحيح يستطيع أن يوصل الرسائل المراد إرسالها إلى ملايين الأفراد في كافة بقاع الأرض عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وهذا بدوره أدى إلى انحسار وظائف السفارات والقنصليات المعتمدة من قبل الدول لدى الدول الأخرى بشكل واضح.

أشير إلى أن الكثير من الدول المتقدمة أدركت أهمية الدبلوماسية الرقمية في عصر سرعة انتشار المعلومات وقامت بناءً على ذلك بإنشاء دوائر متخصصة يقع على عاتقها القيام بأعمال ومهام الدبلوماسية الرقمية مثل الولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا وفرنسا وإسرائيل وغيرها من الدول. (العال د.، 2018)

2.7.1 مفهوم الدبلوماسية الرقمية

أختلف الباحثون والأكاديميون بل وحتى وزارات الخارجية في الدول المتقدمة في هذا المجال فيما بينهم حول تعريف الدبلوماسية الرقمية حتى أنهم اختلفوا على تسميتها فالبعض أطلق عليها الدبلوماسية الإلكترونية دلالة على المواقع الإلكترونية المستخدمة والتي يخاطب الجماهير من خلالها ولكن الأكثر استخداماً هو مصطلح الدبلوماسية الرقمية.

أشير إلى أن وزارة الشؤون الخارجية البريطانية عرفت الدبلوماسية الرقمية على أنها "حل مشكلات السياسة الخارجية باستخدام الإنترنت" أما وزارة الخارجية الفرنسية عرفت على أنها امتداد للدبلوماسية التقليدية بالإضافة إلى أنها تستند إلى استخدام التكنولوجيا والابتكار في عملية نقل المعلومات بهدف تحقيق أهداف السياسة الخارجية"، أما على صعيد وزارة الخارجية الأمريكية فقد عرفت على أنها "فن الحكم في القرن الحادي والعشرون" أما وزارة الخارجية الكندية أطلقت عليها اسم "السياسة المفتوحة." (العامودي و.، 2019، صفحة 129)

أما على الصعيد الأكاديمي عرفت الدبلوماسية الرقمية على أنها "توظيف تكنولوجيا الاتصال الحديثة ومواقع التواصل الاجتماعي من أجل ممارسة الدبلوماسية العامة للدولة وتحقيق أهداف سياستها الخارجية"، كما وتم تعريفها أيضاً على أنها إشارة للاستخدام المتزايد لمواقع التواصل الاجتماعي من قبل أي دولة لغرض إدارة سمعتها وصورتها الذهنية بشكل استباقي إضافة إلى تحقيق أهداف سياستها الخارجية." (حماسنة، 2020، صفحة 8)

كما وأشار إلى أنه وعلى الرغم من التعريفات المختلفة لمصطلح الدبلوماسية الرقمية إلى أن جميع الأكاديميين والدبلوماسيين اتفقوا وأجمعوا على أن الدبلوماسية تعتبر شكلاً أساسياً من أشكال الدبلوماسية العامة وتعتبر أداة رئيسية لها في ظل التقدم التكنولوجي الهائل في وسائل الاتصال الحديث بحيث أن الدبلوماسية الرقمية تعمل على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على اختلافها والمواقع الإلكترونية للتواصل مع أكبر عدد ممكن من الجماهير من أفراد الشعوب الأخرى بأقل التكاليف وبالسريعة المثالية. (العال و، 2018)

2.7.2 أهداف الدبلوماسية الرقمية

عدد الخبير فيرغوس هانسون الذي يشغل منصب مدير المركز الدولي للسياسات السيبرانية والذي يعد خبيراً في مجال الدبلوماسية الرقمية العديد من أهداف الدبلوماسية الرقمية على النحو الآتي (hanson, 2012, p. 6):

- تهدف الدبلوماسية الرقمية إلى التواصل الدائم والمفتوح مع الجماهير عبر شبكة الإنترنت والتأثير عليهم بصورة مباشرة وذلك من خلال بث الرسائل التي تسعى الدولة لإيصالها إلى الجمهور.
- تهدف الدبلوماسية الرقمية إلى مراقبة الرأي العام من خلال الاستفادة من كمية المعلومات الكبيرة التي تعكس آراء ومعتقدات واتجاهات الجماهير وبعد تحليل المعلومات يتم استخدامها في عملية رسم السياسة الخارجية للدولة.
- تهدف الدبلوماسية الرقمية إلى الاستغناء عن الأعمال القنصلية الروتينية من خلال التواصل المباشر مع الجماهير في جميع الأوقات (السلم والحرب).
- تهدف الدبلوماسية الرقمية إلى الاستفادة من الموارد الخارجية والخبرات (الهيئات والبعثات الدبلوماسية)، وتسخير هذه الخبرات لتحقيق أهداف السياسة الخارجية للدولة عن طريق إنشاء الآليات الرقمية.
- تهدف الدبلوماسية الرقمية إلى تعزيز الديمقراطية وإطلاق حرية الرأي والتعبير، حيث أن الفضاء الإلكتروني يستطيع الجميع استخدامه ولا يمكن لأي جهة احتكاره كوسائل الإعلام التقليدية.

2.7.3 أدوات الدبلوماسية الرقمية

تعد أدوات الإعلام الجديد كثيرة ومتنوعة وهي تزداد بشكل طردي مع مرور الوقت والتقدم التكنولوجي الذي يتطور يوماً بعد يوم حيث أن مواقع التواصل الاجتماعي والصحافة الإلكترونية والإذاعات الرقمية والمدونات ومواقع الإنترنت وتطبيقات الهواتف الذكية تعد من أبرز أدوات الإعلام الجديد.

كما وتعتبر مواقع التواصل الاجتماعي في ظل الوقت الحالي الأكثر استخداماً عبر الإنترنت وذلك يعود إلى أن الجميع يستطيع إنشاء حسابات عليها بدون شروط أو قيود فهي ليست حكراً على أحد، بالإضافة إلى أن هذه المواقع تتيح للمستخدمين الوصول إلى المعلومات من مصادرها المباشرة في جميع بقاع الأرض، بتعبير آخر فهي تمتد عبر القارات والدول وتخرق جميع الحدود والفواصل الجغرافية. (اصليح م.، 2020)

أرى أن الاستغلال الأمثل والمناسب لمواقع التواصل الاجتماعي امر في غاية الأهمية ويساعد ممارسي الدبلوماسية الرقمية على إيصال الرسالة الفلسطينية إلى جميع أنحاء العالم بأقل التكاليف وبالسعة المثالية.

كما وأستعرض أدناه أبرز أدوات الدبلوماسية الرقمية:

• موقع فيسبوك (Facebook)

الفيسبوك هو عبارة عن موقع إلكتروني مجاني عبر الإنترنت، ويعد من أهم مواقع التواصل الاجتماعي حيث تم تأسيسه في شهر شباط عام (2004) من قبل الطالب في جامعة هارفارد الأمريكية، وكان الموقع في البداية يخص طلاب الجامعة ممن يستخدمون البريد الإلكتروني، وأصبح فيما بعد يتوسع حتى أصبح في الجامعات الأخرى في الولايات المتحدة الأمريكية، وفي عام (2005) أصبح الموقع متوفراً لدى شركتي ابل و مايكروسوفت، وفي عام (2006) أصبح الموقع متاحاً لمن تزيد أعمارهم عن (13) عاماً في جميع أنحاء العالم، وفي عام (2007) أصبح الموقع متاحاً للجميع.

يتمتع موقع فيسبوك بالعديد من المزايا التي يذكر الباحث العديد منها وهي سهولة إنشاء حساب مجاني، وسهولة التواصل والتفاعل مع المستخدمين حيث أن الموقع يتيح للمستخدمين التواصل مع العائلة والأصدقاء والمعارف على أن يكونوا أيضاً مستخدمين للموقع نفسه، كما ويتيح الموقع

للمستخدمين إرسال الرسائل واستقبالها سواء كانت رسائل نصية أو صوتية أو مقاطع فيديو أو صور، كما ويتاح للمستخدم مشاركة ما يرغب من محتوى على صفحته الرئيسية شريطة عدم الإساءة لأحد حيث أن الموقع يتيح إمكانية حظر أي محتوى يسيئ إلى أحد من خلال إبلاغ إدارة الموقع عن هذه التجاوزات، بالإضافة إلى إمكانية استخدام الموقع كوسيلة للتسويق، وإمكانية نشر مقاطع فيديو عبر خاصية البث المباشر، كما ويتيح للمستخدم إمكانية تشغيل بعض الألعاب الالكترونية من خلاله، ومن الجدير ذكره أن الموقع متوفر بالعديد من اللغات للمستخدمين من جميع أنحاء العالم حيث أن عدد اللغات حوالي (37) لغة مختلفة.(مروان، 2021)

وتشير الإحصائيات التي أجريت في عام (2021) أن عدد مستخدمين فيسبوك بلغ (2.8) مليار مستخدم نشط شهرياً حول العالم، و(1.8) مليار مستخدم نشط يومياً، كما وبلغت عائدات الموقع (28.07) مليار دولار، وأشارت الإحصائيات إلى اشتراك (400) مستخدم جديد في كل دقيقة، بالإضافة إلى أن المستخدمين يضعون (4) ملايين اعجاب في الدقيقة الواحدة بينما يقوم (35) مليون بتحديث حالتهم في كل يوم.

كما وتشير الإحصائيات أن مستخدمين الموقع حول العالم هم (54%) من الاناث يقابلهم (46%) من الذكور، وأن (65%) من البالغين التي تتراوح أعمارهم بين (50_64) سنة يستخدمون الموقع كما ويستخدمه (51%) من المراهقين.(إحصائيات وحقائق، 2021)

• موقع تويتر (twitter)

يعتبر موقع تويتر من أشهر مواقع التواصل الاجتماعي التي تسمح للمستخدمين تبادل الرسائل والأفكار ومقاطع الفيديو والصور والروابط وغيرها، وذلك شريطة أن يمتلك المستخدم حساباً على الموقع وليتمكن من ذلك يجب أن يمتلك المستخدم بريداً إلكترونياً وأن يكون متصلاً بشبكة الإنترنت.

قام كل من ايفان ويليامز وبيز ستون بتأسيس موقع تويتر وذلك في عام (2006) حيث كان الموقع في بداياته عبارة عن برنامج لإرسال رسائل قصيرة مجانية ولم يكن هناك أي عائدات مالية له، ولكن في عام (2010) تم إضافة خاصية التغريدات المروجة والتي نقصد بها الإعلانات الممولة والتي أصبحت تعتبر المصدر الأساسي للعائدات المالية إلى الموقع.

يذكر الباحث أن لموقع تويتر العديد من الاستخدامات منها كتابة التغريدات ونشرها على الصفحة العامة للمستخدم مع الأخذ بعين الاعتبار أنه لا يمكن كتابته أكثر من (280) حرف في التغريدة الواحدة ولا يمكن مشاركة أكثر من (4) صور كحد أقصى أيضاً كما ويتيح الموقع للمستخدمين خاصية إعادة التغريد بحيث يمكن للمستخدم إعادة نشر تغريدة مستخدم آخر بالإضافة إلى أنه يستطيع إضافة التعليقات عليها، كما ويمنح الموقع للمستخدمين خاصية متابعة الأشخاص حيث أن المستخدمين يستطيعون متابعة جميع التحديثات التي تخص الأشخاص الذين يهتمون بهم، كما ويستطيع المستخدم الإبلاغ عن المخالفات في حال تم نشر محتوى مسيء حيث أن إدارة الموقع بدورها تقوم بإزالة المحتوى وتعطيل الحساب مؤقتاً كعقوبة رادعة للمستخدم، كما ويستطيع المستخدم استخدام الموقع عبر التطبيق المتوفر على الهواتف الذكية إضافة إلى عدد كبير من الخواص مثل التريند والهاشتاج. (الحياري، 2021)

تشير الإحصائيات الأخيرة لموقع تويتر للعام (2020) أنه يوجد (1.3) مليار حساب، بالإضافة إلى (330) مليون مستخدم نشط شهرياً و(500) مليون تغريدة يومياً، وبحسب الإحصائيات فإن متوسط الوقت الذي يقضيه المستخدم على تويتر هو (3.39) دقيقة، كما وتشير الإحصائيات أن الرئيس الأمريكي السابق باراك أوباما يمتلك أكبر عدد من المتابعين ويبلغ (113) مليون متابع، كما وبينت الإحصائيات أن (44%) من مستخدمي تويتر نساء يقابلهم (56%) من الذكور. (إحصائيات وحقائق، 2021)

يعتبر تويتر من أشهر مواقع التواصل الاجتماعي ويعود السبب في ذلك لأنه يتميز بسهولة التصفح والاستخدام من جهة، ومن جهة أخرى أن المنشورات أو التغريدات قصيرة ولا تتجاوز (280) حرف لذلك تكون التغريدات ذات قيمة وأهمية ومختصرة، ومن الجدير ذكره أن موقع تويتر يلعب دوراً كبيراً في التأثير على السياسة، فالكثير من القرارات صدرت أو الغيت أو تم نفيها نتيجة لحملات تويتر في معظم دول العالم التي تهتم برغبات الأفراد والاتجاهات الشعبية (الرأي العام)، ولهذا السبب أصبح رجال السياسة في العالم يولون تويتر اهتماماً كبيراً، فمعظم قادة الرأي في العالم وعلى رأسهم الرئيس الأمريكي السابق دونالد ترامب كانوا يستخدمون تويتر لتوصيل الرسائل إلى بعضهم البعض بشكل علني. (العنزي، 2021)

• موقع يوتيوب (you tube)

ظهر موقع (you tube) لأول مره في شهر شباط في العام (2005)، حيث قام بتأسيس الموقع كل من تشاد هيرلي وجاويد كريم وستيف تشين،، ويعتبر اليوتيوب موقع الإلكتروني مجاني يسمح لزوار الموقع مشاهدة مقاطع الفيديو التي يتم نشرها عبره، كما ويسمح للذين يقومون بإنشاء حساب شخصي على الموقع بمشاركة مقاطع الفيديو الخاص بهم، ومن الجدير ذكره أنه وفي عام (2006) قامت شركة جوجل بشراء الموقع، كما ويعتبر الموقع ثاني أكبر محرك بحث عبر شبكة الإنترنت بعد موقع جوجل حيث يبلغ عدد ساعات المشاهدة لمقاطع الفيديو عبر الموقع (6) مليار ساعة في الشهر الواحد.

يعتبر موقع يوتيوب ثاني أكبر محرك بحث عبر الإنترنت وذلك يعود للعديد من الأسباب وأهمها محتوى الموقع حيث يتميز الموقع بتنوع المحتوى المنشور، فهو لا يقتصر على المحتوى الترفيهي ومقاطع الفيديو المضحكة بل يحتوي أيضاً على محتوى تعليمي وثقافي وسياسي واقتصادي وصناعي، بالإضافة إلى أن الموقع يقدم العديد من الخدمات منها خدمة البث المباشر عبر اليوتيوب ومشاهدة الأفلام عبر اليوتيوب وخدمات الألعاب، بالإضافة إلى أنه يمكن استخدام الموقع من خلال التطبيق الخاص به عبر الهواتف الذكية. (صلاح، 2020)

• موقع انستغرام (Instagram)

ظهر موقع انستغرام لأول مره في أواخر عام (2010)، حيث تم تأسيسه من قبل مايك كرايغر وكيفين سيستروم، ويعتبر الموقع أحد أهم مواقع التواصل الاجتماعي المجانية وأكثرها شيوعاً، كما ويستطيع المستخدم عبر الموقع مشاركة الصور ومقاطع الفيديو بالإضافة إلى أنه يستطيع أيضاً التعليق والإعجاب على المحتوى المنشور من قبل الأصدقاء، وأرسال رسائل مباشرة إلى الأصدقاء واستقبالها.

يتميز الموقع بالسهولة والمرونة من حيث عملية إنشاء حساب خاص ويستطيع أي شخص أن يقوم بامتلاك حساب خاص به عن طريق تسجيل عنوان البريد الإلكتروني وإدخال أسم المستخدم والاتصال بشبكة الإنترنت، كما ويمكن استخدام الموقع عبر التطبيق الخاص به عبر الهواتف الذكية.

ومن الجدير ذكره أنه وفي عام (2012) قامت شركة فيسبوك بشراء موقع انستغرام مقابل مليار دولار امريكي، وهذا الأمر ساهم بشكل كبير في جعل الموقع من أسرع وأهم مواقع التواصل الاجتماعي في العالم.(الزبون، 2020)

تشير الإحصائيات التي أجريت في شهر يوليو من العام (2021) أن عدد مستخدمي تطبيق انستغرام بلغ (1.074) مليار مستخدم نشط شهرياً وأكثر من (500) مليون مستخدم يومياً، كما وأشارت الإحصائيات وجود (200) مليون حساب على الموقع يمثلون علامات تجارية ومشاريع متعددة، وأوضحت الإحصائيات أن نسبة مستخدمي التطبيق من الإناث تبلغ (50.8%) مقابل (49.2%) من الذكور.

وفي سياق متصل بينت الإحصائيات أن (320) مليون مستخدم أعمارهم تتراوح ما بين (18_24) عام، وأن (354) مليون مستخدم تتراوح أعمارهم ما بين (25_34) عام ، كما وبينت الإحصائيات أن متوسط مجموع الوقت الذي يقضيه المستخدمين في تصفح التطبيق يبلغ (30)دقيقه يومياً، كما وبينت أنه قد تم تحميل (50) مليار صورة على الموقع من تأسيسه لغاية تاريخ إجراء الإحصائيات ،بالإضافة إلى أنه يتم تحميل(1074) صورة على الموقع كل ثانية ،كما وتعد الهند والولايات المتحدة الامريكية من أكثر الدول التي يتواجد بها مستخدمي التطبيق، أما بالنسبة للدول العربية تعد جمهوريه مصر أكبر دولة عربية حيث يتواجد بها (14) مليون مستخدم أما على صعيد عدد المستخدمين من إجمالي عدد السكان فتحتل دولة كازاخستان المرتبة الأولى عالمية حيث أن (71%) من سكانها يستخدمون التطبيق، وتحتل دولة الكويت المرتبة الأولى عربياً والخامسة عالمياً حيث أن نسبة الاستخدام (65.7%) من إجمالي السكان.(محمود هـ، 2021)

2.7.4 مميزات ومخاطر الدبلوماسية الرقمية

للدبلوماسية الرقمية العديد من المميزات والمخاطر كغيرها من المجالات والحقول وبالرغم من أهميتها في تحقيق أهداف السياسات الخارجية للدول في ظل التقدم والتطور التكنولوجي إلى أنها تعتبر سلاح ذو حدين ويتوجب على ممارسيها الحذر في استخدامها كونها محفوفة بالمخاطر التي من الممكن أن تنعكس سلبياً على سياسة الدولة، ومن هذا المنطلق سأستعرض أهم المميزات والمخاطر التي تنتج عن ممارسة الدبلوماسية الرقمية:

أشير إلى العديد من مميزات الدبلوماسية الرقمية ومنها:

• تعزيز التواصل التفاعلي ثنائي الاتجاه:

مكنت الدبلوماسية الرقمية الدول التي تمارسها من التواصل والتفاعل المباشر مع الجماهير من خلال الحسابات التي تمتلكها المؤسسات الحكومية ويمتلكها المسؤولين الرسميين على منصات التواصل الاجتماعي، حيث يقوم المسؤولون والمؤسسات الحكومية في الدولة بنقل توجهات دولتهم إلى الجماهير عبر صفحاتهم الشخصية، أي أن الدبلوماسية الرقمية أتاحت الفرصة للدبلوماسيين والسياسيين الظهور بشكل مباشر وشخصي أمام الجماهير وهذا يؤدي بدوره إلى جعل الجماهير يشعرون بالثقة والشفافية مما يساهم في بناء صورة ذهنية إيجابية للدولة في نظر الجماهير، توسيع شبكة العلاقات الدبلوماسية:

مكنت الدبلوماسية الرقمية ممارسي الدبلوماسية العامة من بناء علاقات استراتيجية ليس فقط من نظراءهم من الرسميين من الدول الأخرى على الرغم أنها عززت هذه العلاقات بل تجاوز ذلك حدود الدبلوماسية التقليدية وأصبح هنالك علاقات مباشرة وتواصل مباشر مع قادة الرأي العام ومنظمات المجتمع المدني وكافة الجماهير على اختلاف فئاتهم من الدول الأخرى، بشكل أو آخر تساهم الدبلوماسية الرقمية في التأثير على الأشخاص والمنظمات والجهات التي لا تطالها جهود الدبلوماسية التقليدية. (الاعلامية، 2019)

• تعزيز التبادل الثقافي بين الدول:

تعمل الدبلوماسية الرقمية ومن خلال مواقع التواصل الاجتماعي التي تعد من أبرز أدواتها كونها الأكثر انتشاراً وشيوعاً على إتاحة الفرصة للتبادل الثقافي الغير رسمي وليس كما السابق حيث كانت دول العالم الغربي تسيطر على تدفق الثقافات العربية والإسلامية إليها، أما وفي وقتنا الحاضر وبفضل الدبلوماسية الرقمية أصبحت عملية التبادل الثقافي بين الشعوب تمتاز بالسهولة دون أي سيطرة أو احتكار من قبل الدول الأجنبية.

• تعزيز بناء علاقات طويلة الأمد مع الشعوب:

تلعب الدبلوماسية الرقمية دوراً بارزاً في بناء علاقات طويلة الأمد مع الشعوب عن طريق تشجيع الدولة لمواطنيها لاستخدام الدبلوماسية الرقمية لما له من دور هام في تعزيز وجود الدول الاقتصادي والثقافي والسياسي على صعيد كافة دول العالم، ومن الجدير بالذكر أن الإتحاد

الأوروبي يسعى إلى نشر الثقافة الأوروبية وتحويلها إلى أساس لاقتصاديات المعرفة الرقمية من خلال الاستغلال الأمثل لجميع إمكانياته في الدبلوماسية الرقمية.(جميلة علاق، 2019)

• توجيه رسائل متعددة لغاية واحدة:

تتيح الدبلوماسية الرقمية المجال لتوجيه العديد من الرسائل التي تهدف إلى تحقيق غاية واحدة إلى جميع الفئات المستهدفة في آن واحد وذلك من أجل تحقيق أكبر تواصل فعال معهم، ومن هذا المنطلق وبفعل التقدم الكبير في وسائل الاتصال أصبحت المسافات البعيدة بين الدبلوماسيين والجمهور المستهدفة ليست ذات أهمية بالغة كما كانت عليه في السابق، وبعد توجيه الرسائل المتعددة للجمهور المستهدفة يتم مراقبة ردود أفعال الجمهور وتصنيفها مع الرسائل وفقا لنوع التفاعل الذي أظهره نتيجة تعرضهم للرسائل، بالتالي هذه الخطوة تساهم بشكل كبير في فهم رغبات الجمهور وتبادل الأفكار والحوار بعمق معهم من أجل تقييم السياسات المعمول بها من قبل الدولة.

• توفير عوائد مرتفعة بتكلفة قليلة:

إن الدبلوماسية الرقمية لا تتطلب ميزانيات مالية كبيرة لممارستها وبنفس الوقت توفر الكثير من العائدات والأرباح المرتفعة إذا ما تم استخدام أدوات الدبلوماسية الرقمية المجانية بالشكل الأمثل والأنسب من قبل الممارسين لها.

• توفر بيئة سريعة التحرك والاستجابة:

إن الدبلوماسية الرقمية تساهم بشكل كبير في توفير بيئة سريعة التحرك والاستجابة ويتم ذلك من خلال المعرفة بالأحداث الجارية بسرعة كبيرة عن طريق التبادل السريع للمعلومات، كما وأنها تتيح المجال لتحليل المعلومات ذات الأهمية التي يمكن جمعها وتحليلها في سبيل تهيئة المسارات للاستجابة المناسبة لها والتفاعل معها، ومن الجدير بالذكر أن الدبلوماسية الرقمية توفر مساحة لإجراء تحركات سريعة وعاجلة تحقق منافع إيجابية للمصلحة العامة والدولة.(حمودات، 2019)

كما وأستعرض العديد من مخاطر الدبلوماسية الرقمية ومنها:(حمودات، 2019)

• الاستخدام الخاطئ من قبل الدبلوماسيين:

تختلف قدرات المسؤولين بين بعضهم البعض في استخدام أدوات الدبلوماسية الرقمية، فمنهم من يستخدمها بالشكل المناسب والأمثل ويقوم بتوسيع نطاق تفاعله مع الجمهور لصالح دولته ومنهم

من يستخدمها بشكل خاطئ وينطوي في استخدامها على نفسه بالتواصل مع أقاربه وزملاءه من نفس المؤسسة.

وفي سياق متصل إن جميع المعلومات أو الرسائل التي تنشر عبر الإنترنت لا يمكن التراجع عنها، أي أنه وبصريح العبارة "العالم الرقمي لا يوجد به مكان للأسرار"، فالدبلوماسية الرقمية لم تسهل وصول السفراء والحكومات إلى الجماهير مباشرة فقط بل أنها جعلت الجماهير أكثر قدره على معرفة الرسائل السلبية والايجابية أيضاً، فبالتالي نقص المعرفة في استخدام أدوات الدبلوماسية الرقمية سيعود على الدولة بتأثيرات سلبية وأضرار كبيرة لأن التغريدة الخاطئة التي قد ينشرها المسؤول عن دوله أخرى ستتسبب بأزمة سياسية كبيرة للغاية وقد لا يكفي الاعتذار للدولة الأخرى في هذه الحالة، لذلك يجب على الجهات المسؤولة تدريب طواقم متخصصة للتعامل الأمثل مع أدوات الدبلوماسية الرقمية لكي تتجنب المخاطر الناتجة عن الاستخدام الخاطئ للدبلوماسية الرقمية .

• الاستهداف الرقمي:

إن ثقافة "عدم الكشف عن الهوية" تجعل الدبلوماسية الرقمية تواجه تحدياً كبيراً، حيث من الممكن أن يقوم أي شخص في مكان ما أن يتظاهر بأنه شخص آخر في مكان آخر ويقوم بنفس الوقت بالحاق الضرر بجهات محددة مما يتسبب بحدوث أزمة.

• القرصنة:

تواجه الدبلوماسية الرقمية تحدياً من نوع خطير للغاية الى وهو "القرصنة" ، حيث أنه وبالتزامن مع تزايد عدد للمستخدمين لشبكة الإنترنت ازدادت هجمات القرصنة التي تهدف إلى السيطرة على حسابات المستخدمين وإلى الوصول غلى معلوماتهم الشخصية والحساسة، ففي حال تم الاستيلاء على حساب رئيس الدولة أو وزير خارجيتها أو سفراءها أو كبار مسؤوليها وتم استخدام هذه الحسابات في نشر التغريدات المسيئة للجهات الأخرى فبالتأكيد سيؤدي ذلك الأمر إلى أزمات سياسية ويأثر على علاقة الدول ببعضها البعض، ومن الممكن أيضاً أن يتم نشر المعلومات السرية التي تم الحصول عليها نتيجة عملية القرصنة وأن يتم نشرها إلى العلن بالتالي يكون هنالك تهديد لسمعة الدول وقادتها.

• استخدام الدبلوماسية الرقمية لتحقيق أهداف مصرة وغياب قانون دولي ينظمها:

إن تدفق المعلومات ومقارنة السياسات يشجع على إعادة تقييم الإجراءات والسياسات الحكومية المتبعة وهذا يعد أمراً جيداً وإحدى مميزات الدبلوماسية الرقمية التي تم ذكرها سابقاً، وعلى عكس ذلك تمام فمن الممكن أن يكون لها دور كبير في إحداث تأثير سلبي إذ تم استخدام الدبلوماسية الرقمية من قبل الجماعات الإرهابية التي تنتشر في معظم دول العالم في العديد من الاعمال منها التواصل بين الأعضاء والمؤيدين، إضافة إلى عمليتي التجنيد والتعبئة، ومن هنا ممكن أن تساهم الدبلوماسية الرقمية في فرض أجندة معادية وانتشار التطرف في دولة ما من خلال تعبئة مواطنيها من خلال استخدام التقنيات الرقمية، بشكل آخر لا يستطيع أحد تقييد أي منظمة تستخدم الفضاء الإلكتروني لتحقيق أهدافها السيئة بصورة كاملة.

2.7.5 الدبلوماسية الرقمية وتجارب الدول

في هذا القسم من البحث أستعرض أهم الدول الرائدة في مجال الدبلوماسية الرقمية وذلك بناءً على تقارير الدبلوماسية الرقمية العالمية، كما وأوضح أن عدم وجود دول عربية في هذا القسم لكونها لم تحتل مراتب متقدمة في استخدام الدبلوماسية الرقمية حسب التقارير الرسمية الصادرة.

• الدبلوماسية الرقمية الفرنسية:

تولي وزارة الخارجية الفرنسية أهمية بالغة اتجاه الدبلوماسية الرقمية وتعتبر من أوائل الدول التي بدأت في استخدامها حيث أن فرنسا احتلت في تقرير الدبلوماسية الرقمية عام (2016) المرتبة الثانية عالمياً في استخدامها، كما وتطلق فرنسا على الدبلوماسية الرقمية أسم "دبلوماسية التأثير" وذلك نظراً للتأثير الذي يحدثه استخدام هذا النوع من أنواع الدبلوماسية، كما وتهدف فرنسا باستخدامها لدبلوماسية التأثير إلى الدفاع عن مصالح فرنسا الثقافية والاقتصادية والسياسية إضافة إلى أنها تسعى إلى ترسيخ الصورة الذهنية الإيجابية للدولة لدى الجماهير المختلفة بأقل التكاليف.(الاستراتيجية، 2019)

قامت وزارة الخارجية الفرنسية بتأسيس أول موقع الإلكتروني لها عام (1995) كما ويبلغ عدد زوار الموقع (1.7) مليون زائر شهرياً، وكانت فرنسا من أوائل الدول التي قامت وزارة خارجيتها التي استخدمت مواقع التواصل الاجتماعي حيث أنها قامت بإنشاء حساب خاص لها على موقع تويتر المعروف أنه من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً وشيوعاً في

(2009) ايماناً منها أن مواقع التواصل الاجتماعي توفر لها إمكانية تبادل الآراء والحوار مع الجمهور ،ولذلك خصصت الخارجية الفرنسية جلسة تفاعلية شهرية مع الجمهور عبر الموقع ، ولم تكتفي وزارة الخارجية الفرنسية بذلك فحسب بل قامت في عام (2012) بافتتاح حسابات عديدة على مواقع التواصل الاجتماعي المتعددة وقامت بتسميتها باسم (الدبلوماسية الفرنسية)، واستخدمت بهذه الحسابات لغات متعددة ،ومن أبرز الحسابات التي قامت الخارجية الفرنسية بتأسيسها حساب على موقع يوتيوب، وحسابين على الفيسبوك باللغتين الإنجليزية والعربية ،وحسابين على جوجل باللغتين العربية والانجليزية ،إضافة إلى أربع حسابات على موقع تويتر بأربع لغات وهم الإنجليزية والفرنسية والإسبانية والعربية.

وفي ظل سعي فرنسا قدماً بتطوير دبلوماسيتها الرقمية أصبحت أكثر من (280) بعثة دبلوماسية فرنسية حول العالم تمتلك مواقع الالكترونية خاصة بها، كما وأنها تمتلك أكثر من (100) حساب على مواقع التواصل الاجتماعي، وتستخدم أكثر من (15) لغة اجنبية، مع الأخذ بعين الاعتبار أنها تقوم بإنشاء الحسابات على مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر انتشاراً واستخداماً من قبل مواطني الدولة التي تتواجد بها البعثة الدبلوماسية على سبيل المثال تستخدم سفارة فرنسا في الصين موقع (weibo) كونه من أكثر المواقع استخداماً في الصين.

وبحسب ما تم نشره عبر موقع وزارة الخارجية الفرنسية فأن هنالك ثلاث محاور رئيسية لإستراتيجية الاتصال عبر الوسائط الرقمية وهي تعزيز الحوار مع المجتمع المدني سواء داخل فرنسا (المجتمع الفرنسي) أو خارجها (المجتمع الأجنبي)، وتعزيز جانب الخدمات العامة لموقع الدبلوماسية الفرنسية من خلال تحسين وتطوير جودة الخدمات التي يعرضها الموقع بالإضافة إلى دعم شبكة السفارات في مجال الاتصالات عبر الوسائط الرقمية.

ومن الجدير بالذكر أن وزارة الخارجية الفرنسية توفر العديد من الخدمات لشبكتها الدبلوماسية منها توفير نموذج موقع الإنترنت للسفارات أو البعثات في الخارج وتقوم أيضاً بتوفير الدعم في مجال التحرير وأيضاً تعمل على توفير المساعدة عبر الإنترنت أو الهاتف، وفي سياق متصل وضعت الوزارة برنامج تدريبي خاص بجميع الدبلوماسيين الذين يتم ابتعاثهم للعمل في السفارات والبعثات الدبلوماسية الفرنسية المعتمدة لدى الدول الأجنبية تقوم فيه بتدريبهم على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بشكل علمي ومهني ليكونوا المبعوثين الدبلوماسيين الفرنسيين قادرين على مواكبة التطور في مجال الاتصالات.(الدبلوماسية الفرنسية، 2013)

وأخيراً وتأكيداً على اهتمام فرنسا بمجال الدبلوماسية الرقمية فقد قامت بتعيين "دافيد مارتينون" سفيراً لشؤون المجال الرقمي في شهر نوفمبر من العام (2017)، ومن أبرز مهام هذا السفير العمل على القضايا التي تتعلق بالمجال الرقمي والتي تقع أيضاً ضمن نطاق عمل وزارة أوروبا والشؤون الخارجية مثل المفاوضات الدولية بشأن حوكمة الإنترنت والشبكات ، وحرية التعبير عبر الإنترنت ، والمسائل المتعلقة بالملكية الفكرية عبر الإنترنت ، ودعم صادرات منشآت المجال الرقمي بالإضافة الى أمن الفضاء الإلكتروني .(السميع، 2018)

• الدبلوماسية الرقمية الامريكية:

احتلت وزارة الخارجية الامريكية عام (2016) المرتبة الثالثة من بين دول العالم في استخدام الدبلوماسية الرقمية ،وأطلقت الولايات المتحدة الامريكية على الدبلوماسية مصطلح "الدبلوماسية الافتراضية" وتعني بهذا المصطلح ممارسة العمل الدبلوماسي من خلال استخدام الإنترنت والتكنولوجيا الحديثة لمخاطبة شعوب الدول التي لا يوجد بينها وبين الولايات المتحدة الامريكية سفارات أو قنصليات أو أي بعثات دبلوماسية ،وبدوره قال "جون شولتز" الذي شغل منصب وزير الخارجية الأمريكي عام (1985) أن التقارير الدبلوماسية تختلف بشكل كلي عن التقارير الإعلامية حيث أنها تعتبر أهم بكثير بالنسبة لصناع القرار كونها تحتوي في طياتها على تحليل سياسي وليس فقط عبارة عن أخبار صحفية ،وأضاف أيضاً أن التقارير الدبلوماسية الجيدة لا يمكن أن تعتمد على المصادر الصحفية بل يجب أن تعتمد على مصادر خاصة سواء كانت رسمية مثل وزارة الخارجية في البلد المضيف أو غير رسمية وذلك من خلال علاقات الدبلوماسيين مع أفراد الدولة المعتمدين لديها.

إن وزارة الخارجية الامريكية تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي ضرورة هامة كونها تساعدها على قياس ردود الأفعال على التصريحات والقرارات السياسية ،إضافة إلى كونها توفر إمكانية الاتصال المباشر مع الجماهير من كافة الفئات ،ولأهمية ذلك وفي عام (2002) قام كولن بأول بتأسيس أول مكتب خاص بالدبلوماسية الرقمية حيث كان يتبع هذا المكتب بشكل مباشر إلى إدارة مصادر المعلومات في الوزارة التي يشرف عليها نائب وزير الخارجية الأمريكي لشؤون الإدارة بشكل شخصي نظراً لأهميتها ،وفي عام (2003) كان عدد موظفي مكتب الدبلوماسية الرقمية في الوزارة (8) موظفين، وبعد مرور حوالي (8) سنوات أي في عام (2011) أصبح عدد الموظفين في المكتب (80) موظفاً، وجاء هذا الارتفاع في عدد الموظفين نتيجة اهتمام الوزارة

آنذاك بالدبلوماسية الرقمية حيث كانت وظيفة غالبية الموظفين تطوير الدبلوماسية الرقمية الأمريكية من خلال توفير الخدمات الاستشارية، وتبادل المبادرات التي تسخر التكنولوجيا لخدمة الدبلوماسية، والعمل على إنشاء برامج لتسهيل عملية الاتصال وتبادل المعلومات مع العالم الخارجي، ومن الجدير بالذكر أن وزارة الخارجية قامت بتشكيل فريق تواصل رقمي خاص وهو عبارته عن مجموعات متعددة اللغات تقوم بمخاطبة الجماهير (الرأي العام) خارج الولايات المتحدة من أجل الإجابة عن الاستفسارات والتساؤلات التي يوجهوها لهم فيما يخص السياسة الخارجية للولايات المتحدة الأمريكية ويعملون على تعزيزها. (محمود د، 2020)

كما وتعتبر الولايات المتحدة الأمريكية الدبلوماسية الرقمية مهمة جداً كونها تهدف من خلالها إلى تحقيق ما لم تستطع تحقيقه بواسطة الوسائل العسكرية، وتقوم من خلالها أيضاً بإدارة سياستها الخارجية وتفاعلاتها الدولية، ومن الجدير ذكره أن الولايات المتحدة الأمريكية تعتبر من أقوى دول العالم، وتعد من أكثر الدول في العالم التي توظف وسائل الاتصال في العمل الدبلوماسي، ويتبين ذلك من خلال وجود العديد من المظاهر، فوزارة الخارجية الأمريكية تمتلك أكثر من (194) حساب على موقع تويتر ويبلغ عدد اللغات التي تغرد بها (7) لغات، بينما تمتلك الوزارة أكثر من (200) حساب على موقع فيسبوك، ووفقاً لتقديرات الصادرة عن وزارة الخارجية الأمريكية فإن لديها القدرة على الاتصال المباشر وبوقت واحد بأكثر من (15) مليون شخص في جميع أنحاء العالم.

وكما هو معروف أنه وفي عام (1979) قطعت الولايات المتحدة الأمريكية علاقتها مع إيران وذلك بسبب اقتحام السفارة الأمريكية في إيران واحتجاز موظفين السفارة كرهائن لمدة (444) يوم، إلى أن الولايات المتحدة الأمريكية قامت في شهر ديسمبر عام (2011) بتأسيس سفارة افتراضية لها في إيران تقوم من خلالها بالتواصل مع الجمهور الإيراني بشكل مباشر باللغة الفارسية من خلال تقديم المعلومات لهم حول تأشيرات الدخول إلى الولايات المتحدة الأمريكية إضافة إلى أنها تعرض عليهم برامج للبعثات والمنح الطلابية. (مستور، 2020)

وفي سياق متصل وعقب الأزمة التي حدثت مؤخراً بين الولايات المتحدة الأمريكية وإيران إثر قيام الجيش الأمريكي باغتيال قائد فيلق القدس ومهندس العمليات العسكرية الخارجية قاسم سليماني في الثالث من يناير عام (2020) تم رصد ومتابعة تغريدات وزير الخارجية الأمريكي ونظيره الإيراني على موقع تويتر حيث لوحظ أن الدبلوماسية الرقمية التي يمارسها وزير

الخارجية الأمريكية تتفوق على التي يمارسها نظيره الإيراني حيث أن الأمريكي يروج لوجهه نظر بلاده ومواقفها ويعمل على حشد التأييد لها والتغريدات التي يتم نشرها عبر حسابه تجد صدى كبير لدى الصحفيين وتجذب جمهوراً جديداً ويعود السبب في ذلك إلى أن تغريداته عبر تويتر توفر معلومات للجمهور والصحفيين حول الاتصالات التي يقوم بها وبشكل تلقائي تتحول من تغريدة إلى خبر صحفي وربما تقرير صحفي، بينما يتبع وزير الخارجية الإيراني استراتيجية بروباجندا المصطلحات والعبارات الرنانة والعناصر المرئية وذلك بهدف دغدغة مشاعر المتعاطفين ولكن هذه الاستراتيجية لا يمكن أن يصنع منها خبراً ولا تصل إلى جمهور جديد كالدبلوماسية الرقمية الأمريكية. (الشيخ، 2020)

كما وأضيف العديد من أبرز المظاهر التي تؤكد على اهتمام الولايات المتحدة الأمريكية بالدبلوماسية الرقمية حيث قامت وزارة الخارجية الأمريكية بإنشاء موقع الحوارات الديمقراطية عام (2006) وهو يعتبر موقع تفاعلي يهدف إلى تعزيز النقاش والحوار حول الديمقراطية، كما ويتم طرح التجربة الأمريكية في الديمقراطية بشكل دائم ويستخدم أيضاً هذا الموقع العديد من اللغات.

وفي عام (2007) قامت الخارجية الأمريكية أيضاً بإنشاء موقع ديب نوت وكان الهدف آنذاك من إنشاء الموقع هو تعزيز الحوار بين الدبلوماسية الأمريكية ومتلقي الرسائل الدبلوماسية منها، وكان المبدأ الرئيسي لهذا الموقع يقوم على تقبل جميع ردود الأفعال مهما كانت لهدفين الأول هو التعرف على الطريقة التي يفكر بها الجماهير اتجاه السياسة الخارجية للولايات المتحدة الأمريكية والهدف الثاني العمل على معالجة بعض القضايا التي يتم طرحها بما يخص السياسة الخارجية الأمريكية، وفي عام (2009) تم استحداث إضافة نوعية على الموقع وهي إعلام الجماهير بجهود وخطابات وزير الخارجية الأمريكي بشكل مسبق إضافة إلى ترجمه خطابات رئيس الولايات المتحدة الأمريكية إلى العديد من اللغات لتصل إلى أكبر قدر ممكن من الجماهير التي لا تتحدث باللغة الإنجليزية.

وفي عام (2011) تم تأسيس موقع فضاء الرأي من قبل الخارجية الأمريكية وبالتعاون والشراكة مع جامعه كاليفورنيا حيث أن هذا الموقع يتيح الفرصة للجماهير من مختلف انحاء العالم بإبداء آراءهم في المجالات السياسية والاقتصادية، والتعبير عن وجهات نظرهم في القضايا العالمية

المعاصرة وبدورها تقوم إدارة الموقع بتصنيف المحتوى المنشور من قبل الجماهير بهدف الاستفادة منه. (خليفة، 2017)

كما وأشار إلى دراسة تريبلوماسي لعام (2018) التي تجريها شركة (Burson & Wolfe) المتخصصة في العلاقات العامة والأعلام التي بينت أن الرئيس الأمريكي السابق دونالد ترامب كان أكثر رئيس من بين رؤساء دول العالم يمتلك أكبر عدد متابعين لحسابه الشخصي على موقع تويتر حيث بلغ عدد المتابعين لحسابه الشخصي حوالي (52) مليون متابع أما حسابه الرسمي فكان يحظى بمتابعة (23) مليون متابع أي أنه احتل المرتبة الخامسة عالمياً من حيث الحسابات الرسمية الأكثر متابعة لرؤساء الدول.

ومن الجدير بالذكر أن الرئيس الأمريكي دونالد ترامب كان يضع الدبلوماسية الأمريكية في خطر بالغ ووضع نستطيع القول بأنه متقلب وغير مستقر على إثر استخدامه موقع تويتر حيث كان يوجه العديد من التهديدات السياسية من خلال حسابه الشخصي وتضمنت هذه التهديد الصين وروسيا وسوريا وإيران وغيرها إضافة إلى تهديد الدول الأعضاء في الأمم المتحدة الذين عارضوا نقل السفارة الأمريكية من تل أبيب إلى القدس، ويضيف الباحث هنا أن الرئيس السابق دونالد ترامب توجه لكسب السلبات التي تنتجها الدبلوماسية الرقمية التي قام بذكرها الباحث سابقاً أكثر من إيجابيتها.

وأرى أن الاهتمام البالغ بمتابعه تغريدات ترامب كان دائماً يحمل في طياته (الانتقاد) حيث أن الصين قامت بالرد على تعليقات ترامب المسيئة لها بمقال يحمل عنوان (الإدمان على دبلوماسية تويتر) حيث جاء في المقال أن التغريد عبر تويتر ليس دائماً ما يكون وسيلة مناسبة لممارسة العمل الدبلوماسي، وإن هذا النوع من التغريدات قد يؤدي إلى مخاطر لا يمكن التحكم بها. (الدبلوماسية الرقمية وتوظيفها عند الرئيس الأمريكي دونالد ترامب_ الجزائر، 2020)

• الدبلوماسية الرقمية في بريطانيا:

شهد عام (2007) بداية ظهور الدبلوماسية الرقمية في بريطانيا، حيث أن وزاره الخارجية البريطانية قامت بإطلاق أول مدونة رسمية في العالم، ويشير تقرير الدبلوماسية الرقمية لعام (2016) والصادر عن مركز إسطنبول للشؤون الرقمية أن بريطانيا قد احتلت المرتبة الأولى عالمياً في استخدام الدبلوماسية الرقمية حيث انها تفوقت على العديد من الدول المتقدمة في هذا

المجال مثل الولايات المتحدة الأمريكية وفرنسا وإسرائيل وغيرها من الدول، والسبب في ذلك يعود إلى أن بريطانيا تستخدم أكبر قدر ممكن من شبكات التواصل الاجتماعي ومواقع الإنترنت وذلك بالعديد من اللغات في سبيل تحقيق أهداف دبلوماسيتها العامة.(الصبور، 2021)

ويقول المتحدث باسم الحكومة البريطانية في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا إدوين سموأل أن الكثير من المنظمات مثل داعش والحكومات مثل روسيا يستخدمون منصات عبر مواقع التواصل الاجتماعي للوصول إلى الجماهير، ولكن بريطانيا دائم تسعى إلى استخدام أفضل لهذه المنصات حيث أنه قال "نحن من أول دول العالم التي استخدمت وسائل التواصل الاجتماعي والاعلام الرقمي للتواصل مع الجمهور، ونحن الآن نعلم أن الكثيرون يستخدمون هذه الوسائل بشكل مكثف"، كما وشدد سموأل على ضرورة قيام الدبلوماسية المعاصر بالتواصل مع كافة فئات وشرائح المجتمع، وأكد أن الحكومة البريطانية تؤمن أن الحوار لا يكون فقط مع الحكومات بل مع الشعوب أيضاً، وشدد على أن حكومته تتيح المجال للجماهير للتعبير عن آراءهم من خلال المنصات الاجتماعية التي تعود ملكيتها للحكومة البريطانية.

وفي سياق متصل أكد سموأل أن الحكومة البريطانية تحاول توفير كافة المعلومات المتعلقة بالموقف البريطاني بما يخص القضايا الساخنة في المنطقة، وفي أغلب الأحيان يتم نشر تصريحات الدبلوماسيين البريطانيين مترجمة باللغة العربية لكي يتسنى للجمهور العربي الاطلاع عليها، بالإضافة إلى أنها تقوم بإصدار تقارير دورية حول الدول العربية مثل اليمن وفلسطين وسوريا والعراق، كما ويتم نشر قصص صحفية تجذب انتباه الجماهير العربية تحمل عناوين جذابة وملفته مثل رمضان في بريطانيا أو المسلمين في الجيش البريطاني.

وأضاف سموأل أن الحكومة البريطانية بشكل عام تركز على استخدام مواقع فيسبوك وتويتر وسناب تشات ويوتيوب وانستغرام، كما ويشير سموأل إلى أن المنصات البريطانية باللغة العربية لا يوجد فيها فريق عمل كبير كسائر معظم الفرق الالكترونية ومع ذلك فإن فريق العمل البريطاني يعمل بجهد و طاقة كبيرة على انتاج محتوى متنوع وجديد يجذب انتباه الجمهور، وأكد أيضاً على أن المحتوى التي يتم نشره عبر المنصات البريطانية لا يتم ترويجه أي أنه بدون إعلانات ممولة، وأضاف أن الفريق يقوم بالتركيز على نشر الصور إضافة إلى المحتوى الكتابي كون الصور تلفت انتباه المستخدمين بشكل أكبر حسب اعتقاده، ومن الجدير ذكره أن حساب

وزارة الخارجية البريطانية على موقع تويتر يحظى بمتابعة أكثر من (212) ألف متابع، وحسابهم على موقع فيسبوك يحظى بمتابعة أكثر من (140) ألف. (سموأل، 2017)

ويعد جون كاسن وهو السفير البريطاني لدى مصر الشخصية البريطانية الأبرز والأنشط باستخدام الدبلوماسية الرقمية حيث أنه يمتلك حساب على موقع تويتر ويحظى بمتابعه أكثر من (750) ألف متابع مصري، وتتميز تغريداته التي يغرد بها عبر صفحته بالبساطة والتنوع في المواضيع المطروحة سياسية، اقتصادية، اجتماعية، ثقافية، ترفيهية، ودائماً ما يسعى إلى نقل صور إيجابية عن بلده بريطانيا، ومن الجدير ذكره أنه يغرد باللغة العربية وباللهجة المصرية الأصلية ومن الأمثلة على تغريداته "وجودي في مصر (3) سنوات أظهر لي مواهب وطاقات وإمكانيات شباب مصر، عشان كده هندعمهم ونديهم الفرص لتحقيق إمكاناتهم وتطوير بلادهم" وأشار في هذه التغريدة إلى مشروع مولته بريطانيا لدعم الشباب في مصر بحوالي (47) مليون جنيه مصري. (العال د، 2018)

• الدبلوماسية الرقمية في الهند:

يشير تقرير الدبلوماسية الرقمية الصادر عن مركز إسطنبول للشؤون الرقمية عام (2016) والذي يقيس استخدام الدبلوماسية الرقمية لأكثر من (210) من وزارات الخارجية حول العالم أن الهند قد احتلت المرتبة السابعة من بين دول العالم في استخدامها للدبلوماسية الرقمية.

إن الدبلوماسية العامة الهندية تعود إلى أيام (شاناكيا) التي دافعت عن جودة الاستماع كواحدة من أهم سمات الملك المثالي، وإيماناً من الهند أن الحوار مع الجماهير بشكل يومي يعد محورياً رئيسياً من محاور الدبلوماسية العامة مع التقدم والتطور الكبير في وسائل الاتصال، وتهدف الدبلوماسية الرقمية الهندية بشكل أساسي إلى إيصال رسائل حول السياسة الخارجية للهند وقراراتها إضافة إلى نشر الثقافة الهندية في مختلف أنحاء العالم عن طريق إنتاج أفلام وثائقية وكتب وغيرها.

تعتبر الهند مواقع التواصل الاجتماعي أداة ضرورية وهامة في عملية الحوار مع الجماهير كونها تحقق الاتصال ثنائي الاتجاه بشكل كبير ويعود ذلك إلى أن معظم سكان العالم في القرن الواحد والعشرين يمتلكون حسابات على هذه المواقع، ومن هذا المنطلق قامت وزارة الخارجية الهندية وبالتحديد قسم الدبلوماسية العامة عام (2010) بإنشاء حساب رسمي على موقع تويتر وكانت أول تغريدة تم مشاركتها عبر الحساب هي " هذا هو الحساب الرسمي على تويتر لقسم

الدبلوماسية العامة بوزارة الشؤون الخارجية"، وبعد ذلك بمدة زمنية قصيرة قام قسم الدبلوماسية العامة إضافة إلى سفارات وممثلات الهند حول العالم بإنشاء العديد من الحسابات الرسمية على مختلف مواقع التواصل الاجتماعي وأبرزها (Facebook, you tube ,blogger).

وفي شهر ديسمبر عام (2010) نظم قسم الدبلوماسية العامة بوزارة الخارجية أول مؤتمر للهند حول الدبلوماسية الرقمية في نيودلهي وذلك بالتعاون مع مركز الدراسات الإعلامية الهندية، ومن الجدير بالذكر أن وزارة الخارجية الهندية حصلت على جائزة الحكومة الإلكترونية الأولى عام (2010) نتيجة للاستخدام المبتكر لوسائل التواصل الاجتماعي في الحكومة، وحصلت أيضاً على الجائزة الثانية عام (2011) كونها تعد أول وزارة مركزية في حكومة الهند تستخدم بشكل استثنائي وسائل التواصل الاجتماعي في الحكومة. (الدبلوماسية الرقمية)

• الدبلوماسية الرقمية في تركيا:

يشير تقرير الدبلوماسية الرقمية الذي تم إعداده من قبل مركز الدراسات الرقمية في اسطنبول عام (2016) أن حساب الرئاسة التركية باللغة التركية احتل المركز الأول على منصة تويتر وذلك من حيث التفاعل بين الحسابات الرئاسية على مستوى جميع دول العالم حيث أن عدد التفاعلات بلغ (7.666.259) تفاعل، بينما احتل حساب الرئاسة التركية باللغة الإنجليزية على منصة تويتر المركز الثامن.

وكان التقرير قد درس أكثر من (7.790) حساب على منصات التواصل الاجتماعي المتعددة تعود إلى رؤساء الدول ورؤساء الحكومات والسفارات والدبلوماسيين بالإضافة إلى وزراء الخارجية ومن أبرز المنصات التي درسها التقرير انستغرام وفيسبوك وتويتر.

كما وبين التقرير أن الصفحة الشخصية للرئيس التركي رجب طيب أردوغان احتلت المركز السادس بين الرؤساء من حيث الاستخدام الأفضل لمنصة فيسبوك، واحتلت صفحته أيضاً المركز الخامس من حيث الحصول على أعلى عدد إعجابات، أما بما يخص منصة تويتر فقد احتل الحساب الشخصي للرئيس التركي المركز الخامس من حيث أكثر الحسابات الشخصية نشاطاً للرؤساء كما بينت الأرقام التفاعلية.

وفي سياق متصل احتلت الصفحة الرسمية لرئاسة الوزراء التركية المركز الخامس من بين الصفحات التي تعود لرئاسات الوزراء في جميع أنحاء العالم على منصة فيسبوك، وبين التقرير

أيضاً أن وزير الخارجية التركي مولود جاويش أوغلو احتل المركز الثاني على منصة تويتر من بين نظرائه في العالم وذلك من حيث أعداد تغريداته التي غردها على تويتر، والإعجاب بها وإعادة نشرها.

وصرح رئيس مركز الدراسات الرقمية في إسطنبول لوكالة اناضول قائلاً "أن التقرير ركز على التفاعلية على وسائل التواصل الاجتماعي، وليس على عدد المتابعين"، وأضاف أنه من السهل زيادة عدد المتابعين ولكن من الصعب تحويلهم إلى متفاعلين لذلك عنصر التفاعلية يعد أهم من عنصر الأعداد.(أوغلو، 2017)

أشير إلى أن جمهورية تركيا تهتم بشكل كبير بالدبلوماسية الرقمية ودائماً ما تسعى إلى التواصل مع الجماهير من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، ويأتي الاهتمام التركي الكبير بالدبلوماسية الرقمية بسبب حرصها على مواكبة التطور والتقدم التكنولوجي إضافة إلى موقعها الجغرافي الاستراتيجي فهي تقع في قارتي اسيا وأوروبا كما أنها تلعب دوراً سياسياً بارزاً في المنطقة.

كما وأذكر العديد من الأمثلة التي تؤكد حرص الحكومة التركية على النهوض بواقع الدبلوماسية الرقمية فوزارة الخارجية التركية كانت قد أعلنت عن نيتها عقد منتدى دبلوماسي في مدينة انطاليا التركية يحمل عنوان (الدبلوماسية في العصر الرقمي) وذلك بيوم (27) مارس عام (2020) ولكن تم إعلان تأجيل هذا المؤتمر من قبل وزارة الخارجية التركية بسبب تفشي فايروس كورونا، وكان من المقرر أن يشارك في المنتدى العديد من السياسيين وصناع القرار والدبلوماسيين والأكاديميين من مختلف أنحاء العالم.(الكويتية، 2020)

وفي سياق متصل تقوم الحكومة التركية بشكل دوري بإعطاء دورات للدبلوماسية الرقمية حيث أن مساعد وزير الخارجية التركي يافوز كيران قام بنشر تغريدة عبر صفحته الشخصية على منصة تويتر يقول فيها "تناولنا الدبلوماسية الرقمية واستراتيجيات بلدنا في هذا المجال خلال برنامج تدريب الدبلوماسية الرقمية للدبلوماسيين الشباب في منظمة التعاون الإسلامي".(kiran، 2020)

اما السفير التركي في الدوحة (مصطفى كوكسو) كان قد عقد اجتماعاً موسعاً مع عدد من صانعي المحتوى وأبرز الشخصيات المؤثرة من مشاهير وسائل التواصل الاجتماعي في قطر، وأكد السفير خلال اجتماعه معهم على العديد من النقاط حيث أنه صرح قائلاً "الثورة في

تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وخاصة الاستخدام الواسع لمنصات التواصل الاجتماعي، أثرت بشكل كبير على الطرق التي ندير بها الدبلوماسية".

كما وأوضح السفير في اجتماعه أن "منصات التواصل الاجتماعي وسائل فعّالة للتواصل الدبلوماسي فهي تمكننا من إيصال رسالتنا مباشرة بطريقة أسرع وبأقل تكلفة وتوسيع نطاق وصولنا خارج الحدود التقليدية".

وأشار السفير إلى أن "السفارة التركية في الدوحة، تستخدم بنشاط جميع حسابات وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة". كما وأكد السفير على ضرورة التعاون والتواصل مع المتخصصين والخبراء في وسائل التواصل الاجتماعي أثناء ممارسة الدبلوماسية الرقمية. (سفير تركيا بالدوحة ييلتقي مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي في قطر، 2020)

ومن الجدير ذكره أنه وخلال تفشي جائحة كورونا زاد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي من قبل رؤساء الدول والحكومات ووزراء الخارجية وغيرهم حيث أن الرئيس التركي عقد الكثير من اللقاءات عبر الإنترنت ومنها قمة رباعية ضمت كل من الرئيس الفرنسي ماكرون والمستشارة الألمانية ميركل ورئيس الوزراء البريطاني جونسون. كما وشارك الرئيس التركي في أعمال قمة القادة الاستثنائية لمجموعة العشرين بنفس الطريقة.

أما على صعيد وزير الخارجية التركي مولود تشاوش أوغلو فكان قد شارك بالكثير من الاجتماعات الدولية عبر تطبيق (Zoom) وعبر الفيديو كونفرنس أيضاً، وبهذا الصدد يذكر الباحث أهمها حيث أنه التقى مع (154) سفيراً، وشارك أوغلو أيضاً في الاجتماع الذي نظمه المجلس الأطلسي ومؤسسة التراث التركي واجتماع وزراء خارجية الناتو (kalsin, 2020).

• الدبلوماسية الرقمية في إسرائيل:

بدأت إسرائيل باستخدام الدبلوماسية الرقمية بعد إدراكها لأهمية دور الاعلام الرقمي في إحداث تغييرات اجتماعية وسياسية عام (2011) وذلك بالتزامن مع نشوب الثورات في الدول العربية حيث اعتبرت إسرائيل أن هذه فرصة لا تعوز لاختراق الرأي العام العربي من خلال التواصل مع أفراد الشعوب العربية للتأثير على مواقفهم بما يخص الصراع العربي الإسرائيلي.

في السابق فشلت إسرائيل بتحسين صورتها امام مختلف دول العالم وتعرضت إلى الكثير من الانتقادات كونها تميل دائماً إلى استخدام القوة العسكرية وهذا يعتبر السبب الرئيسي الذي دفعها

إلى تبني برنامج يطلق عليه اسم "الهاسبارة" ويحمل هذا الاسم معنى الشرح والتفسير، إن هذا البرنامج يهدف بشكل رئيسي إلى شرح وجهات نظر الحكومة الإسرائيلية ومواقفها إزاء الصراع العربي الإسرائيلي بطريقة أحادية الجانب إضافة إلى قيامها من خلال البرنامج بترويج إسرائيل بصورة إيجابية إلى الجمهور العربي والغربي من خلال تبرير أعمال العنف والجرائم الإنسانية التي تمارس ضد الشعب الفلسطيني.

أدركت إسرائيل أن برنامج "الهاسبارة" الذي قامت بتبنيه لا يستطيع مجاراة الدبلوماسية الرقمية كون الدبلوماسية الرقمية تقوم بشكل أساسي على مبدأ الحوار وإشراك الجماهير في مناقشة القضايا المختلفة أما البرنامج يقوم على مبدأ الاتصال أحادي الجانب، ومن هذا المنطلق تبنت وزارة الخارجية الإسرائيلية الدبلوماسية الرقمية بشكل سريع، وقامت بإنشاء قسم للدبلوماسية الرقمية في الوزارة ووظفت فيه العديد من الكفاءات والتي كانت مهمتهم الرئيسية تأسيس ومتابعة عشرات الصفحات الإسرائيلية على مواقع التواصل الاجتماعي، ومن أبرز الصفحات التي تم تأسيسها لمخاطبة الجمهور العربي عبر منصة تويتر ومنصة فيسبوك صفحة إسرائيل في الخليج، وإسرائيل بالعربية، وإسرائيل باللهجة العراقية، كما وقامت العديد من الشخصيات الإسرائيلية البارزة بتأسيس صفحات مثل صفحة الناطق باسم الجيش الإسرائيلي (أفخاي ادري) باللغة العربية والذي يعمل بشكل مستمر على تبرير جرائم الجيش الإسرائيلي ضد الشعب الفلسطيني ويحظى بعدد كبير من المتابعين والمتفاعلين العرب.

وفي عام (2016) قامت وزارة الخارجية الإسرائيلية باستضافة أول مؤتمر دولي تم عقده حول الدبلوماسية الرقمية في جامعة تل أبيب، وشارك في المؤتمر العديد من الخبراء والدبلوماسيين من مختلف أنحاء العالم، وقامت إسرائيل عام (2017) بعقد المؤتمر الدولي الثاني الذي ناقش دور الدبلوماسية الرقمية في السياسة الخارجية للدول ومستقبلها. (شلش، 2021)

أشير إلى أنه وبالرغم من أن وزارة الخارجية قد وظفت الكثير من الخبرات في مجال الدبلوماسية الرقمية إلى أن التركيز الأكبر يقع على عاتق ومسؤولية جيش الاحتلال الإسرائيلي الذي يعتمد بشكل أساسي في استخدام الدبلوماسية الرقمية على علم الهندسة الاجتماعية، وهذا العلم بدوره يهدف تغيير قناعات الشعوب تدريجياً من خلال دراسة خصائصها النفسية وتقديم محتوى إعلامي مقبول لديها.

كما وأشار إلى أن الإحصائيات أثبتت أن الشرق الأوسط يعيش فيه حوالي (280) مليون عربي، من بينهم (145) مليون يستخدمون الإنترنت، كما وأشارت الإحصائيات إلى أن (100) مليون منهم يستخدمون موقع الفيسبوك، والبقية يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى مثل سناب شات وإنستغرام وتويتر ومعظمهم من فئة الشباب، وبناء على ما أثبتته استطلاعات الرأي أيضاً أن (90%) من الشباب العرب يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لذلك وبناءً عليه اتبعت الحكومة الإسرائيلية استراتيجية مخاطبة الشباب العربي، إيماناً منها أن استغلال هذا الواقع الافتراضي هو السبيل الوحيد لاختزال عقولهم والتأثير فيها.

كما احتلت وزارة الخارجية الإسرائيلية في العام (2016) المركز الثامن على مستوى العالم في استخدام الدبلوماسية الرقمية، وفي عام (2018) لوحظ تقدم إسرائيلي واضح في استخدام الدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية حيث أنها احتلت المركز الرابع، وجاء ذلك بعد ادراكها أن القوة العسكرية أثبتت فشلها في حل الصراع مع العرب وباتت القوة الناعمة هي الأمل لحل هذا الصراع، وقال المدير العام لوزارة الخارجية الإسرائيلية يوفال روتوم في تصريح له حول الدبلوماسية الرقمية "صارت إسرائيل تتواصل مع جماهير جديدة بشكل يتجاوز الحدود التي كان يستحيل تخطيها فيما مضى، لتفتح بالتالي قنوات اتصال شخصية تسمح لنا بإنجاز مستقبل من التعاون والشراسة".

على سبيل المثال فإن صفحة "إسرائيل تتكلم بالعربية" استطاعت أن تجذب أكثر من (1.8) مليون متابع عربي، وذلك من خلال المحتوى المتنوع التي تقوم بمشاركته مع الجمهور مثل الموسيقى والابتكار والمطبخ الإسرائيلي مما ساهم ذلك في زيادة الانتشار والتوسع، حيث صرح رئيس قسم مواقع التواصل الصادرة باللغة العربية في وزارة الخارجية الإسرائيلية يوناتان جونين قائلاً "نتلقى رسائل أسبوعياً من رواد الأعمال والمتحمسين للتكنولوجيا من مختلف الدول العربية المهتمين بالتعرف على الشركات الناشئة الإسرائيلية وفرص التعاون معها"، كما بلغ عدد المتفاعلين مع القنوات الإسرائيلية الأخرى عبر مواقع التواصل الاجتماعي حوالي (220) مليون من العالم العربي. (الاستراتيجية، الدبلوماسية الرقمية وتأثيرها على الصراع العربي الإسرائيلي، (2019)

ومن الجدير بالذكر أن الخطاب الإعلامي الإسرائيلي باللغة العربية في القنوات الاتصالية التفاعلية يعتمد على العديد من الاستراتيجيات، ويذكر الباحث أهمها وهي استخدام ممارسي

الدبلوماسية الرقمية اللغة الاستعلائية بالإضافة إلى إظهار التفوق الإسرائيلي العلمي والتكنولوجي والحضاري على شعوب الدول الأخرى، كما والتركيز على الروابط التاريخية والثقافية بين العرب والإسرائيليين ، بالإضافة إلى لفت الأنظار إلى ما تُطلق عليه الحكومة الاسرائيلية الأخطار المشتركة، وذلك من خلال مهاجمة حزب الله إيران وحركة حماس باعتبارهم جميعاً يشكلون تهديداً لأمن واستقرار منطقة الشرق الأوسط .

كما أشير إلى أن الخطاب الإسرائيلي يتميز بتلميع صورة دولة الاحتلال والجيش الإسرائيلي وإظهارهم على يتمتعون بالإنسانية من خلال نشر صور لجنود إسرائيليين وهم يساعدون مسناً على شق الطريق، أو من خلال تقديم التهاني للفلسطينيين في المناسبات الدينية والوطنية، إضافة الى تبني الخطاب الدعائي المضاد للرواية الفلسطينية، بحيث يعمل على شيطنة الشعب الفلسطيني ومقاومته، واعتبارهما سبباً رئيسياً في حروب المنطقة ودمارها. (الدبلوماسية الرقمية الاسرائيلية لتلميع صورة الاحتلال في المنطقة، 2021)

2.8 واقع الدبلوماسية الرقمية الفلسطينية:

تشير الدراسات السابقة إلى أن دولة فلسطين تحتل مرتبة متأخرة في استخدام الدبلوماسية الرقمية من بين مختلف دول العالم بحيث احتلت عام (2016) المرتبة (72) لتراجع في تصنيفها عام (2018) لتحتل المركز (82)، ويشير الباحث إلى أن دولة فلسطين تحتل مركز متأخر جداً وتقترب في تصنيفها من حيث استخدام الدبلوماسية الرقمية لدول مثل أفغانستان ونيبال وبوليفيا على الرغم من أهمية القضية الفلسطينية التي تعتبر قضية محورية في الشرق الأوسط.

وفي سياق متصل أكد الخبير في مجال الإعلام الرقمي عمار جمهور على عدم وجود حالة حقيقية تعرف بالدبلوماسية الرقمية الفلسطينية مشيراً إلى أن الكثير من الدبلوماسيين الفلسطينيين لا يدركون أهمية الدبلوماسية الرقمية أو أهدافها بل وحتى مفهومها.

تشير الدراسات السابقة أن الضعف الذي تشهده الدبلوماسية الرقمية الفلسطينية واضح وملحوس ويعود السبب في ذلك إلى عدم وجود استراتيجية لدى وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية لاستخدام الدبلوماسية الرقمية وذلك يتبين من خلال العديد من المؤشرات منها (التواجد) حيث أن وزارة الخارجية والمغتربين لا يوجد بها دائرة أو قسم مختص بالدبلوماسية الرقمية بغض النظر عن وجود وحدة إعلام تقوم بأنشطة إعلامية إخبارية لا ترتقي لمستوى الدبلوماسية الرقمية

،إضافة إلى مؤشر آخر وهو (التفاعل) حيث أن المنصات الرقمية التابعة لوزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية لا تشهد تفاعلاً من الجمهور المتلقي، علماً أن وزارة الخارجية تستخدم العديد من المنصات الرقمية باسم وحدة الإعلام في وزارة الخارجية الفلسطينية، ومن ضمن هذه المنصات الموقع الإلكتروني الرسمي لوزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية، بالإضافة إلى حساب على موقع تويتر باسم وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية، وحساب على منصة فيس بوك باسم وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية، إضافة إلى قناة يوتيوب تحمل اسم وحدة الإعلام بوزارة الخارجية والمغتربين وموقع غوغل بلس وفليكر، وعلى الرغم من استخدامها لهذه المنصات المتنوعة ، فإن الوزارة لا تجيد استخدامها بالطريقة الصحيحة ،حيث أنها لا تستخدم اللغات المختلفة والمتنوعة في مخاطبة الشعوب وتعريفها بالقضية الفلسطينية، مع الإشارة إلى أنها تستخدم اللغة العربية فقط ، ولا تتيح المجال لفتح مساحات للحوار بالقدر المطلوب مع الشعوب الأخرى، كما وأشارت الدراسات إلى أن التفاعل الشعبي والخارجي عليها شبه معدوم، فعدد المتابعين على موقع الفيسبوك لغاية شهر نيسان من عام (2019) كان (120،22) متابعاً فقط ، كما وكان عدد المتابعين على صفحة الوزارة على تويتر يبلغ (962) متابعاً، بينما كان عدد المتابعين على قناة يوتيوب (37) متابعاً فقط ، كما كان عدد المتابعين على جوجل بلس (69) متابعاً فقط.

أما على صعيد المؤشر الثالث (المواكبة) للمحتوى ولآخر التطورات الإلكترونية، فقد افترقت الصفحات التي تتبع الى وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية إلى الفنون الإخبارية الحديثة في النشر كالرسوم المعلوماتية (Infographics)، والفيديوهات القصيرة المعروفة بـ(Motion Graphic). (ابو الروس، 2019)

أما على صعيد الدبلوماسية الرقمية الفلسطينية الغير رسمية فيشير الباحث الى أنها اعتبرت أكثر نشاطاً وتأثيراً من الدبلوماسية الرقمية الفلسطينية الرسمية، حيث تم تشكيل مجموعة شبابية فلسطينية تحمل اسم "جيش الهبد الإلكتروني"، وذلك في شهر أيار عام (2019) على مواقع التواصل الاجتماعي، وتقوم هذه المجموعة بتوجيه خطابات رقمية للمنشورات التي تستهدف القضية الفلسطينية ومراكزها، وللمواقع الإسرائيلية والشخصيات العامة والشخصيات الاعتبارية الدولية، وأطلقت هذه المجموعة حملة حملت اسم "اهبد 194"، كما ووصل عدد متابعي الحملة إلى (48) ألف متابع.

كما ويوجد وجود فرق عمل رئيسية تعمل ضمن اطار جيش الهبد الالكتروني ومن أهم الفرق كان فريق الرصد والذي يعمل بدوره على تحديد الهدف الذي سيتم التوجه لهبده ،إضافة إلى فريق الترجمة وهو فريق يضم مترجمين متطوعين يتقنون حوالي (15) لغة، كما وفريق التصميم والمونتاج الذي يتكون من مصممين متطوعين يعملون على تحويل المحتوى النصي إلى مرئي، بالإضافة إلى فرقة الاشتباك ومهمتها الرئيسية الدخول في مناقشات طويلة مع غير العارفين بالقضية عبر محادثات خاصة، ومتطوعي الحملة ويقدر عددهم بالآلاف حيث أنهم يتفاعلون مع منشورات الحملة ويعلقون عليها.

ومن الجدير بالذكر أن "حملة اهبد 194" ساهمت بشكل كبير في تعزيز الحضور الرقمي الفلسطيني في ظل غياب الدبلوماسية الرقمية الفلسطينية الرسمية حيث كان لها الكثير من الإنجازات الهامة يذكر الباحث العديد منها مثل توجّه جيش الهبد الإلكتروني إلى أعضاء البرلمان السويدي في شهر أيلول عام (2019) وذلك بعدما تم نشر خبر مضمونه أن البرلمان السويدي سيعقد جلسة لمناقشة قطع المساعدات عن وكالة الأمم المتحدة لإغاثة وتشغيل اللاجئين الفلسطينيين (الأونروا) وذلك في شهر أكتوبر عام (2019)، حيث أن الحملة ساهمت من خلال مخاطبة (30) نائباً سويدياً في التأثير على قرار البرلمان، حيث أصدر البرلمان قراراً داعماً للشعب الفلسطيني وللأونروا، وأشار إلى مثال آخر حيث نظم جيش الهبد الإلكتروني في شهر نيسان عام (2020) حملة "هبد" لقناة الجزيرة مباشر، وذلك على خلفية نشرها إحصائيات كورونا حول العالم دون التزامها بإحصائية وزارة الصحة الفلسطينية حيث أنها اعتمدت رقماً يستثني الحالات في مدينة القدس، بدورها قامت قناة الجزيرة مباشر بالاستجابة للحملة وحذف ما نشرته.

وفي سياق متصل أجبر جيش الهبد الإلكتروني الكونغرس اليهودي في شهر نيسان عام (2019)، إلى جعل صفحته الرسمية على منصة فيسبوك من عالمية الظهور إلى محددة الظهور جغرافياً، وذلك بعد قيام جيش الهبد بنشر مجموعة من التعليقات والصور عليها تعكس معاناة الأسرى الفلسطينيين في سجون الاحتلال، يشار إلى أن الحملة تتعرض لملاحقة وهجمات إسرائيلية باستمرار حيث كان آخرها وصف الباحث الإسرائيلي ديفيد كولير للحملة بمعادة السامية. (سالم، 2020)

الفصل الثالث

الإطار العملي للدراسة

تهدف الدراسة إلى التعرف على مدى استخدام وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية للدبلوماسية الرقمية في إيصال الرسائل الفلسطينية، كما وأشار إلى أن هذا الفصل يتناول وصفاً لمنهج الدراسة المستخدم، بالإضافة إلى مجتمع وعينة الدراسة والأدوات التي استخدمتها في سبيل الوصول إلى النتائج.

3.1 نوع الدراسة ومنهجها

يعتبر المنهج هو مجموعة من الإجراءات والخطوات التي يستخدمها الباحث في دراسة مشكلة البحث بهدف الوصول إلى الحقيقة (بدوي، 1963)، وتعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي المسحي، كما وأشار إلى أن البحث يعتبر من البحوث المختلطة حيث أنه يعتمد على المنهجين الكمي والكيفي، كما ويرى الباحثين أن البحوث الكمية والكيفية يعتبران مكملان لبعضهما البعض ومن الممكن استخدامهما في دراسة واحدة في حال تتطلب موضوع البحث ذلك. (قنديجي و السامرائي، 2018)

وفي سياق متصل أوضح أن تعريفات المناهج المستخدمة في الدراسة كانت على النحو الآتي:

- **المنهج الوصفي:** هو المنهج الذي يقوم على رصد ومتابعة دقيقة لظاهرة أو حدث معين بطريقة نوعية أو كمية خلال مدة زمنية محددة وذلك من أجل التعرف على ظاهرة أو الحدث من حيث المضمون أو المحتوى، بالتالي سيعتمد الباحث في هذه الدراسة على التحليل الكيفي والكمي من أجل الوصول إلى نتائج تساعد في فهم الواقع وتطويره. (المشهداني، 2017، صفحة 162)

- **المنهج المسحي:** هو يعتبر من أبرز وأكثر المناهج المستخدمة في البحث الإعلامي، ويستخدم هذا المنهج من قبل الباحثين من أجل الحصول على المعلومات والبيانات التي تستهدف الظاهرة العلمية، كما وتم تعريف هذا المنهج من قبل بسام مشاقبة في كتابه البحث الإعلامي وتحليل الخطاب على أنه "جهد علمي منظم للحصول على المعلومات والبيانات وأوصاف من الظاهرة أو مجموعة الظواهر موضوع البحث، وتضم عدد من

المفردات المكونة لمجتمع البحث ولمدة زمنية كافية بهدف تكوين قاعدة أساسية من المعلومات والبيانات في مجال تخصص معين ومعالجتها". (مشاقبة، 2010، صفحة 61)

كما وأشار إلى أن هذا النوع من المناهج يندرج ضمنه خمس مسوحات وهي مسح الرأي العام ومسح جمهور وسائل الاعلام ومسح وسائل الاعلام ومسح أساليب الممارسة الإعلامية وتحليل المضمون.

وأضيف أنني اعتمدت في الدراسة الحالية على دراسات تحليل المضمون كونها الأقرب إلى موضوع الدراسة الحالية حيث أن تحليل المضمون يرتبط بدراسة المحتوى والسجلات المكتوبة أو المصورة أو المدونة التي تصف ظاهرة ما.

3.2 حدود الدراسة

أوضح أن حدود الدراسة تم تقسيمها الى قسمين وهما الحدود الزمانية والمكانية وهم على النحو الاتي:

• الحدود الزمانية للدراسة:

تماشياً مع اهداف البحث وأهمية المرحلة التي تمر بها القضية الفلسطينية فإن الحدود الزمنية للدراسة ستمتد على مدار عام لتكون اعتباراً من شهر حزيران من عام (2020) لغاية شهر حزيران (2021) ، ويأت اختيار هذه الفترة الزمانية انطلاقاً من الظروف السياسية الصعبة التي تمر بها القضية الفلسطينية حيث شهدت هذه الفترة تبعات اعلان الولايات المتحدة الامريكية القدس عاصمة لإسرائيل وكان ذلك تكريساً لمساعي دولة الاحتلال في السيطرة على القدس ، كما أن هذه الفترة الزمنية شهدت تبعات للمبادرة التي أعلنت عنها إدارة الرئيس الامريكي السابق دونالد ترامب والتي عرفت بصفقة القرن وما تبعها من اتفاقيات سلام وتفاهم بين عدد من الدول العربية واسرائيل، اضافة إلى أن هذه الفترة الزمنية شهدت كذلك عدواناً اسرائيلياً على قطاع غزة ، بالإضافة الى انتشار وباء كوفيد 19 (كورونا) حيث فرض الوباء على كل دول العالم الاغلاق ووقف الطيران وعدم السفر والتنقل بين البلدان وهو ما اضطر كل المؤسسات لاعتماد تقنيات حديثة من أجل الاستمرار بالتواصل فيما بينها ومع شركائها.

• الحدود المكانية للدراسة:

سيعتمد هذا البحث على المؤسسة الرئيسة في الدراسة وهي وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية بوصفها المسؤول الأول والرئيس المكلف بشكل رسمي للقيام بالدبلوماسية الرسمية

الفلسطينية وسيتم هنا دراسة هيكليتها ومنصاتها الالكترونية وطرق تواصلها مع دول العالم، كما سيعتمد الباحث على أدوات تحقق الأهداف ومقابلات تتماشى مع تحقيق الاشكالية ستتم مع مجتمع دراسة متخصص في هذا المجال.

3.3 مجتمع الدراسة

أوضح أن مجتمع الدراسة هو صفحات الفيس بوك الخاصة بوزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية، وهم صفحة وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية حيث كان عدد المنشورات التي تم نشرها طيلة فترة الدراسة (1185) منشور، و صفحة الدبلوماسية العامة الفلسطينية والتي كان عدد المنشورات فيها (172) منشور من أجل عمل تحليل المضمون لهما، كما وأشار إلى أنهما صفحتان موثوقتان حاصلتين على علامة التوثيق الزرقاء من شركة فيس بوك كونهم مسجلين رسمياً باسم وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية، كما وأشار إلى أنهما يعتبران من أنشط صفحات الوزارة على مواقع التواصل الاجتماعي، إضافة إلى أن موقع فيس بوك يبلغ عدد مستخدميه (2.8) مليار مستخدم حول العالم وهو الموقع الأكثر والأوسع انتشاراً، كما وأوضح أن مجتمع الدراسة يشمل العديد من الأكاديميين والعاملين المتخصصين في وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية من أجل إجراء المقابلات المعمقة معهم.

3.4 عينة الدراسة

اعتمدت في هذه الدراسة على أسلوبين في اختيار عينة الدراسة، حيث كان الأسلوب الأول العينة العشوائية المنتظمة فيما يتعلق بصفحة وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية وذلك لكثرة أعداد المنشورات التي تم نشرها على الصفحة، حيث قمت باستخدام برنامج (SurveyMonkey) عند اختياري للعينة، وقمت بإدخال عدد المنشورات التي تم نشرها على صفحة وزارة الخارجية والمغتربين البالغ عددها (1.185)، كما وقمت بضبط (Confidence level) بنسبة (95%)، كما وضبطت (Margin of Error) بنسبة (5%)، كما وأوضح أنه تم ضبط هذه النسب بناءً على أن غالبية الباحثين يعتمدون هذه النسب عند قيامهم باختيار العينة العشوائية المنتظمة، وبناءً على ذلك تبين أن العينة المثلى للدراسة الخاصة بصفحة وزارة الخارجية والمغتربين تبلغ (291) منشور، وأتضح لي وبعد تقسيم عدد المنشورات الكلي للصفحة الذي يبلغ (1.185) على العدد (291) أنه سيتم اعتماد المنشورات بناءً على الترتيب التالي منشور رقم (4_8_12_16_20_24_28_...) وذلك ابتداءً من تاريخ (2020/06/1) ولغاية تاريخ

(2021/06/1)، كما وكان الأسلوب الثاني عينة المسح الشامل وذلك بالنسبة لصفحة الدبلوماسية العامة الفلسطينية أي أنه سيتم تحليل جميع المنشورات التي تم نشرها على صفحة الدبلوماسية العامة الفلسطينية خلال فترة الدراسة المحددة والبالغ عددها (172) منشور كون عدد المنشورات ليس كثيراً مقارنة بعدد منشورات صفحة وزارة الخارجية والمغتربين، وبناءً على ذلك سيكون مجموع المنشورات التي سيتم تحليلها من قبل الباحث (291+172) ويساوي (463) منشور، كما تشمل عينة الدراسة العديد من الأكاديميين في مجال الدبلوماسية والاعلام.

3.5 أدوات الدراسة

لقد قمت في هذه الدراسة باستخدام العديد من أدوات البحث العلمي للحصول على البيانات والمعلومات وذلك بغرض تحقيق أهداف البحث والإجابة عن أسئلته، وكما هو معلوم أن الأداة هي الوسيلة المستخدمة لجمع البيانات والمعلومات، كما وكانت الأدوات المستخدمة في الدراسة على النحو الآتي:

1. أسلوب تحليل المضمون: يعرف تحليل المضمون على أنه "أسلوب للبحث العلمي يسعى إلى وصف المحتوى الظاهر، والمضمون الصريح للمادة الإعلامية المراد تحليلها من حيث الشكل والمضمون تلبية للاحتياجات البحثية المصاغة في تساؤلات البحث طبقاً للتصنيفات الموضوعية التي يحددها الباحث". (حسين، 1976، صفحة 233).

كما ويعرف تحليل المضمون أيضاً على أنه "أسلوب البحث الذي يهدف إلى الوصف الكمي والمنهجي والموضوعي للمحتوى الظاهر للاتصال"، وأضيف أيضاً إلى أن أسلوب تحليل المضمون يعتبر أحد أهم أساليب البحث العلمي التي يتم استخدامها في مجال دراسة مواد الاتصال. (عبد الحميد، 1992، صفحة 129)

2. المقابلات المعمقة: تعتبر أداة جمع معلومات تتضمن إجراء مقابلة شخصية مطولة ومعمقة مع أفراد العينة بهدف الإجابة عن تساؤلات البحث، كما وأن هذا النوع من المقابلات يعطي المبحوث الحرية الكاملة في الحديث عن كل ما يخص موضوع المقابلة. (التنجي، 2018)

3.6 أداة تحليل المضمون

شملت إجراءات الدراسة بناء استمارة خاصة لجمع البيانات المطلوبة بما يتناسب مع أهداف الدراسة وتساولاتها، كما وأشار إلى أن الأسئلة الفرعية رقم (1) ورقم (2) ينبثق عنهم العديد من الأسئلة الفرعية والتي سيتم الإجابة عنها من خلال استخدام أداة تحليل المضمون.

كما وأوضح أن الأسئلة الفرعية التي تدرج تحت السؤال رقم (1) وهو " ما مدى مناسبة مضمون الرسائل التي تبثها وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية عبر صفحاتها على منصة فيس بوك لتعزيز العمل الدبلوماسي الفلسطيني؟" كانت على النحو الآتي:

1. ما الموضوعات التي طرحتها وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية في مخاطبة جمهورها عبر منصة فيس بوك؟

2. ما الأنشطة التي تضمنتها منشورات وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية عبر منصة فيس بوك؟

3. ما أساليب المعالجة التي تضمنتها منشورات وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية عبر منصة فيس بوك؟

4. من هو الجمهور الذي تم استهدافه من خلال منشورات وزارة الخارجية والمغتربين عبر منصة فيس بوك؟

5. ما الانتهاكات الإسرائيلية التي تم ذكرها ضمن المحتوى المنشور من قبل وزارة الخارجية والمغتربين عبر منصة فيس بوك؟

6. ما أهم الاستمالات التي استخدمتها وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية لإقناع جمهورها عبر منصة فيس بوك بعدالة القضية الفلسطينية؟

7. ما المناطق الجغرافية التي حظيت باهتمام وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية من خلال المحتوى المنشور عبر منصة فيس بوك؟

كما وكانت الأسئلة الفرعية التي تدرج تحت السؤال رقم (2) وهو " ما شكل الرسائل التي تبثها وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية عبر صفحاتها على منصة فيس بوك؟ " على النحو الآتي:

1. ما الوسائط المتعددة التي استخدمتها وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية عند مخاطبة جمهورها عبر منصة فيس بوك؟
2. ما العناصر التفاعلية التي استخدمتها وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية عند مخاطبة جمهورها عبر منصة فيس بوك؟
3. ما المصادر التي اعتمدت عليها وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية عند مخاطبة جمهورها عبر منصة فيس بوك؟
4. ما اللغات التي استخدمتها وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية عند مخاطبة جمهورها عبر منصة فيس بوك؟
5. ما الأوقات التي قامت خلالها وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية بمخاطبة جمهورها عبر منصة فيس بوك؟
6. ما أشكال تفاعل الجمهور مع المضامين التي يتم نشرها من قبل وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية عبر منصة فيس بوك؟
7. ما شكل التفاعل مع تعليقات الجمهور على المضامين التي تنشرها وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية عبر منصة فيس بوك؟

وفي سياق متصل أوضح أن التعريفات الإجرائية الخاصة بفئات التحليل كانت على النحو الآتي:

المجموعة الأولى: (ماذا قيل)

1. فئة الموضوع: تستخدم هذه الفئة للتعرف على الموضوع العام الذي تناولته وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية في منشوراتها، ويشمل ذلك المواضيع السياسية، العسكرية، الصحية، الاجتماعية، الأكاديمية، الاقتصادية، الثقافية، القانونية، البيئية، تاريخية، إنسانية، دينية، سياحية، صناعية، رياضية، زراعية، أخرى.

- المواضيع السياسية: ويقصد بها المواضيع المتعلقة بسياسات الدول والحكومات اتجاه القضية الفلسطينية، والاجتماعات السياسية، المشاورات السياسية والجهود السياسية التي تبذلها وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية.

- المواضيع العسكرية: ويقصد بها المواضيع المتعلقة بالعمليات العسكرية الإسرائيلية واستخدام القوة بسلطة الجيش بحق الشعب الفلسطيني.
- المواضيع الاجتماعية: ويقصد بها المواضيع المتعلقة بتقديم التهاني أو التعازي، أو الحملات التطوعية.
- المواضيع الصحية: ويقصد بها المواضيع المتعلقة بالصحة العامة مثل جائحة كورونا.
- المواضيع الأكاديمية: ويقصد بها المواضيع المتعلقة بالتعليم في المؤسسات الأكاديمية من جامعات ومعاهد، وتوقيع اتفاقيات تعاون أكاديمي.
- المواضيع الاقتصادية: ويقصد بها المواضيع المتعلقة بالوضع الاقتصادي والموارد المالية وتأثير الاحتلال الإسرائيلي والممارسات الإسرائيلية على الاقتصاد الفلسطيني.
- المواضيع الثقافية: ويقصد بها المواضيع المتعلقة بالمؤسسات الثقافية، بما فيها الاتحادات والجمعيات وتشمل أيضا التراث الفلسطيني.
- المواضيع الحقوقية/ القانونية: ويقصد بها المواضيع المتعلقة بالقرارات الدولية والمنظمات الحقوقية التي تخص الشأن الفلسطيني.
- المواضيع البيئية: ويقصد بها المواضيع المتعلقة بالبيئة وانعكاس ممارسات إسرائيل عليها كالنفايات، والتلوث، وموارد المياه وغيرها.
- المواضيع التاريخية: ويقصد بها المناسبات التاريخية التي تخص القضية الفلسطينية مثل ذكرى النكبة، والنكسة، والاستقلال، ووعد بلفور وغيرها.
- المواضيع الإنسانية: ويقصد بها جرائم الاحتلال البشعة ضد الشعب الفلسطيني.
- المواضيع الدينية: ويقصد بها انتهاك قوات الاحتلال الإسرائيلي لحرية العبادة.
- المواضيع الصناعية: ويقصد بها الاختراعات والابتكارات والصناعات التي يقوم بها الفلسطينيون.
- المواضيع الرياضية: ويقصد بها جميع الأنشطة الرياضية التي تخص الفلسطينيين.
- المواضيع الزراعية: ويقصد بها جميع ما يتعلق بالأنشطة الزراعية في فلسطين.

2. فئة الأنشطة: تستخدم هذه الفئة لتحديد نوع الأنشطة التي تتضمنها منشورات وزارة الخارجية والمغتربين، ويشمل ذلك مؤتمرات، اجتماعات، بيان صحفي، تقارير، خبر مجرد، إعلانات رسمية، اتصال هاتفي، مقالات. أخرى.

3. فئة أسلوب المعالجة: تستخدم هذه الفئة لمعرفة الأسلوب التي تستخدمه وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية ويشمل ذلك إخباري، استنكاري، استفهامي، الطلب، النهي، ارشادي، أخرى.

- الأسلوب الإخباري: ويقصد به نية وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية إخبار وإعلام الجمهور بحدث أو حقيقة ما.
- الأسلوب الاستنكاري: ويقصد به استخدام لغة الاحتجاج واستقباح فكرة ما.
- الأسلوب الاستفهامي: ويقصد به إثارة الأسئلة بهدف الحصول على إجابات.
- أسلوب الطلب: ويقصد به الطلب من الجمهور القيام بعمل ما.
- أسلوب النهي: ويقصد به استخدام أسلوب الأمر المنفي في مخاطبة الجمهور.
- الأسلوب الإرشادي: ويقصد به توجيه الجمهور لاتخاذ إجراءات معينة.

4. فئة الجمهور المستهدف: تستخدم هذه الفئة لخصر الجمهور المخاطب من قبل وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية ويشمل ذلك جمهور محلي، جمهور إسرائيلي، جمهور عربي، جمهور عالمي، أخرى.

- الجمهور المحلي: ويقصد به الشعب الفلسطيني.
- الجمهور الإسرائيلي: ويقصد به الشعب الإسرائيلي.
- الجمهور العربي: ويقصد به الشعوب العربية.
- الجمهور العالمي: ويقصد به جميع شعوب العالم (الأوروبي، الأفريقي، الآسيوي)

5. فئة الانتهاكات الإسرائيلية: تستخدم هذه الفئة للخصر الكمي والنوعي للانتهاكات الإسرائيلية، ويشمل ذلك قتل، اعتقال، مصادرة أراضي، هدم، اعتداءات مستوطنين، بناء وحد استيطانية، أخرى.

6. فئة الاستمالات: تستخدم هذه الفئة للتعرف على الأساليب المستخدمة في الإقناع، وتشمل: الاستمالات العاطفية، الاستمالات العقلانية، استمالات التخويف، لا يوجد.

- الاستمالات العاطفية: تخاطب مشاعر المتلقي وعواطفه وتهدف إلى التأثير على انفعالاته النفسية باستخدام الشعارات والرموز والدلالات اللغوية .

- الاستمالات العقلانية: تخاطب عقل المتلقي وتهدف إلى التأثير على أفكاره من خلال تقديم الأدلة والبراهين وتقديم الإحصائيات والأرقام.
- استمالات التخويف: تثير مخاوف المتلقي من خلال تنبيهه للمخاطر وتدفعه للاستجابة للمحتوى بدافع الخوف

7. فئة الحيز الجغرافي: تستخدم هذه الفئة لمعرفة موقع أو مكان الحدث الذي تم نشر المنشور لأجله، وتشمل: أراضي السلطة الفلسطينية، الأراضي المحتلة عام (1948)، القدس المحتلة، عربي، دولي.

المجموعة الثانية: شكل المضمون (كيف قيل)

1. فئة الوسائط المتعددة: حيث يتم تحديد الوسائط التي استخدمتها وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية، وتشمل: نص، صورة، نص مع صورة، كاريكاتير، تصميم، انفوجرافيك، رسوم بيانية، فيديو، فيديو جرافيك، GIF، بودكاست، بث مباشر.

- نص: ويقصد به المنشور الذي يحتوي على الكلمات فقط.
- صورة: ويقصد بها الصور التي تم مشاركتها لوحدها بدون أي عبارات .
- نص مع صورة: ويقصد به المنشور الذي يحتوي على الصور والعبارات.
- كاريكاتير: وهو رسم يبالغ بإظهار التفاصيل بغرض الانتقاد أو تسليط الضوء على القضية المطروحة.
- التصميم: استخدام برامج التصميم لإنتاج عمل ابداعي يعكس الفكرة.
- انفوجرافيك: دمج الصور مع النصوص الخيرية والأرقام.
- الرسوم البيانية: تمثيل البيانات الرقمية بأشرطة أو شرائح أو خرائط.
- Gif: ويقصد بها مجموعة من الصور أو التصميمات المتتالية في نفس الإطار.
- فيديو: ويقصد به الفيديو الذي تم مشاركته دون تدخلات نصية أو حركية، ويستثنى من ذلك البث المباشر.
- فيديو جرافيك: دمج الفيديو من النصوص والأرقام.
- بودكاست: ويقصد به ملفات صوتية دون تداخل صوتي في وقت متزامن.

- بث مباشر: تقنية تتيحها فيس بوك وتسمح للمستخدمين باستخدام الكاميرا ونقل الصوت والصورة بنفس وقت حصول الفعالية، كما تشمل أيضاً نقل البث بشكل مباشر عن تطبيقات أخرى تتيح الاتصال المباشر.

2. فئة العناصر التفاعلية: ويقصد بها عناصر تتيح منصة فيس بوك إضافتها على النص وهي قابلة للنقر، وتشمل: الروابط، الوسوم (هاشتاج)، الإشارة (Mention)، بدون.

3. فئة المصادر: تستخدم هذه الفئة لحصر مصادر المحتوى وتشمل: الموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية والمغتربين، مواقع إلكترونية أخرى، مشاركة من صفحات فيس بوك، بدون مصدر.

4. فئة اللغات: تستخدم هذه الفئة لحصر اللغات المستخدمة في المنشورات، وتشمل (اللغة العربية، اللغة الإنجليزية، كلاهما، لغات أخرى).

5. فئة توقيت النشر: تستخدم هذه الفئة لتوضيح الأوقات التي يتم فيها نشر المنشورات من قبل وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية، وتشمل (الصباح المبكر، الصباح المتأخر، بعد الظهر الباكر، بعد الظهر المتأخر، مساء، ليلاً) .

جدول رقم (1)

فئات توقيت النشر	تعريف الفئات
الصباح المبكر	(من الساعة 5 فجرا حتى 8:59 صباحا)
الصباح المتأخر	(من الساعة 9 صباحا حتى 12:59 ظهرا)
بعد الظهر	(من الساعة 1 ظهرا حتى 4:59 عصرا)
مساء	(من الساعة 5 مساء حتى 8:59 مساء)
ليلا	(من الساعة 9 مساء حتى 4:59 فجرا)

6. فئة اشكال تفاعل الجمهور مع المضامين: تهدف هذه الفئة لحصر أشكال تفاعل الجمهور مع المضامين التي يتم نشرها من قبل وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية ويشمل ذلك (فئة التفاعل بالأعجاب بالمنشورات، فئة التفاعل بالتعليق، فئة التفاعل بالمشاركة).

جدول رقم (2)

فئة التفاعل بالأعجاب	فئة التفاعل بالتعليق	فئة التفاعل بالمشاركة
صفر	صفر	صفر
(1 الى 99)	(1 الى 49)	(صفر الى 49)
(100 الى 199)	(50 الى 99)	(50 الى 99)
(200 الى 999)	(100 الى 199)	(100 الى 199)
(1000 الى 10000)	(200 الى 500)	(200 الى 500)
(10.000) فما فوق	(500) فما فوق	(500) فما فوق

7. فئة التفاعل مع الجمهور: تهدف هذه الفئة إلى معرفة إذا ما كان هنالك تفاعل مع الجمهور أم لا، وإن وجد فما هو شكل التفاعل ويشمل ذلك (انتقائي أم انفتاحي).

- انتقائي: يقوم على انتقاء بعض التعليقات والرد عليها.
- انفتاحي: يقوم بالرد على جميع التعليقات.

3.7 أداة المقابلة

قمت بإجراء المقابلات مع العديد من الشخصيات الأكاديمية والشخصيات الرسمية في وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية، مبرراً اختيارهم بناءً على المامهم العميق بموضوع الدراسة إضافة إلى تجاربهم العملية وهم على النحو الآتي:

1. الدكتورة دلال عريقات / نائب رئيس الجامعة العربية الأمريكية للعلاقات الدولية، بالإضافة إلى أنها نشرت العديد من المقالات حول الدبلوماسية الرقمية الفلسطينية.

2. الدكتور مراد شاهين/ محاضر في العلوم السياسية في جامعة بيرزيت، بالإضافة إلى أنه قام بتخصيص العديد من المحاضرات حول موضوع الدبلوماسية الرقمية.

3. الاستاذ صالح مشاركة / منسق الأبحاث والدراسات في مركز تطوير الاعلام في جامعة بيرزيت، بالإضافة إلى أنه قام بالأشراف على العديد من الأبحاث التي انجزت حول موضوع

الدبلوماسية الرقمية، كما وشارك في العديد من ورشات العمل التي تتمحور حول الدبلوماسية الرقمية.

4.الدكتور ضرار غانم / مدير وحدة الدبلوماسية العامة والرقمية في وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية، وتم اختياره لكونه المسؤول الرئيسي في مجال الدبلوماسية الرقمية في الوزارة.

5.الأستاذ طارق عيدة / مدير وحدة الاعلام في وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية، وتم اختياره بسبب ارتباط مجال عمل الوحدة الذي يديرها مع وحدة الدبلوماسية العامة والرقمية في الوزارة بشكل وثيق.

وفي سياق متصل كانت الأسئلة التي تم توجيهها تتناسب مع أهداف الدراسة وهي على النحو الاتي:

- 1.ما هو رأيك بالدبلوماسية الفلسطينية وأثرها على القضية الفلسطينية؟
- 2.ما هي أهمية استخدام الدبلوماسية الرقمية بالنسبة للقضية الفلسطينية؟
- 3.ما مدى الأهمية التي توليها وزارة الخارجية الفلسطينية للدبلوماسية الرقمية؟ وهل هناك استراتيجية محددة لاستخدامها؟
- 4.ما اهم المنصات الالكترونية التي تستخدمها وزارة الخارجية الفلسطينية في إيصال رسائلها الى دول العالم؟
- 5.ما هي الأهداف التي يمكن تحقيقها من خلال الاستخدام الأمثل للدبلوماسية الرقمية من قبل وزارة الخارجية الفلسطينية؟
6. ما هي الصعوبات أو التحديات التي من الممكن ان تواجه الخارجية الفلسطينية في استخدام الدبلوماسية الرقمية؟

3.8 تحكيم استثمارة التحليل

أرى أنني استفدت بشكل كبير من خبرات نخبة من الأساتذة المتخصصين في مجال العلاقات العامة والاعلام الرقمي في بناء استثمارة تحليل المضمون، بحيث أن الاستبانة خرجت بشكلها

النهائي بعد اطلاعهم عليها، وقمت بإجراء معظم التعديلات اللازمة التي أوصوا بها الأساتذة المتخصصين وهم على النحو الآتي:

1. الدكتور عمر أبو عرقوب، محاضر في مجال العلاقات العامة والصحافة والإعلام في الجامعة العربية الأمريكية / فلسطين والذي أكد على أن الاستمارة تم بناءها بشكل جيد مع إعطاء العديد من التوصيات.

2. الدكتورة هنادي دويكات، الرتبة العلمية أستاذ مساعد، وهي محاضر في مجال العلاقات العامة والإعلام الرقمي في الجامعة العربية الأمريكية / فلسطين وتم الأخذ بملاحظاتها.

3. الدكتور محمود خلوف، محاضر في الصحافة والأعلام والعلاقات العامة في الجامعة العربية الأمريكية / فلسطين وتم الأخذ بملاحظاته.

4. الدكتور محمد أبو الرب، محاضر وخبير في مجال الإعلام الرقمي والعلاقات العامة في جامعة بيرزيت / فلسطين وتم الأخذ بملاحظاته.

5. الدكتور معين الكوع، محاضر في العلاقات العامة والاتصال الاستراتيجي والإعلام الرقمي في جامعة القدس وجامعة النجاح وتم الأخذ بملاحظاته.

6. الدكتور شادي أبو عياش، محاضر في العلاقات العامة في الجامعة العربية الأمريكية / فلسطين وتم الأخذ بملاحظاته.

الفصل الرابع

عرض النتائج

4.1 نتائج التحليل الاحصائي

يهدف الباحث في هذا الفصل إلى عرض النتائج الخاصة بتحليل المضمون الذي قام به للإجابة عن التساؤلين رقم (1) ورقم (2) لصفحات عينة الدراسة على موقع فيس بوك، كما أشير إلى أن صفحات ومنشورات وعدد معجبين عينة الدراسة كانت على النحو الآتي:

جدول رقم (3)

اسم الصفحة	وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية (State of Palestine _ MFA)	الدبلوماسية العامة الفلسطينية (Palestinian Public Diplomacy)
عدد المنشورات	291	172
عدد المعجبين	95,774	6,131

يوضح الجدول رقم (3) عدد المنشورات التي تم نشرها على صفحة وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية والتي بلغت خلال فترة الدراسة (1185) منشور، حيث اعتمدت (291) منشور منها كعينة للدراسة بحسب ما أوضحت في الفصل السابق، كما وكان عدد المعجبين بصفحة وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية نحو (95.774) متابع، وأما بخصوص صفحة الدبلوماسية العامة الفلسطينية فكان عدد المنشورات التي تم نشرها عبر الصفحة خلال الحدود الزمانية للدراسة (172) منشور، وبلغ عدد المعجبين بالصفحة نحو (6.131) متابع، كما أرى أن أعداد المتابعين لصفحات وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية لا ترتقي إلى المستوى المطلوب.

أوضح ومن خلال الجداول أدناه إلى النتائج المتعلقة بعملية تحليل المضمون، حيث أن النتائج كانت على النحو الآتي علماً أن النتائج تقسم إلى محورين رئيسيين:

المحور الأول: مضمون الرسائل التي تبثها وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية عبر صفحاتها على منصة فيس بوك وهي على النحو التالي:

- فئة المواضيع التي طرحتها وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية في مخاطبة جمهورها عبر منصة فيس بوك.

جدول رقم (4)

الدبلوماسية العامة الفلسطينية (Palestinian Public Diplomacy)		وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية (State of Palestine_ MFA)		فئة المواضيع
%	ت	%	ت	
%4.06	7	32.64%	93	سياسية
%49.41	85	%7.56	22	عسكرية
%0.58	1	%9.96	29	صحية
%13.37	23	%3.78	11	اجتماعية
%2.32	4	%2.74	8	اكاديمية
%0.58	1	%0	صفر	اقتصادية
%11.04	19	%0	صفر	ثقافية
%1.74	3	%8.59	25	قانونية
%6.39	11	%0	صفر	بيئية
%8.13	14	%1.03	3	تاريخية
%20.34	35	%31.95	95	انسانية
%4.65	8	%1.37	4	دينية
%3.48	6	%0	صفر	سياحية
%0	صفر	%0	صفر	صناعية
%1.16	2	%0	صفر	رياضية
%4.65	8	%0	صفر	زراعية
%0.58	1	%0.34	1	أخرى

المجموع	291	%100	228	%123.48
---------	-----	------	-----	---------

يوضح الجدول رقم (4) طبيعة المواضيع والقضايا التي تم نشرها على صفحة وزارة الخارجية والمغتربين وصفحة الدبلوماسية العامة، بخصوص صفحة وزارة الخارجية والمغتربين فقد احتلت المواضيع السياسية المرتبة الأولى حيث بلغت نسبة المنشورات التي تتعلق بالمواضيع السياسية (32.64%)، واحتلت المواضيع الإنسانية المرتبة الثانية بنسبة (31.95%)، كما واحتلت المواضيع الصحية المرتبة الثالثة بنسبة (9.96%)، كما وأنه أن معظم المواضيع الصحية التي تم طرحها عبر الصفحة كانت متعلقة بجائحة كورونا، كما واحتلت آخر مرتبتين المواضيع التاريخية بنسبة (1.03%)، والمواضيع الأخر بنسبة (0.34%) وأشار إلى أنها كانت عبارة عن منشور واحد تم الإعلان فيه عن أرقام الطوارئ الخاصة بوزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية، كما وأن المواضيع الاقتصادية والثقافية والبيئية والزراعية والسياحية والصناعية والرياضية لم تكن على أجندة المواضيع التي تم نشرها على الصفحة نهائياً.

أما بخصوص صفحة الدبلوماسية العامة الفلسطينية فقد تصدرت المواضيع العسكرية المرتبة الأولى بنسبة (49.41%) حيث أن المواضيع العسكرية شملت جميع الأعمال العسكرية من قبل الاحتلال الإسرائيلي ضد الشعب الفلسطيني من قتل واعتقال ومصادره أراضي وبناء وحد استيطانية وغيرها، يليها في المرتبة الثانية المواضيع الإنسانية بنسبة (20.34%) حيث أن المواضيع الإنسانية كانت مثل قيام مواطن فلسطيني بإنقاذ العديد من أفراد الشرطة النمساوية في النمسا على أثر تعرضهم لاعتداء من قبل عصابات إجرامية، كما واشتملت المواضيع الإنسانية على العديد من جرائم الاحتلال ضد الإنسانية، كما واحتلت آخر مرتبتين المواضيع الصحية والاقتصادية بنسبة (0.58%)، أما بخصوص المواضيع الصناعية فلم تحظى بأي نسبة تذكر.

أوضح أن صفحة الدبلوماسية العامة الفلسطينية قد بلغ عدد المنشورات فيها (228) بدلاً من (172) وذلك نظراً لوجود (56) منشور قد تم تصنيفهم لأكثر من فئة، وقسمت المنشورات على النحو التالي (27) منشور تم تصنيفهم إلى فئات العسكري والإنساني، بالإضافة إلى (9) منشورات تم تصنيفهم إلى ديني وعسكري، و(2) منشور تم تصنيفهم إلى عسكري ورياضي، و(2) منشور تم تصنيفهم إلى عسكري واجتماعي، ومنشور واحد تم تصنيفه إلى عسكري واقتصادي، ومنشور واحد تم تصنيفه إلى ثقافي وعسكري، و(4) منشور تم تصنيفهم إلى

عسكري واكاديمي، و(4) منشورات تم تصنيفهم إلى عسكري وبيئي، و(5) منشور تم تصنيفهم إلى تاريخي وعسكري، ومنشور واحد تم تصنيفه إلى سياسي وبيئي، وأوضح أنه ومن هذا المنطلق أصبحت النسبة المئوية (123.48%).

- فئة الأنشطة التي تضمنتها منشورات وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية عبر منصة فيس بوك.

جدول رقم (5)

فئة الأنشطة		وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية (State of Palestine_ MFA)		الدبلوماسية العامة الفلسطينية (Palestinian Public Diplomacy)	
		ت	%	ت	%
مؤتمرات	14	%4.81	1	%0.58	
اجتماعات	51	%17.52	1	%0.58	
بيان صحفي	54	%18.55	2	%1.16	
خبر مجرد	86	%29.55	65	%37.79	
تقارير	32	%10.99	92	%53.48	
إعلانات رسمية	47	%16.15	صفر	%0	
اتصال هاتفي	5	%1.71	صفر	%0	
مقالات	1	%0.34	5	%2.90	
أخرى	1	%0.34	6	%3.48	
المجموع	291	%100	172	%100	

يوضح الجدول رقم (5) نوعية الأنشطة التي تضمنتها منشورات صفحة وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية ومنشورات صفحة الدبلوماسية العامة الفلسطينية، على صعيد منشورات وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية فقد تصدرت الأخبار المجردة الغير مقرونة بنشاط محدد المرتبة الأولى بنسبة (29.55%)، كما واحتلت البيانات الصحفية المرتبة الثانية بنسبة (18.55%) وأشار إلى أن معظمها كانت مرتبطة بأحداث سياسية وقانونية، كما واحتلت آخر

مرتبتين المقالات بواقع منشور واحد بنسبة (0.34%)، وأنشطة أخرى احتلت المرتبة السابعة أيضاً بواقع منشور واحد وهو عبارة عن رسالة خطية من وزير خارجية التشيك.

أما على صعيد صفحة الدبلوماسية العامة الفلسطينية فقد تصدرت التقارير المرتبة الأولى بنسبة (53.48%) وكانت غالبية التقارير تعرض الانتهاكات الإسرائيلية بحق الشعب الفلسطيني إضافة إلى المواضيع العسكرية والإنسانية والثقافية وغيرها، أما الاخبار المجردة الغير مقرونة بنشاط محدد فقد احتلت المرتبة الثانية وذلك بنسبة (37.79%)، كما واحتلت آخر مرتبتين الاجتماعات بواقع منشور واحد بنسبة (0.58%)، أما بخصوص الإعلانات الرسمية والاتصالات الهاتفية لم يتم التطرق إليها نهائياً.

- فئة اساليب المعالجة التي تضمنتها منشورات وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية عبر منصة فيس بوك.

جدول رقم (6)

الدبلوماسية العامة الفلسطينية (Palestinian Public Diplomacy)		وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية (State of Palestine _MFA)		فئة أساليب المعالجة
%	ت	%	ت	
%34.30	59	%70.79	206	اخباري
%34.88	60	%11.34	33	استنكاري
%11.62	20	%0	صفر	استفهامي
%13.95	24	%11.68	34	ارشادي
%0	صفر	%2.74	8	تنبيهي
%5.23	9	%3.43	10	طلب
%100	172	%100	291	المجموع

يوضح الجدول رقم (6) أساليب المعالجة التي تضمنتها منشورات صفحة وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية وصفحة الدبلوماسية العامة الفلسطينية ،على صعيد صفحة وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية بينت النتائج أن أساليب المعالجة الإخبارية تصدرت المرتبة

الأولى بنسبة (70.79%)، كما وجاءت أساليب المعالجة الارشادية بالمرتبة الثانية بنسبة (11.68%)، كما واحتلت آخر مرتبتين أساليب المعالجة التي تحمل معنى التنبيه بنسبة (2.74%)، وأوضحت النتائج أن أساليب المعالجة التي تحمل معنى الاستفهامي لم تذكر على صفحة وزارة الخارجية والمغتربين نهائياً .

أما على صعيد صفحة الدبلوماسية العامة الفلسطينية فبينت النتائج أن أساليب المعالجة الاستنكارية تصدرت المرتبة الأولى بنسبة (34.88%)، كما وجاءت أساليب المعالجة الإخبارية بالمرتبة الثانية بنسبة (34.30%)، كما واحتلت آخر مرتبتين أساليب المعالجة التي تحمل معنى الطلب بنسبة (5.23%) وأنه الى ان أساليب المعالجة التي تحمل معنى الامر والتنبيه لم يتم استخدامها في منشورات الصفحة.

- فئة الجمهور الذي تم استهدافه من خلال منشورات وزارة الخارجية والمغتربين عبر منصة فيس بوك.

جدول رقم (7)

الدبلوماسية العامة الفلسطينية (Palestinian Public Diplomacy)		وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية (State of Palestine _MFA)		فئة الجمهور المستهدف
%	ت	%	ت	
6.97%	12	83.84%	244	جمهور محلي
1.74%	3	2.74%	8	جمهور عربي
0%	صفر	0%	صفر	جمهور اسرائيلي
91.27%	157	13.40%	39	جمهور عالمي
100%	172	100%	291	المجموع

يوضح الجدول رقم (7) طبيعة الجمهور الذي تم استهدافه من خلال منشورات صفحة وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية و صفحة الدبلوماسية العامة الفلسطينية ،على صعيد صفحة وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية فتشير النتائج إلى أن الجمهور المحلي قد تصدر المرتبة الأولى من بين مختلف الجماهير وذلك بنسبة (83.84%) أي أن معظم المنشورات التي تم

نشرها عبر الصفحة كانت موجهة إلى الشعب الفلسطيني بذاته وهنا نستنتج أننا نقوم بمخاطبة أنفسنا وليس دول وشعوب العالم، أما الجمهور العالمي والمقصود به المنشورات التي تحاكي دول العالم المختلفة فقد احتل المرتبة الثانية وذلك بنسبة (13.40%)، وأشارت النتائج إلى أن المرتبة الثالثة قد احتلها الجمهور العربي وذلك بنسبة (2.74%) وكانت هذه المنشورات تحاكي العالم العربي مثل مصر والأردن وغيرها من الدول العربية، وأنه إلى أن الجمهور الإسرائيلي لم يتم مخاطبته ضمن منشورات صفحة وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية، أما على صعيد صفحة الدبلوماسية العامة الفلسطينية فبينت النتائج أن الجمهور العالمي تصدر المرتبة الأولى من بين الجماهير المخاطبة وذلك بنسبة (91.27%)، كما وجاء في المرحلة الثانية الجمهور المحلي بنسبة (6.97%)، أما الجمهور العربي فقد جاء في المرتبة الثالثة بنسبة (1.74%)، كما بينت النتائج أن الجمهور الإسرائيلي لم يتم مخاطبته أبدًا في منشورات صفحة الدبلوماسية العامة الفلسطينية .

- نوعية الانتهاكات الإسرائيلية التي تم ذكرها ضمن المحتوى المنشور من قبل وزارة الخارجية والمغتربين عبر منصة فيس بوك.

جدول رقم (8)

الدبلوماسية العامة الفلسطينية (Palestinian Public Diplomacy)		وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية (State of Palestine_MFA)		فئة الانتهاكات
%	ت	%	ت	
13.37%	23	5.49%	16	قتل
12.20%	21	3.09%	9	اعتقال
1.74%	3	3.78%	11	مصادرة أراضي
3.48%	6	1.71%	5	هدم
11.62%	20	6.52%	19	اعتداءات مستوطنين
0.58%	1	8.59%	25	بناء وحد استيطانية

اخرى	3	%1.03	11	%6.39
لا يوجد	203	%69.75	87	%50.58
المجموع	291	%100	172	%100

يوضح الجدول رقم (8) نوعية الانتهاكات التي تم ذكرها ضمن منشورات صفحة وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية وصفحة الدبلوماسية العامة الفلسطينية، بخصوص صفحة وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية فقد تصدر بناء الوحدة الاستيطانية المرتبة الأولى بنسبة (8.59%)، أما اعتداءات المستوطنين فقد جاءت بالمرتبة الثانية بنسبة (6.52%)، كما واحتلت آخر مرتبتين عمليات اعتقال الاحتلال الإسرائيلي للمواطنين الفلسطينيين بنسبة (3.09%)، وعمليات هدم الاحتلال الإسرائيلي لمنازل الفلسطينيين ومنشئاتهم بنسبة (1.71%)، كما وبينت النتائج أن الانتهاكات الأخرى قد جاءت في المرتبة السابعة وكانت تتضمن قطع أشجار وحرق منازل وغيرها، وأشار إلى أن مجموع المنشورات التي لم تذكر أي انتهاكات كانت بواقع (203) منشور أي بنسبة (69.75%).

أما على صعيد صفحة الدبلوماسية العامة فأشير إلى أن عمليات القتل تصدرت المرتبة الأولى من بين الانتهاكات الإسرائيلية بنسبة (13.37%)، يليها في المرتبة الثانية عمليات الاعتقال التي كانت بنسبة (12.20%)، كما واحتلت آخر مرتبتين مصادره الأراضي بنسبة (1.74%)، وعملية بناء الوحدة الاستيطانية بنسبة (0.58%)، وأنه أيضاً إلى أن المنشورات التي لم يذكر فيها أي انتهاكات إسرائيلية كانت بنسبة (50.58%).

- نوعية الاستمالات التي استخدمتها وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية لإقناع جمهورها عبر منصة فيس بوك بعدالة القضية الفلسطينية.

جدول رقم (9)

فئة الاستمالات		وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية (State of Palestine _MFA)		الدبلوماسية العامة الفلسطينية (Palestinian Public Diplomacy)	
ت	%	ت	%	ت	%

استمالات عاطفية	117	%40.20	56	%32.55
استمالات عقلانية	40	%13.74	53	%30.81
استمالات تخويف	6	%2.06	صفر	%0
غير محدد	128	%43.98	63	%36.62
المجموع	291	%100	172	%100

يوضح الجدول رقم (9) نوعية الاستمالات التي تم استخدامها في صفحة وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية و صفحة الدبلوماسية العامة الفلسطينية ،على صعيد صفحة وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية فقد تصدرت الاستمالات العاطفية المرتبة الأولى حيث أنها كانت بنسبة (%40.20) ،كما وأن هذه المنشورات كانت تستثير عواطف الجمهور الفلسطيني على سبيل المثال (بجهود حثيثة من قبل وزارة الخارجية والمغتربين والفلسطينية وسفارتها حول العالم تمكن المواطنين الفلسطينيين العالقين منذ اشهر في مختلف دول العالم على أثر جائحة كورونا من العودة إلى دياره والتقاء عائلتهم في فلسطين الحبيبة مع العديد من الصور التي تثير عاطفة الجمهور المستقبل)،وجاءت في المرتبة الثانية الاستمالات العقلانية بنسبة (%13.74) حيث أن المنشورات التي استخدمت الاستمالات العقلانية كانت تحتوي على أرقام وإحصائيات دقيقة وأدلة وبراهين لتثبت صحة المنشور مثل التقارير الصحية الدورية التي تتعلق بجائحه كورونا حول اعداد المصابين حول العالم ،أما استمالات التخويف فقد جاءت في المرتبة الثالثة بنسبة (%2.06) حيث أنها كانت تتضمن منشورات تثير مخاوف الجمهور المتلقي مثل (الفرصة الأخير للمواطنين الذين يرغبون بالسفر، سارعوا بتسجيل بياناتكم على الرابط ادناه)،وبينت النتائج أن نسبة (%43.98) من المنشورات لم يحدد فيها أي نوع من الاستمالات.

أما بخصوص صفحة الدبلوماسية العامة الفلسطينية فبينت النتائج أن الاستمالات العاطفية المستخدمة تصدرت المرتبة الأولى بنسبة (%32.55) حيث أنها تضمنت عرص صور وفيديوهات تحاكي شعوب العالم لتظهر المعاناة التي يعانيها شيوخ ونساء وأطفال الشعب

اللسطيني جراء الانتهاكات الإسرائيلية، وجاءت الاستمالات العقلانية في المرتبة الثانية بنسبة (30.81%) حيث كانت تشير هذه المنشورات إلى الأدلة والبراهين المختلفة لاعتداءات الاحتلال الإسرائيلي على المواطنين الفلسطينيين ويتم تثبيت ذلك بالصور والفيديو بنفس الوقت، كما وأشار إلى أنه لم يتم رصد أي من استمالات التخويف في منشورات الصفحة، وأنه أيضاً إلى أن نسبة المنشورات التي لم يحدد فيها أي من الاستمالات بلغت (36.62%).

- فئة المناطق الجغرافية التي حظيت باهتمام وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية من خلال المحتوى المنشور عبر منصة فيس بوك.

جدول رقم (10)

فئة الحيز الجغرافي	وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية (State of Palestine _MFA)		الدبلوماسية العامة الفلسطينية (Palestinian Public Diplomacy)	
	ت	%	ت	%
أراضي السلطة الفلسطينية	185	63.57%	117	68.42%
الأراضي المحتلة عام 1948	4	1.37%	27	15.69%
القدس المحتلة	17	5.84%	44	25.58%
عربي	35	12.02%	5	2.90%
دولي	50	17.18%	24	13.95%
المجموع	291	100%	217	126.54%

يوضح الجدول رقم (10) المناطق الجغرافية التي حظيت باهتمام صفحة وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية وصفحة الدبلوماسية العامة من خلال المنشورات الخاصة بكل منهما، على صعيد صفحة وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية بينت النتائج أن أراضي السلطة الوطنية الفلسطينية والمتمثلة بالضفة الغربية وقطاع غزة تصدرت المرتبة الأولى بنسبة (63.57%)، كما وأشار إلى أن المنشورات تم نشرها بناءً على الأحداث التي تجري في هذه المناطق وأكد على أنه هذا المقصود بالحيز الجغرافي، كما جاءت المناطق الدولية والتي تشمل جميع دول العالم

باستثناء الدول العربية بالمرتبة الثانية وذلك بنسبة (17.18%)، كما واحتلت آخر مرتبتين القدس المحتلة بنسبة (5.48%) وشملت في معظمها الانتهاكات والاعتداءات التي يتعرض لها أهل مدينة القدس من قبل الاحتلال الإسرائيلي، والأراضي المحتلة عام (1948) جاءت بالمرتبة الأخيرة بنسبة (1.37%).

أما على صعيد صفحة الدبلوماسية العامة الفلسطينية فبينت النتائج أن أراضي السلطة الوطنية الفلسطينية تصدرت المرتبة الأولى بنسبة (68.42%) بينما في المرتبة الثانية جاءت القدس المحتلة وذلك بنسبة (25.58%)، كما واحتلت آخر مرتبتين المناطق الدولية بنسبة (13.95%)، وجاءت في المرتبة الأخيرة المناطق العربية بنسبة (2.90%).

أشير إلى أن صفحة الدبلوماسية العامة الفلسطينية قد بلغ عدد المنشورات فيها (217) بدلاً من (172) وذلك نظراً لوجود (45) منشور قد تم تصنيفهم لأكثر من فئة، وقسمت المنشورات على النحو التالي (31) منشور تم تصنيفهم إلى مناطق السلطة الوطنية الفلسطينية والقدس، بالإضافة إلى (14) منشور تم تصنيفهم إلى جميع المناطق الجغرافية المذكورة في الاستمارة، وأنه أيضاً إلى أن نسبة المجموع الكلي كانت (126.54%) نظراً لهذا الأمر.

المحور الثاني: شكل الرسائل التي تبثها وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية عبر صفحاتها

على منصة فيس بوك وهي على النحو التالي:

- شكل الوسائط المتعددة التي استخدمتها وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية عند مخاطبة جمهورها عبر منصة فيس بوك.

جدول رقم (11)

الدبلوماسية العامة الفلسطينية (Palestinian Public Diplomacy)		وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية (State of Palestine _MFA)		فئة الوسائط المتعددة
%	ت	%	ت	
%0.58	1	%41.58	121	نص
%0.58	1	%2.47	8	صورة
%64.53	111	%50.85	148	صوره مع نص
%3.48	6	%0	صفر	كاريكاتير

تصميم	صفر	%0	2	%1.16
انفوجرافيك	1	%0.34	صفر	%0
رسوم بيانية	صفر	%0	صفر	%0
فيديو	صفر	%0	صفر	%0
فيديو مع نص	3	%1.03	28	%16.27
فيديو جرافيك	2	%0.68	11	%6.39
بودكاست	صفر	%0	صفر	%0
بث مباشر	8	%1.35	11	%6.39
GIF	صفر	%0	1	%0.58
المجموع	291	%100	172	%100

يوضح الجدول رقم (11) الوسائط المتعددة التي استخدمتها صفحة وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية و صفحة الدبلوماسية العامة الفلسطينية ،على صعيد صفحة وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية فقد تصدرت المنشورات التي تحتوي صوره مع نص المرتبة الأولى وذلك بنسبة (50.85%)،وكما وجاءت في المرتبة الثانية المنشورات التي تحوي نص فقط بنسبة (41.58%)،كما واحتلت آخر مرتبتين المنشورات التي تحتوي على فيديو جرافيك بنسبة (0.68%)، وفي المرتبة الأخيرة منشور واحد يحتوي على انفوجرافيك بنسبة (0.34%)،كما وأشار إلى أن الكاريكاتير والتصاميم والرسوم البيانية وبودكاست و(GIF) لم يتم استخدامها ابداً في صفحة وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية .

أما على صعيد صفحة الدبلوماسية العامة الفلسطينية بينت النتائج أن المنشورات التي تحتوي على صورة مع نص تصدرت المرتبة الأولى بنسبة (64.53%)،وجاءت المنشورات التي تحتوي فيديو مع نص بالمرتبة الثانية بنسبة (16.27%)،كما واحتلت آخر مرتبتين المنشورات التي احتوت على تصاميم بنسبة (1.16%)،وفي المرتبة الأخيرة جاء كل من المنشورات التي تحتوي النصوص فقط، والصور فقط إضافة إلى (GIF) بواقع منشور واحد لكل منهما بنسبة (0.58%)،وأشير إلى أن كل من الانفوجرافيك والرسوم البيانية والبودكاست لم يتم استخدامها في أي من منشورات الصفحة.

- العناصر التفاعلية التي استخدمتها وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية عند مخاطبة جمهورها عبر منصة فيس بوك.

جدول رقم (12)

الدبلوماسية العامة الفلسطينية (Palestinian Public Diplomacy)		وزارة الخارجية والمغتربين (State of Palestine _MFA)		فئة العناصر التفاعلية
%	ت	%	ت	
%14.53	25	%52.92	154	روابط
%99.41	171	%8.59	25	وسوم
%23.83	41	%0	صفر	اشاره
%0.58	1	%40.54	118	بدون
%138.35	238	%102.05	297	المجموع

يوضح الجدول رقم (12) العناصر التفاعلية التي استخدمتها كل من صفحة وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية وصفحة الدبلوماسية العامة الفلسطينية في منشوراتهما عند مخاطبة الجمهور، بخصوص صفحة وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية فقد تصدرت الروابط المرتبة الأولى بنسبة (52.92%)، أما الوسوم فقد جاءت في المرتبة الثانية بنسبة (8.59%)، كما وأشار إلى أن منشورات الصفحة خلت من أي إشارات لأحد، بالإضافة إلى أن مجموع المنشورات التي لم تحتوي على أي من العناصر التفاعلية بلغ نسبة (40.52%)، وأنوه إلى أن المجموع الكلي للمنشورات كان (297) بدلاً من (291) أي بفارق (6) منشورات مكررة وذلك لأن الست منشورات قد احتوت على روابط بالإضافة إلى الوسوم لذلك ومن هذا المنطلق أصبحت النسبة الكلية (102.05%).

أما وعلى صعيد صفحة الدبلوماسية العامة فقد تصدرت المرتبة الأولى المنشورات التي تحتوي على وسوم وذلك بنسبة (99.41%)، يليها في المرتبة الثانية المنشورات التي تحتوي على إشارات لأشخاص بنسبة (23.83%)، وفي المرتبة الثالثة جاءت المنشورات التي تحتوي على

روابط بنسبة (14.53%)، أما المنشورات التي لم تحتوي على أي عناصر تفاعلية فقد بلغت (0.58%).

أوضح أن مجموع المنشورات أصبح (238) منشور بدلاً من (172) منشور، ويعود السبب في ذلك إلى أن هناك (66) منشور تم تصنيفهم إلى أكثر من فئة، حيث أن (16) منشور تم تصنيفهم إلى ووسوم وروابط وإشارة، كما وأن (14) منشور تم تصنيفهم إلى وسوم وروابط، بالإضافة إلى أن (36) منشور تم تصنيفهم إلى وسوم وإشارة وبناءً على ذلك بلغت النسبة الكلية (138.35%).

- نوعية المصادر التي اعتمدت عليها وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية عند مخاطبة جمهورها عبر منصة فيس بوك.

جدول رقم (13)

الدبلوماسية العامة الفلسطينية (Palestinian Public Diplomacy)		وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية (State of Palestine _MFA)		فئة المصادر
%	ت	%	ت	
%0.58	1	%43.29	126	الموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية
%15.69	27	%10.30	30	مواقع الإلكترونيّة الأخرى
%9.88	17	%4.46	13	مشاركة من صفحات أخرى
%73.83	127	%41.92	122	بدون
%100	172	%100	291	المجموع

يوضح الجدول رقم (13) نوعية المصادر التي اعتمدت عليها صفحة وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية وصفحة الدبلوماسية العامة الفلسطينية عند مخاطبة جمهورها، على صعيد

صفحة وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية فقد تصدر الموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية والمغتربين المرتبة الأولى بنسبة (43.29%)، كما احتلت المرتبة الثانية المواقع الإلكترونية الأخرى مثل وكالة وفا ووكالة معا وغيرها من المواقع بنسبة (10.30%)، كما ويشير الباحث إلى أن المشاركة من الصفحات الأخرى جاءت في المرتبة الثالثة بنسبة (4.46%)، ومن الجدير ذكره أن (41.92%) من المنشورات لم تستند إلى أي من المصادر الموضحة في المنشورات.

أما على صعيد صفحة الدبلوماسية العامة فقد تصدرت المواقع الإلكترونية الأخرى المرتبة الأولى بنسبة (15.69%)، يليها في المرتبة الثانية المشاركة من صفحات أخرى بنسبة (9.88%)، كما وجاء الموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية بالمرتبة الثالثة بنسبة (0.58%)، وبينت النتائج أن نسبة (73.83%) من المنشورات لم تستند إلى أي من المصادر الموضحة في المنشورات.

- فئة اللغات التي استخدمتها وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية عند مخاطبة جمهورها عبر منصة فيس بوك.

جدول رقم (14)

فئة اللغات		وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية (State of Palestine_MFA)		الدبلوماسية العامة الفلسطينية (Palestinian Public Diplomacy)	
	ت	%	ت	%	
اللغة العربية	279	95.87%	صفر	0%	
اللغة الانجليزية	12	4.13%	152	88.37%	
كلاهما	صفر	0%	17	9.88%	
لغات اخرى	صفر	0%	3	1.74%	
المجموع	291	100%	172	100%	

يوضح الجدول رقم (14) طبيعة اللغات التي تضمنتها منشورات صفحة وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية وصفحة الدبلوماسية العامة الفلسطينية، على صعيد وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية بينت النتائج أن اللغة العربية تصدرت المرتبة الأولى بنسبة (95.87%)، كما احتلت اللغة الإنجليزية المرتبة الثانية بنسبة (4.13%)، كما وبينت النتائج

أن القائمين على إدارة صفحة الوزارة لم يقوموا باستخدام اللغتين في منشور واحد أو استخدام أي لغات أخرى.

أما على صعيد صفحة الدبلوماسية العامة الفلسطينية بينت النتائج أن اللغة الإنجليزية تصدرت المرتبة الأولى وذلك بنسبة (88.37%)، كما وجاء استخدام اللغة العربية والانجليزية كلاهما في نفس المنشور في المرتبة الثانية بنسبة (9.88%)، وفي سياق متصل أشير إلى أنه تم استخدام اللغة الاسبانية بنسبة (1.74%)، ومن الجدير بالذكر أن اللغة العربية لم يتم استخدامها لوحدها في منشورات الصفحة بشكل نهائي.

- فئة الأوقات التي قامت خلالها وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية بمخاطبة جمهورها عبر منصة فيس بوك.

جدول رقم (15)

الدبلوماسية العامة الفلسطينية (Palestinian Public Diplomacy)		وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية (State of Palestine_MFA)		فئة توقيت النشر
%	ت	%	ت	
%8.13	14	%5.49	16	الصباح المبكر
%31.97	55	%18.21	53	الصباح المتأخر
%46.51	80	%35.39	103	بعد الظهر
%11.04	19	%19.93	58	مساء
%2.32	4	%20.96	61	ليلا
%100	172	%100	291	المجموع

يوضح الجدول رقم (15) الأوقات التي قامت خلالها وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية و صفحة الدبلوماسية العامة الفلسطينية بمخاطبة جمهورهما، على صعيد صفحة وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية بينت النتائج أن فترة بعد الظهر قد تصدرت المرتبة الأولى بنسبة (35.39%)، يليها في المرتبة الثانية فترة الليل بنسبة (20.96%)، كما واحتلت آخر

مرتبتين فترة الصباح المتأخر بنسبة (18.21%)، والمرتبة الأخيرة كانت من نصيب فترة الصباح المبكر بنسبة (5.49%).

أما على صعيد صفحة الدبلوماسية العامة فبينت النتائج أن فترة بعد الظهر قد تصدرت المرتبة الأولى بنسبة (46.51%)، يليها في المرتبة الثانية فترة الصباح المتأخر بنسبة (31.97%)، كما واحتلت آخر مرتبتين فترة الصباح المبكر بنسبة (8.13%)، وأشارت النتائج إلى أن فترة الليل جاءت بالمرتبة الأخيرة بنسبة (2.32%).

أرى أنه لا يوجد سياق محدد لأوقات النشر حسب نتائج التحليل، على الرغم من أن فترة بعد الظهر تصدرت المرتبة الأولى في الصفحتين ولكن هنالك تفاوت بشكل كبير في جميع الفترات.

- طبيعة اشكال تفاعل الجمهور مع المضامين التي يتم نشرها من قبل وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية عبر منصة فيس بوك.

جدول رقم (16)

الدبلوماسية العامة الفلسطينية (Palestinian Public Diplomacy)		وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية (State of Palestine_MFA)		فئة اشكال تفاعل الجمهور مع المضامين
%	ت	%	ت	
				فئة التفاعل بالتعليق
66.86%	115	9.62%	28	(صفر)
32.55%	56	57.73%	168	(49_1)
0%	صفر	15.12%	44	(99_50)
0%	صفر	11.34%	33	(199_100)
0.58%	1	6.18%	18	(500_200)
0%	صفر	0%	صفر	(500) فما فوق
100%	172	100%	291	المجموع

فئة التفاعل بالأعجاب				
(صفر)	صفر	%0	صفر	%0
(99_1)	164	%56.35	169	%98.25
(199_100)	75	%25.77	1	%0.58
(999_200)	52	%30.23	صفر	%0
(10000_1000)	صفر	%0	1	%0.58
(10000) فما فوق	صفر	%0	صفر	%0
المجموع	291	%100	172	%100
فئة التفاعل بالمشاركة				
(صفر)	83	%28.52	46	%26.74
(49_1)	202	%69.41	118	%68.60
(99_50)	4	%1.37	5	%2.90
(199_100)	صفر	%0	1	%0.58
(500_200)	2	%0.68	صفر	%0
(500) فما فوق	صفر	%0	1	%0.58
المجموع	291	%100	172	%100

يوضح الجدول رقم (16) أشكال تفاعل الجمهور مع المضامين التي يتم نشرها عبر صفحة وزارة الخارجية والمغتربين وصفحة الدبلوماسية العامة الفلسطينية، على صعيد صفحة وزارة الخارجية والمغتربين فقد تصدرت المنشورات التي كان عدد التعليقات عليها يتراوح من (49_1) المرتبة الأولى وذلك بنسبة (57.73%)، أما المنشورات التي يتراوح عدد التعليقات عليها من (99_50) فقد جاءت بالمرتبة الثانية بنسبة (15.12%)، كما واحتلت آخر مرتبتين المنشورات التي يتراوح عدد التعليقات عليها من (500_200) حيث شكلت نسبة (6.18%)، وهنا لا بد من الإشارة إلى أن أعلى عدد تعليقات على الصفحة كان يبلغ (301)

تعليق فقط ،كما وتشير النتائج إلى أنه لا يوجد (500) تعليق أو أكثر في أي من المنشورات ،ومن الجدير بالذكر أن المنشورات التي لم تحصل على أي تعليق كانت بنسبة (9.62%).

أما بما يخص عدد الاعجابات فتشير النتائج إلى أن المنشورات التي كان عدد الاعجابات بها تتراوح ما بين (1_99) تصدرت المرتبة الأولى بنسبة (56.35%)، وجاءت في المرتبة الثانية المنشورات التي كان عدد الاعجابات بها تتراوح ما بين (200_999) بنسبة (30.23%)، ومن الجدير بالذكر أن أعلى عدد اعجابات على منشورات الصفحة كان (762) حيث كان المنشور يتعلق بحملات وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية المتعلقة بالمواطنين الفلسطينيين الذين يرغبون بالسفر إلى خارج البلاد أو العودة إليها خلال جائحة كورونا.

أما بما يخص عدد المشاركات فتشير النتائج إلى أن المنشورات التي يتراوح بها عدد المشاركات بين (1_49) تصدرت المرتبة الأولى بنسبة (69.41%)، أما المنشورات التي يتراوح بها عدد المشاركات بين (50_99) فقد جاءت بالمرتبة الثانية حيث بلغت نسبتها (1.37%)، كما واحتلت المرتبة الثالثة المنشورات التي يتراوح عدد المشاركات لها من (200_500) بنسبة (0.68%)، ويشير الباحث إلى أن مجموع المنشورات التي لم يتم مشاركتها من قبل أحد قد بلغت نسبة (28.52%).

أما على صعيد صفحة الدبلوماسية العامة الفلسطينية فتشير النتائج إلى أن نسبة المنشورات التي لم تحصل على أي تعليق كانت (66.86%)، أما المنشورات التي حصلت على تعليقات ما بين (1_49) كانت نسبتها (32.55%)، أما المنشورات التي حصلت على تعليقات ما بين (200_500) كانت بنسبة (0.58%)، وبينت النتائج أن أعلى عدد تعليقات كان (204) تعليق فقط.

أما بخصوص عدد الاعجابات بينت النتائج أن المنشورات التي كان عدد الاعجابات بها ما بين (1_99) بلغت نسبة (98.25%)، كما وبينت النتائج أيضاً أن المنشورات التي كان عدد الاعجابات بها ما بين (100_199) كانت بواقع منشور واحد بنسبة (0.58%)، كما وأن المنشورات التي كان عدد الاعجابات بها ما بين (1000_10000) كانت أيضاً بواقع منشور واحد بنسبة (0.58%) حيث أن أعلى عدد اعجابات كان يبلغ (1200) اعجاب.

أما بخصوص عدد المشاركات بينت النتائج أن المشاركات التي يبلغ عددها ما بين (1_49) قد كانت بنسبة (68.60%)، يليها المنشورات التي لم تحظى بأي مشاركة بنسبة (26.74%)، كما وأن المنشورات التي كان عدد المشاركات لها (500) فما فوق كانت بنسبة (0.58%)، ومن الجدير بالذكر أن أعلى عدد مشاركات قد بلغ (1200) مشاركة.

أرى وبناءً على نتائج تحليل أشكال تفاعل الجمهور مع المضامين إلى أن مستوى التفاعل لا يرقى إلى المستوى المطلوب.

- طبيعة شكل التفاعل مع تعليقات الجمهور على المضامين التي تنشرها وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية عبر منصة فيسبوك.

جدول رقم (17)

الدبلوماسية العامة الفلسطينية (Palestinian Public Diplomacy)		وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية (State of Palestine_MFA)		فئة التفاعل مع الجمهور
%	ت	%	ت	
0%	صفر	0%	صفر	انتقائي
0%	صفر	0%	صفر	انفتاحي
100%	172	100%	291	لا يوجد
100%	172	100%	291	المجموع

يوضح الجدول رقم (17) طبيعة شكل التفاعل مع تعليقات الجمهور على المضامين التي تنشرها صفحة وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية وصفحة الدبلوماسية العامة من قبل القائمين على إدارة هذه الصفحات إلى أنه وبعد تحليل هذه الفئة تبين أنه لا يوجد أي تفاعل مع الجمهور نهائياً، حيث كانت نسبة التفاعل مع الجمهور على الصفحتين (0%).

4.2 عرض نتائج المقابلات

1. ما هو رأيك بالدبلوماسية الفلسطينية وأثرها على القضية الفلسطينية؟

في البداية أشير إلى أن الدكتور مراد شاهين أوضح أن نقطة الانطلاق للإجابة عن هذا التساؤل تكمن في الوضع القانوني التي تتمتع به السلطة الوطنية الفلسطينية، كما وأشار إلى أن تسجيل النجاحات للدبلوماسية يعتمد على ثلاث نقاط رئيسية وهي وجود السيادة والكفاءة.

من جهة السيادة فهي غير موجودة ومنقوصة بسبب الاحتلال الإسرائيلي وأضاف الدكتور مراد أن السيادة ليست فقط أن يكون لديك سلطة أو شعب أو أرض، السيادة أن يكون لدى السلطة الحق والقدرة على إعلان الحرب وإبرام السلام، ومن ناحية الكفاءات فأشار الدكتور أنها موجودة ولكنها غير كافية من ناحية العدد والنوع، بخصوص الدبلوماسية الفلسطينية أشار الدكتور إلى أن الدبلوماسية الفلسطينية لن تكون أكثر قوة أو كفاءة من السلطة الوطنية الفلسطينية، وذلك لأن أي خلل في أداء السلطة الوطنية الفلسطينية ينتقل تلقائياً إلى السلك الدبلوماسي الفلسطيني لأن السلك الدبلوماسي يعتبر أداة تنفيذ للسياسة الخارجية.

يشير الدكتور إلى أن السلطة الفلسطينية لا تستطيع أن تصدر قراراً مستقلاً بمعزل عن المحيط العربي أو الاتفاقيات الموقعة مع جميع الأطراف الدولية، كما ويشير أيضاً إلى أن عدم وجود معهد للتدريب الدبلوماسي الفلسطيني لتدريب الدبلوماسيين الفلسطينيين يعتبر مأخذ هام على السلك الدبلوماسي الفلسطيني، وأكد الدكتور أيضاً أنه لا يمكن أن يكون العمل الدبلوماسي الفلسطيني ذو كفاءة عالية في ظل أن سيادة السلطة الوطنية منقوصة، ولكن رغم هذا الأمر نستطيع أن نقول أن وجود السلطة الفلسطينية هو عبارة عن ثمرة نجاح مهمه للغاية، ووجود وحضور ممثلين لنا في مختلف دول العالم بغض النظر عن أعماله ونجاحاته وإخفاقاته هو إنجاز بدون أدنى شك، يشير الدكتور إلى أنه يوجد لدينا علاقات دبلوماسية مع دول أكثر من دول أخرى، وأشار إلى أن الولايات المتحدة الأمريكية قامت بطردنا وإغلاق ممثلينا في واشنطن ولكن الكثير من دول العالم مثل فرنسا وبريطانيا والسويد واليونان وغيرها يستقبلوننا ويرحبون بنا بالمحصلة وجود تمثيل لنا في أي مكان في العالم يعتبر إنجاز هام. (شاهين، 2021)

أما على صعيد الدكتوراة دلالات عريقات أفادت ان الدبلوماسية الفلسطينية جيدة ولكن أداء التمثيل الدبلوماسي لا يرتقي إلى المستوى المطلوب، ولكن هذا امر لا يمكن تعميمه لأنه وبالتأكيد هنالك إنجازات فردية وتمثيل دبلوماسي فلسطيني في دولة اقوى من دولة أخرى، ولكن بالشكل العام العمل الدبلوماسي الفلسطيني لا يعكس ما يستحقه الشعب الفلسطيني ولا يعكس زخم القضية الفلسطينية.

وقالت الدكتورة دلال أن العمل الدبلوماسي الفلسطيني بعد عام (2012) ساهم في تدويل القضية الفلسطينية من خلال انضمامنا للأمم المتحدة والجمعية العامة والإتحاد من أجل السلام والكثير من المنظمات الدولية وميثاق روما، بالإضافة إلى رفع العلم الفلسطيني في نيويورك، وهذه تعتبر إنجازات حقيقية وبهذا الشكل قمنا بإعادة تسليط الضوء على القضية الفلسطينية بشكل كبير، بشكل عام الإنجازات الدبلوماسية على صغرها هي تراكمية (العمل الدبلوماسي هو عمل تراكمي).

وفي سياق متصل أكدت الدكتورة على ضرورة أن يكون العاملين في السلك الدبلوماسي مؤهلين من ناحية اللغة والفكر لأن الدبلوماسية أصبحت مجال علمي يتم تدريسه في مختلف الجامعات، وأشارت إلى ضرورة وجود معهد دبلوماسي يقوم بتدريب الكادر الدبلوماسي الفلسطيني بدلاً من إرساله إلى الخارج، ووجوب وجود متابعه دورية من قبل الوزارة مع السفارات وتوجيهها للتركيز على قضايا محورية ومعينة، كما وأشارت الدكتورة أنه وفي حال قمنا بالاستخدام الأمثل والصحيح للأدوات الدبلوماسية فذلك سينعكس بشكل إيجابي على القضية الفلسطينية والسبب يكمن بأن الدبلوماسية هي الأداة السلمية المتفق عليها دولياً، ولا يوجد أيضاً أمامنا خيار آخر سوى استخدامها . (عريقات، 2021)

2. ما هي أهمية استخدام الدبلوماسية الرقمية بالنسبة للقضية الفلسطينية؟

أفاد الدكتور مراد شاهين أن الدبلوماسية الرقمية في حال استخدامها بالشكل الأمثل والصحيح فبالأكيد سيكون لها اثر إيجابي كبير على القضية الفلسطينية، وأشار أيضاً إلى أنه وبناءً على نتائج تقارير الدبلوماسية الرقمية العالمية، فإن الدبلوماسية الرقمية الفلسطينية تحتل مرتبة متأخرة جداً من بين دول العالم، وإذا ما نظرنا إلى الجانب الإسرائيلي نرى أنه أقوى منا بكثير في هذا المجال، ومن هذا المنطلق يتوجب علينا أن ندرك ادراك حقيقي لأهمية الدبلوماسية الرقمية ويتوجب علينا أن نخاطب الإسرائيليين ومختلف شعوب العالم العربي والغربي لنقل الرواية الفلسطينية إليهم والتأثير بهم لحشد التضامن مع القضية الفلسطينية .

أما الدكتورة دلال عريقات فأكدت على أن الدبلوماسية الرقمية أمر في غاية الأهمية ولا يمكن تجاهله في ظل التطور والتقدم التكنولوجي، ولكن دولة فلسطين موجودة في مراكز متأخرة حسب تقارير الدبلوماسية الرقمية العالمية، وتشير الدكتورة إلى أن صفحة وزارة الخارجية والمغتربين الرسمية عبر منصة فيس بوك وتويتر بحاجة إلى جهد كبير لترتقي إلى المستوى المطلوب من

ناحية اللغات التي يستخدمونها ومن ناحية الجماهير التي يتم استهدافها، ومن ناحية التفاعلات أيضاً، قائلة نحن بشكل عام نقوم بمخاطبة أنفسنا عبر منصات التواصل الاجتماعي وليس العالم، وأكدت على أهمية استغلال المؤثرين الفلسطينيين مثل منى الكرد لنقل الرواية الفلسطينية للرقمي بمستوى الدبلوماسية الرقمية الفلسطينية.

وعند توجيه السؤال إلى الأستاذ صالح مشاركة أفاد أن الدبلوماسية الرقمية الفلسطينية مرحلة حتمية في الدبلوماسية العامة الفلسطينية وللأسف لم نصل لها رغم سنوات من التطور في القنوات الرقمية وهذا الأمر مثبت من خلال دراسات كثيرة تشير إلى أن المضامين التي تنشرها وزارة الخارجية الفلسطينية هي رقمية شكلاً ولكنها بالمضامين فهي تقوم بشكل أساسي بالإخبار والإشهار والإعلان ونشر التسجيلات الإخبارية عن فعالية الوزارة ولا تقدم مضامين بالفيديو أو التسجيلات الصوتية أو الانفوجراف أو الرسومات إلى ما ندر، وبناءً على ذلك فإن الدبلوماسية الفلسطينية لم تدخل مرحلة جديدة من أداء العلاقات العامة، وأشار إلى أن دول العالم التي تدرك أهمية الدبلوماسية الرقمية انتقلت من صياغة الخبر ووضع صورة الوزراء والمسؤولين والاتفاقيات والأعمال والمشاريع إلى منطقة جديدة للرسالة الإعلامية المؤثرة التي تستخدم الفيديو والتسجيلات الصوتية والرسومات والمنشورات الأدبية للتعبير عن رسائل دولتهم، على سبيل المثال السفير الأمريكي في الأردن قام بمشاركة فيديو قصير يقول فيه (كيف تطبخ المنسف الأردني)، كما وأن السفير البريطاني في القاهرة قام بتغريد مجموعة من التغريدات على تويتر قائلاً فيها (كيف نؤيد محمد صلاح ونجعله من الأسماء الرياضية الأولى في العالم)، كما وأشار الأستاذ صالح إلى أن الدبلوماسية الفلسطينية لم تصل إلى هذا الحد والخبرة في صناعة المضمون وما زالت الدبلوماسية الفلسطينية تراهن على الصياغة الإخبارية وصياغة التقارير وهذا لا يسمى أنه تحول أو انتقال من الإعلام التقليدي إلى الرقمي . (مشاركة، 2021)

3. ما مدى الأهمية التي توليها وزارة الخارجية الفلسطينية للدبلوماسية الرقمية؟ وهل هناك استراتيجية محددة لاستخدامها؟

يشير الأستاذ صالح مشاركة إلى أن هنالك أكثر من مستوى لفهم وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية للدبلوماسية الرقمية حيث أن صغار موظفي وحدة الإعلام وتحديدًا الشباب حديثي التخرج يفهمون الدبلوماسية الرقمية على أنها تحول في طريقة الإنتاج المعلوماتي حول الرسالة الخارجية أما مستويات صناعة القرار فهم بالتأكيد يشجعون هذه الفكرة ولكن لا يدركون بعمق ما

هي أدواتها المناسبة وبالتالي قد يؤدي هذا الأمر على تقدم بطيء في إنتاج دبلوماسية رقمية فلسطينية، كما وأشار إلى أن المحاولات بدأت تقريباً قبل عامين ولوحظ كيف تغير شكل الأخبار على صفحة الوزارة على موقع فيس بوك ومحاولات وضع الفيديوهات ولكن إذا ما قارنا هذا الإنتاج الإعلامي بالإنتاج الدبلوماسي الرقمي الإسرائيلي سنجد الفرق شاسعاً، على سبيل المثال صفحة وزارة الخارجية الإسرائيلية يتم فيها صناعة فيديوهات تسمى (Digital Story) وهي مؤثرة وتؤدي إلى تحول كبير في رأي المتلقي لأنها تخاطب العاطفة والأحاسيس ولا تخاطب العقل المعلوماتي، في المحصلة النهائية نستطيع القول أن وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية في السنوات الأخيرة أصبحت تهتم بشكل ملحوظ بالدبلوماسية الرقمية.

أما الدكتورة دلال عريقات أشارت بدورها إلى أنه وبالتأكيد يعلم صناع القرار في وزارة الخارجية والمغتربين بأهمية الدبلوماسية الرقمية وتأثيرها الإيجابي الذي ينعكس على القضية الفلسطينية ولكن الإستراتيجية التي تحقق ذلك التقدم في استخدام الدبلوماسية الرقمية غير مطبقة.

ومن جهته أشار الدكتور ضرار غانم وهو مدير وحدة الدبلوماسية العامة والرقمية في وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية إلى أن الوزارة تولي أهمية كبيرة للدبلوماسية الرقمية حيث أن الوزارة قامت في نهاية عام (2018) بتأسيس وحدة الدبلوماسية العامة والرقمية، وهي وحدة مستقلة تتبع إلى مكتب وزير الخارجية بشكل مباشر، كما تقوم الوحدة بتزويد وزير الخارجية الدكتور رياض المالكي بتقارير شهرية دورية حول عملها، كما وأشار الدكتور غانم إلى أن الوحدة تتكون من خمس موظفين، وأشار إلى أن هذه هي الإمكانيات المتاحة في الوقت الحاضر بسبب صعوبة الأوضاع المالية التي تمر بها السلطة الوطنية الفلسطينية، كما وأشار الدكتور غانم أن الوحدة تقوم بشكل تدريجي بتأسيس صفحات لها على مواقع التواصل الاجتماعي حيث قامت لغاية الان بتأسيس ثلاث صفحات لها باللغة الإنجليزية على مواقع فيس بوك وانستغرام وتويتر، كما وأشار إلى أن الوحدة بصدد انشاء صفحات على هذه المواقع باللغة الفرنسية والإسبانية في القريب العاجل، كما وأشار إلى أن الوزارة ستقوم أيضاً بتعيين شخص جديد في الوحدة تكون وظيفته هي الرد على التعليقات والتفاعل مع الجمهور، كما وأشار الدكتور غانم إلى وجود خطة استراتيجية لعمل الوحدة لمدة ثلاث سنوات وتشمل هذه الخطة التواصل مع المؤثرين إدراكاً من قبل الوحدة أن المؤثرين يساعدون على انتشار الصفحات التي تديرها الوحدة، إضافة إلى التعاقد مع شركات منتجة محترفة للتعاون معاً في إنتاج مشاريع معينة مثل قصص النجاح والجانب

الإنساني، كما وأكد على أن الوحدة قامت بتوقيع اتفاقيه مع العديد من الوزارات تتضمن إرسال تقرير اسبوعي لجميع الاحداث سواء اقتصادية،قصص نجاح،دينية، سياحية وخصوصاً بما يتعلق بمدينة القدس لتتمكن الوحدة من منتجاتها وإعادة نشرها عبر صفحاتها باللغة الإنجليزية، أما بخصوص التمويل فتطرق مدير الوحدة إلى أن الوحدة بحاجة إلى العديد من المتطلبات كالميزانيات ليتم تمويل الصفحات التي تتبع للوحدة ليتم نشرها وزيادة أعداد المعجبين والمتابعين، كما ونوه غانم إلى أن الوحدة تم تأسيسها بعد آخر تقرير للدبلوماسية الرقمية العالمية والتي احتلت به فلسطين مرتبة متأخرة وهذه كانت خطوة في الاتجاه الصحيح ويتوقع الدكتور غانم أن التقرير المقبل ستحقق دولة فلسطين تقدم تدريجي ملحوظ. (غانم، 2021)

4. ما اهم المنصات الالكترونية التي تستخدمها وزارة الخارجية الفلسطينية في إيصال رسائلها الى دول العالم؟

أفاد الدكتور ضرار غانم، والأستاذ طارق عيدة، أن المنصات التي تستخدمها وزارة الخارجية والمغتربين هي على النحو التالي:(عيدة، 2021)

1. موقع الوزارة الإلكتروني:أشير إلى أن الموقع الرسمي لوزارة الخارجية والمغتربين يتضمن المعلومات الأساسية حول الوزارة مثل مهام الوزارة ورؤيتها ورسالتها، إضافة إلى أخبار الوزارة والسفارات الفلسطينية في الخارج وجميع الأنشطة المتعلقة بهما، كما ويتضح أن الموقع الرسمي للوزارة قد خصصت فيه بعض الزوايا للقضايا والاساسية التي تخص القضية الفلسطينية مثل(اللاجئين،المياه،الحدود،الاستيطان وجدار الفصل العنصري،الاسرى،القدس)،كما ويوجد العديد من المعلومات العامة التي تتحدث عن (العلم الفلسطيني،الرئيس،النشيد الوطني، فلسطين في المنظومة الدولية،التعليم في فلسطين،السياحة،الاستثمار)، ومن الجدير بالذكر أن الموقع يستخدم ثلاث لغات وهي العربية والانجليزية والاسبانية. (الموقع الإلكتروني للوزارة)

2.صفحة وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية /فيس بوك (State of Palestine MFA)

أشير إلى أن صفحة وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية هي صفحة موثوقة تحمل إشارة التوثيق الزرقاء كونها تتبع بشكل رسمي الى وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية ويتم ادارتها من قبل وحدة الإعلام بالوزارة، كما وأن عدد المعجبين بالصفحة يبلغ (95،774). (صفحة وزارة الخارجية /فيس بوك)

3. صفحة الدبلوماسية العامة الفلسطينية/فيس بوك (Palestinian Public Diplomacy)

أشير إلى أن صفحة الدبلوماسية العامة الفلسطينية هي صفحة موثوقة تحمل إشارة التوثيق الزرقاء كونها تتبع بشكل رسمي إلى وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية ويتم ادارتها بشكل مباشر من قبل وحدة الدبلوماسية العامة والرقمية في وزارة الخارجية والمغتربين، كما ويبلغ عدد المعجبين بالصفحة نحو (6،131). (صفحة الدبلوماسية العامة الفلسطينية _ فيس بوك)

4. صفحة وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية/ تويتر (State of Palestine MFA)

تعتبر صفحة موثوقة تحمل إشارة التوثيق الزرقاء كونها صفحة رسمية تعود لوزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية ويتم ادارتها من قبل وحدة الإعلام بالوزارة، وأشير إلى أن عدد المتابعين للصفحة يبلغ (7.725) متابع. (صفحة وزارة الخارجية /تويتر)

5. صفحة الدبلوماسية العامة الفلسطينية /تويتر (Palestinian Public Diplomacy)

أشير إلى أن الصفحة تم تأسيسها في عام (2018)، ويبلغ عدد متابعي الصفحة (742) متابع، كما وأن الصفحة لا تحمل إشارة التوثيق الزرقاء كما ويتم ادارتها بشكل مباشر من وحدة الدبلوماسية العامة والرقمية في وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية . (الدبلوماسية العامة /تويتر)

6. صفحة وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية/انستغرام (State of Palestine MFA)

تعتبر الصفحة الرسمية لوزارة الخارجية والمغتربين على الموقع، ويبلغ عدد متابعي الصفحة (3.589)، كما وأشير إلى ان الصفحة غير حاصلة على علامة التوثيق الزرقاء، كما ويتم ادارتها من قبل وحدة الإعلام في وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية. (صفحة وزارة الخارجية/انستغرام)

7. صفحة (Palestinian Public Diplomacy) على موقع انستغرام:

تم تأسيسها من قبل وحدة الدبلوماسية العامة والرقمية في وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية عام (2021)، وبلغ عدد متابعي الصفحة (82) متابع، كما وأن الصفحة لا تحمل إشارة التوثيق الزرقاء.

8. قناة يوتيوب باسم وحدة الاعلام بوزارة الخارجية: أشير إلى أن القناة على اليوتيوب تشهد عدم اهتمام ملحوظ من قبل وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية سواء من ناحية عدد المتابعين للقناة ومن ناحية عدد الفيديوهات التي يتم تحميلها على القناة.

5. ما هي الأهداف التي يمكن تحقيقها من خلال الاستخدام الأمثل للدبلوماسية الرقمية من قبل وزارة الخارجية الفلسطينية؟

يشير الأستاذ صالح مشاركة إلى أنه يوجد الكثير من الأهداف التي يمكن تحقيقها من قبل وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية في حال استخدمت الدبلوماسية الرقمية بالشكل الصحيح ومن ضمن هذه الأهداف توسيع شبكة العلاقات الدبلوماسية وذلك خارج نطاق المؤسسات الحكومية والأحزاب السياسية في العالم وبذلك تستطيع الخارجية الفلسطينية أن تصل إلى تكتلات رأي جديدة في العالم مثل التكتلات النسوية، والحركات السياسية، والحركات البيئية وغيرها من التكتلات التي ظهرت بقوة في مختلف دول العالم ومن خلال ذلك نستطيع كسب الرأي العام العالمي لصالح القضية الفلسطينية، إن الولايات المتحدة الأمريكية أغلقت مكتبنا في واشنطن ولكن لا نستطيع أن تمنعنا من مخاطبة الرأي العام الأمريكي، برأيي أن تحقيق هذا الهدف يعتبر إنجاز وتقدم واضح في مسيرة الدبلوماسية الفلسطينية .

أما الدكتورة دلال عريقات فأشارت إلى أن الاستخدام الأمثل للدبلوماسية الرقمية يمكننا من نقل الرواية الفلسطينية إلى جميع أنحاء العالم، وأشارت إلى أنه يوجد العديد من دول العالم لا يوجد فيها أي تمثيل دبلوماسي فلسطيني، وهذه الدول يمكننا بكل بساطة تجسيد العلاقات معها من خلال الدبلوماسية الرقمية وبالتالي نقوم ببناء علاقات جديدة مع دول وشعوب العالم.

على صعيد الدكتور مراد شاهين فأوضح أن الاستخدام الأمثل للدبلوماسية الرقمية يخرجنا من العباءة التقليدية المحصورة بالعمل السياسي فقط، وأشار إلى أن الدبلوماسية الرقمية نستطيع من خلالها تعزيز التبادل الثقافي والأكاديمي والاجتماعي مع دول وشعوب العالم، إضافة إلى نقل روايتنا الفلسطينية بطريقة حقيقية مؤثرة إلى جميع شعوب العالم دون أي تشويش من الحكومات في مختلف دول العالم.

6. ما الصعوبات أو التحديات التي تواجه وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية في استخدام الدبلوماسية الرقمية؟

أشار الدكتور ضرار غانم إلى أن وحدة الدبلوماسية العامة والرقمية في وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية بحاجة إلى تغيير طرق الإنتاج الإعلامية رغم أنهم يعملون على ذلك ولكن هذا بحد ذاته يحتاج إلى مضاعفة عدد الكادر الموجود من حيث توظيف موظفين جدد يتقنون إنتاج الفيديو والقصص الرقمية وتصميم الانفوجراف وغيرها من عناصر الإبداع والتشويق، كما وأشار إلى أن الطاقم الحالي مؤهل ولكن غير كافٍ للقيام بجميع هذه المهام، وتطرق الدكتور غنام إلى الوضع المالي التي تعاني منه السلطة الوطنية الفلسطينية الذي يحول دون رصد ميزانية مناسبة للعمل الدبلوماسي الرقمي، كما وأشار الأستاذ صالح مشارقة إلى أن تفوق الدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية على الدبلوماسية الرقمية الفلسطينية يشكل تحدياً كبيراً لها لأنها تستطيع إنتاج ونشر مضامين وتخطب العالم بسرعة فائقة ولكن في المحصلة هذا تحدي لا بد من مواجهته، أما بما يخص التخطيط أشار الأستاذ مشارقة أن غياب الرؤية أو خطة استراتيجية لعمل الدبلوماسية الرقمي يعتبر تحدياً كبيراً، الدكتور دلال عريقات بدورها قالت أن الاحتلال لا يشكل عائقاً مهماً ولكن علينا أن لا نتحجج بوجوده بكل شيء رغم أن الاحتلال "هو أول وآخر المصائب"، كما وأكدت على أن علم التخطيط الاستراتيجي هو عبارة عن تحدي لأي معيق، وبالتالي فإن غياب التخطيط الاستراتيجي يشكل تحدي كبير يحول دون النهوض بواقع الدبلوماسية الرقمية الفلسطينية.

ومن الجدير بالذكر أن الدكتور ضرار غانم والأستاذ طارق عيدة أشاروا إلى أن هذه المنصات تم اختيارها للتواجد عليها بسبب أنها المنصات والمواقع الأكثر استخداماً والأوسع انتشاراً في العالم حسب الإحصائيات.

كما وتمت الإشارة إلى أن عدم وجود دائرة متخصصة للعلاقات العامة في الوزارة تؤثر بشكل سلبي على استخدام الدبلوماسية الرقمية بسبب الضعف في التنسيق بين وحدة الاعلام ووحدة الدبلوماسية العامة والرقمية في وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية كون أن الجهد الذي يبذل من كلى الوحدتين يجب أن يكون جهداً متكاملًا.

الفصل الخامس

النتائج والمقترحات

يهدف الفصل الخامس إلى عرض أهم وأبرز النتائج التي توصل إليها الباحث في دراسته وذلك في ضوء التساؤلات والأهداف التي سعت الدراسة للإجابة عنها، وقام الباحث بتقسيم الإجابات وفقاً لترتيب تساؤلات الدراسة، كما وسيقدم الباحث في الفصل مجموعة من المقترحات التي تساهم بالنهوض بواقع الدبلوماسية الرقمية الفلسطينية.

5.1 ملخص النتائج

أشير إلى أن نتائج الدراسة كانت على النحو التالي:

النتائج المتعلقة بالتساؤل الأول: ما مدى مناسبة مضمون الرسائل التي تبثها وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية عبر صفحاتها على منصة فيس بوك لتعزيز العمل الدبلوماسي الفلسطيني؟

أوضح أن الاجابات المتعلقة بالتساؤل الأول تم تقسيمها إلى العديد من المحاور وكانت على النحو الاتي:

المحور الأول: طبيعة الموضوعات التي طرحتها وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية في مخاطبة جمهورها عبر منصة فيس بوك.

بينت النتائج أن المواضيع التي تصدرت المرتبة الأولى على صعيد صفحة وزارة الخارجية والمغتربين هي المواضيع السياسية وذلك بنسبة (32.64%) بينما كانت المواضيع السياسية في صفحة الدبلوماسية العامة بنسبة (4.06%)، أما المواضيع الانسانية في صفحة الوزارة كانت بنسبة (31.95%) بينما كانت في صفحة الدبلوماسية العامة بنسبة (20.34%)، أما على صعيد صفحة الوزارة كانت المواضيع الصحية بنسبة (9.96%) بينما كانت في صفحة الدبلوماسية العامة بنسبة (0.58%)، كما بينت النتائج أن المواضيع العسكرية التي طرحت عبر صفحة الوزارة كانت بنسبة (7.65%) بينما تصدرت المواضيع العسكرية في صفحة الدبلوماسية العامة الفلسطينية المرتبة الأولى بنسبة (49.41%)، أما بخصوص المواضيع الاجتماعية التي طرحتها صفحة الوزارة كانت بنسبة (3.78%) بينما كانت في صفحة الدبلوماسية العامة بنسبة (13.37%)، أما المواضيع القانونية فقد كانت على صعيد صفحة الوزارة بنسبة (8.59%)

بينما كانت في صفحة الدبلوماسية العامة بنسبة (1.74%)، وبينت النتائج أن المواضيع الأكاديمية في صفحة الوزارة كانت بنسبة (2.74%) بينما كانت في صفحة الدبلوماسية العامة بنسبة (2.32%)، أما المواضيع الدينية في صفحة الوزارة كانت بنسبة (1.37%) بينما كانت في صفحة الدبلوماسية العامة بنسبة (4.65%)، كما وكانت المواضيع التاريخية في صفحة الوزارة بنسبة (1.03%) بينما كانت في صفحة الدبلوماسية العامة بنسبة (8.13%) .

كما وأظهرت النتائج أن المواضيع الاقتصادية والثقافية والبيئية والسياحية والصناعية والرياضية والزراعية لم تشكل أي نسبة في صفحة وزارة الخارجية بينما كانت المواضيع الاقتصادية بنسبة (0.58%)، والمواضيع الثقافية بنسبة (11.04%)، والمواضيع البيئية بنسبة (6.39%)، والمواضيع السياحية بنسبة (3.84%)، والمواضيع الرياضية بنسبة (1.16%) والمواضيع الزراعية بنسبة (4.65%) في صفحة الدبلوماسية العامة الفلسطينية.

أرى أن نتائج الدراسة التحليلية لصفحات وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية على منصة فيس بوك أظهرت عدم وجود سياق أو استراتيجية محددة في طرح المواضيع، وتشير النتائج في ظل نظرية وضع الأجندة أن المواضيع المطروحة عبر الصفحتين تشهد اختلاف واضح من حيث النسب، ويعتبر هذا الأمر مؤشراً هاماً يدل على تنوع المضامين من حيث المواضيع التي يتم نشرها من قبل وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية، وبشكل عام يمكن القول أن المحتوى المنشور عبر صفحات الوزارة يعكس تفاعل الأحداث على الأرض، كما وأن وجود اختلاف في المضامين التي يتم نشرها عبر صفحات الوزارة يشير إلى أن الوزارة تسعى إلى إتباع نهج جديد في مخاطبة جمهورها بحيث أن كل صفحة تحاول التركيز على مواضيع محددة، فصفحة الدبلوماسية العامة الفلسطينية تحاول التوسع في طرح المواضيع لتشمل المواضيع الاقتصادية والثقافية والبيئية والسياحية والصناعية والرياضية والزراعية مع الإشارة إلى أنها شكلت نسب منخفضة جداً، إضافة إلى المواضيع العسكرية التي تصدرت المرتبة الأولى والمواضيع الإنسانية التي تصدرت المرتبة الثانية وهذا الأمر يأتي كون الصفحة تخاطب الجمهور العالمي، أما صفحة وزارة الخارجية والمغتربين فركزت بشكل أكبر على المواضيع السياسية والإنسانية والصحية كون الصفحة تخاطب بالمجمل الجمهور المحلي الذي كان اهتمامه في الحدود الزمنية للدراسة المواضيع الصحية والإنسانية بسبب جائحة كورونا .

المحور الثاني: طبيعة الأنشطة التي تضمنتها منشورات وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية عبر منصة فيس بوك.

بينت النتائج أن الاخبار المجردة الغير مقرونة بنشاط محدد بلغت نسبتها في صفحة الوزارة (29.55%) بينما كانت في صفحة الدبلوماسية العامة بنسبة (37.79%)، أما البيانات الصحفية في صفحة الوزارة كانت بنسبة (18.55%) بينما في صفحات الدبلوماسية العامة كانت بنسبة (1.16%)، على صعيد الاجتماعات كانت بنسبة (17.52%) في صفحة الوزارة بينما كانت بواقع (0.58%) في صفحة الدبلوماسية العامة، أما الإعلانات الرسمية في صفحة الوزارة كانت بنسبة (16.15%) بينما لم تحتل أي نسبة في صفحة الدبلوماسية العامة، كما بينت النتائج أن التقارير في صفحة الوزارة كانت بنسبة (10.99%) بينما كانت بواقع (53.48%) في صفحة الدبلوماسية العامة، على صعيد المؤتمرات فقد بلغت نسبتها (4.81%) بينما بلغت نسبتها في صفحات الدبلوماسية العامة (0.58%)، كما وكانت الاتصالات الهاتفية في صفحة الوزارة بنسبة (1.71%) بينما لم تحتل أي نسبة في صفحة الدبلوماسية العامة، أما المقالات فكانت بواقع (0.34%) في صفحة الوزارة بينما كانت بواقع (2.90%) في صفحة الدبلوماسية العامة.

أرى أن نتائج الدراسة أظهرت تنوعاً في طبيعة الأنشطة التي تضمنتها منشورات وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية عبر صفحاتها على منصة فيس بوك حيث أن طبيعة الأنشطة في صفحة وزارة الخارجية والمغتربين كان يضاف عليها الطابع الرسمي كالبيانات الصحفية والاجتماعات والمؤتمرات والإعلانات الرسمية والاتصالات الهاتفية، أما صفحة الدبلوماسية العامة فكانت قد خرجت عن الطابع الرسمي وكانت معظم مضامينها تقارير ومقالات ومنشورات غير مقرونة بنشاط محدد.

المحور الثالث: طبيعة أساليب المعالجة التي تضمنتها منشورات وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية عبر منصة فيس بوك.

بينت النتائج أن أساليب المعالجة الإخبارية كانت بواقع (70.79%) في صفحة الخارجية بينما كانت بواقع (34.30%) في صفحة الدبلوماسية العامة، أما أساليب المعالجة الاستثنائية كانت بواقع (11.34%) في صفحة الوزارة بينما كانت بواقع (34.88%) في صفحة الدبلوماسية العامة، على صعيد أساليب المعالجة الارشادية فكانت النسب قريبة بين الصفحتين بواقع (11.68%) لصفحة الوزارة و(13.95%) لصفحة الدبلوماسية العامة، أما أساليب المعالجة الاستفهامية لم تحتل أي نسبة من بين المنشورات في صفحة الوزارة ولكنها كانت بنسبة

(11.62%) في صفحة الدبلوماسية العامة ،على صعيد أساليب المعالجة التي تحمل معنى الطلب فكانت نسبتها (3.34%) بينما كانت في صفحة الدبلوماسية العامة بواقع (5.23%)، كما أن أساليب المعالجة التي تحمل معنى التنبيه كانت بنسبة (2.74%) في صفحة الوزارة بينما لم تحتل أي نسبة في صفحة الدبلوماسية العامة ،أما أساليب المعالجة التي تحمل معنى الأمر لم تحتل أي نسبة تذكر في كلا الصفحتين.

أرى أن النتائج أظهرت تفاوت في استخدام أساليب المعالجة بين الصفحتين بحيث طغت طبيعة المعالجة الإخبارية على باقي أساليب المعالجة في صفحة الوزارة بينما اهتمت الوزارة ومن خلال صفحة الدبلوماسية العامة باستخدام أساليب المعالجة بشكل متنوع ومتعدد أكثر مثل أساليب المعالجة الاستفهامية والاستكارية والارشادية، وهذا بدوره يشير إلى أن الوزارة قد بدأت تخرج من قالب الإخباري.

المحور الرابع: طبيعة الجمهور الذي تم استهدافه من خلال منشورات وزارة الخارجية والمغتربين عبر منصة فيس بوك.

بينت النتائج أن صفحة وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية ركزت على مخاطبة الجمهور المحلي حيث أن الجمهور المحلي احتل المرتبة الأولى بواقع (83.84%) يليه الجمهور العالمي بنسبة (13.40%)، ومن ثم الجمهور العربي بنسبة (2.74%)، أما صفحة الدبلوماسية العامة الفلسطينية فقد ركزت على مخاطبة الجمهور العالمي (العربي) بواقع (91.27%) يليه الجمهور المحلي بنسبة (6.97%)، ومن ثم الجمهور العربي بنسبة (1.74%)،أما على صعيد الجمهور الإسرائيلي أوضحت النتائج أنه لا يحظى بأي اهتمام من قبل وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية.

أرى أن النتائج أظهرت أن وزارة الخارجية والمغتربين تهتم بمخاطبة الجمهور المحلي والعربي والغربي فقط، حيث أن الوزارة لم تضع على أجندتها مخاطبة الشعوب التي لا تتحدث باللغة الإنجليزية والعربية، وعلى الرغم من ذلك القصور أرى أن مخاطبة الجمهور الغربي تطور هام في مسيرة الدبلوماسية الرقمية الفلسطينية مقارنة بما قبل تأسيس وحدة الدبلوماسية العامة والرقمية في وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية.

المحور الخامس: طبيعة الانتهاكات الإسرائيلية التي تم ذكرها ضمن المحتوى المنشور من قبل وزارة الخارجية والمغتربين عبر منصة فيس بوك.

بينت نتائج الدراسة أن وزارة الخارجية والمغتربين تضع على أجندتها عرض الانتهاكات الإسرائيلية المتنوعة ضد الشعب الفلسطيني ومقدراته من عمليات قتل واعتقال ومصادرة أراضي واعتداءات مستوطنين وبناء وحدة استيطانية وغيرها عبر صفحاتها على منصة فيس بوك، حيث أن (30.25%) من منشورات صفحة وزارة الخارجية والمغتربين عرضت انتهاكات إسرائيلية متنوعة بينما عرضت صفحة الدبلوماسية العامة الانتهاكات الإسرائيلية بنسبة (49.42%) من منشوراتها خلال فترة الدراسة.

المحور السادس: طبيعة الاستمالات التي استخدمتها وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية لأقناع جمهورها عبر منصة فيس بوك بعدالة القضية الفلسطينية.

بينت نتائج الدراسة أن وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية استخدمت العديد من الاستمالات الاقناعية في مخاطبة جمهورها، بحيث أن صفحة وزارة الخارجية والمغتربين استخدمت الاستمالات الاقناعية بواقع (56.02%) من منشوراتها بينما استخدمت صفحة الدبلوماسية العامة الاستمالات الاقناعية بواقع (63.38%)، ويشير الباحث إلى أن الاستمالات العاطفية تصدرت المرتبة الأولى بكلا الصفحتين بواقع (40.20%) لصفحة الوزارة وبواقع (32.55%) لصفحة الدبلوماسية العامة بينما استخدمت صفحة الوزارة الاستمالات العقلانية بنسبة (13.74%) كما واستخدمتها صفحة الدبلوماسية العامة بواقع (30.81%)، على صعيد استمالات التخويف فكان مستوى استخدامها منخفض جداً في صفحة الوزارة بنسبة (2.06%) مع الإشارة إلى أنه لم يتم استخدامها نهائياً في صفحة الدبلوماسية العامة الفلسطينية.

أرى أن استخدام الاستمالات الاقناعية في مخاطبة الجمهور أمر ضروري للغاية ويؤكد على أن قيام وزارة الخارجية باستخدام الاستمالات في أكثر من نصف منشوراتها يدل على تقدم ملحوظ في سير عجلة الدبلوماسية الرقمية الفلسطينية.

المحور السابع: طبيعة المناطق الجغرافية التي حظيت باهتمام وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية من خلال المحتوى المنشور عبر منصة فيس بوك.

بينت النتائج أن أراضي السلطة الفلسطينية حظيت باهتمام وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية في كلى الصفحتين حيث شكلت نسبة (63.57%) من منشورات صفحة الوزارة كما وشكلت نسبة (68.42%) من منشورات صفحة الدبلوماسية العامة، أما القدس المحتلة كانت بواقع (5.84%) من منشورات صفحة الوزارة وبواقع (25.58%) من منشورات صفحة الدبلوماسية العامة، بينما حظيت دول العالم (أوروبا، أفريقيا، أمريكا، آسيا) باهتمام صفحة الوزارة بنسبة (17.18%) وبنسبة (13.95%) من منشورات صفحة الدبلوماسية العامة، يليها الدول العربية بنسبة (12.02%) من منشورات صفحة الوزارة و(2.90%) من منشورات صفحة الدبلوماسية العامة، أما الأراضي المحتلة عام (1948) حظيت باهتمام منخفض على صعيد صفحة الوزارة بواقع (1.37%) بينما كانت نسبتها (15.69%) من منشورات صفحة الدبلوماسية العامة.

أرى أن النتائج المتعلقة بالمناطق الجغرافية منطقية إلى حد ما، كون التساؤل متعلق بمكان الأحداث التي يتم مشاركة المنشورات لأجلها، فمن المنطقي أن تنصدر مناطق السلطة الوطنية المرتبة الأولى في كلى الصفحتين، كما وأشار إلى أن نسبة التركيز على القدس المحتلة في صفحة الوزارة قليلة مقارنة بصفحة الدبلوماسية العامة.

النتائج المتعلقة بالتساؤل الثاني: ما شكل الرسائل التي تبثها وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية عبر صفحاتها على منصة فيس بوك؟

أشير إلى أن الإجابات المتعلقة بالتساؤل الثاني تم تقسيمها إلى العديد من المحاور وكانت على النحو الآتي:

المحور الأول: شكل الوسائط المتعددة التي استخدمتها وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية عند مخاطبة جمهورها عبر منصة فيس بوك.

بينت نتائج الدراسة أن وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية تركز في أغلب منشوراتها على استخدام الوسائط المتعددة (النص والصورة) حيث استخدمتها صفحة الوزارة بنسبة (50.58%) بينما استخدمتها في صفحة الدبلوماسية العامة بنسبة (64.53%)، كما بينت النتائج فرق واضح في استخدام الوسائط المتعددة بين الصفحتين في باقي فئات التحليل بحيث أن صفحة الوزارة استخدمت (النصوص) بنسبة (41.58%) بينما استخدمتها صفحة الدبلوماسية بواقع منشور

واحد بنسبة (0.58%)، تشير النتائج إلى أن صفحة وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية لم تستخدم في منشوراتها عناصر الابداع والتشويق مثل التصاميم، الانفوجرافيك، الرسوم بيانية، كاريكاتير، الفيديو جرافيك، بودكاست، GIF، كما وأشارت النتائج إلى أن صفحة الدبلوماسية العامة استخدمت بعض عناصر الابداع والتشويق مثل الفيديو مع نص بنسبة (16.27%)، والفيديو جرافيك بنسبة (6.39%)، وكاريكاتير بنسبة (3.48%)، والتصاميم بنسبة (1.16%)، كما واستخدمت (GIF) بنسبة (0.58%)

أرى أن وزارة الخارجية والمغتربين لا تولي أهمية لاستخدام عناصر الابداع والتشويق مع الإشارة إلى أنه يتم استخدامها أحياناً في صفحة الدبلوماسية العامة ولكن بنسب منخفضة للغاية، كما وأرى أن استخدام مثل هذه الوسائط يؤدي إلى لفت انتباه الجمهور والتأثير عليه.

المحور الثاني: العناصر التفاعلية التي استخدمتها وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية عند مخاطبة جمهورها عبر منصة فيس بوك.

بينت النتائج أن وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية اعتمدت على استخدام العديد من العناصر التفاعلية ولكن بنسب متفاوتة بين الصفحتين حيث استخدمت صفحة الوزارة الروابط بنسبة (52.92%) والوسوم بنسبة (8.59%) ولم تستخدم الإشارات ابداً بينما استخدمت صفحة الدبلوماسية العامة الوسوم بواقع (99.41%)، والإشارات بنسبة (23.38%)، والروابط بنسبة (14.53%)، بشكل عام بينت النتائج أن صفحة الدبلوماسية العامة ركزت في كل منشور لها على وضع عنصر أو أكثر في المنشور نفسه.

المحور الثالث: طبيعة المصادر التي اعتمدت عليها وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية عند مخاطبة جمهورها عبر منصة فيس بوك.

بينت النتائج أن المنشورات التي بثتها وزارة الخارجية والمغتربين عبر صفحاتها على موقع فيس بوك اعتمدت فيها على المصادر بواقع (58.08%) في صفحة الوزارة، وكانت في صفحة الدبلوماسية العامة بواقع (26.17%)، كما أظهرت النتائج أن صفحة الوزارة تركز على استخدام الموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية كمصدر لمنشوراتها وذلك بنسبة (43.29%)، كما واعتمدت على المواقع الإلكترونية الأخرى بنسبة (10.30%)، وشاركت منشورات من صفحات أخرى بواقع (4.46%)، أما صفحة الدبلوماسية العامة فقد اعتمدت على المواقع الإلكترونية

الأخرى بنسبة (15.69%)، والمشاركة من صفحات أخرى بنسبة (9.88%)، واعتمدت على موقع الوزارة الرسمي بنسبة (0.58%) .

أشير إلى أن معظم المصادر التي تخص الموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية والمغتربين يوجد بها خلل تقني ما يحول دون الدخول الى الموقع (عدم صحة الرابط)، كما وأشير إلى أن نسبة الاعتماد على المصادر من قبل الوزارة غير مرتفعة وهذا أمر ليس جيد حيث أن وجود المصادر في المنشورات يعزز ثقة وصحة المضمون المنشور لدى الجمهور المتلقي.

المحور الرابع: طبيعة اللغات التي استخدمتها وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية عند مخاطبة جمهورها عبر منصة فيس بوك.

بينت النتائج أن وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية تخاطب جمهورها باللغة العربية والانجليزية، وأشارت النتائج إلى أنه لا يوجد تخصيص للجمهور المخاطب من حيث اللغة حيث أن صفحة وزارة الخارجية والمغتربين تشارك منشورات باللغة العربية بنسبة (95.87%)، وباللغة الإنجليزية بنسبة (4.13%)، كما وأظهرت النتائج أن صفحة الدبلوماسية العامة تستخدم اللغة الإنجليزية بواقع (88.37%)، كما وبلغت نسبة المنشورات التي تتضمن اللغة العربية والانجليزية في أن واحد بواقع (9.88%)، واستخدمت أيضاً اللغة الاسبانية بواقع منشورين بنسبة (1.74%).

أرى ومن خلال النتائج إلى عدم وجود تخصيص في اللغات التي تستخدمها وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية، كما وأشير إلى أن الوزارة تركز في منشوراتها على اللغات التي تستهدف الجمهور المحلي والعربي والغربي، ولا تستخدم اللغات التي تخاطب الجماهير الأخرى.

المحور الخامس: طبيعة الأوقات التي قامت خلالها وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية بمخاطبة جمهورها عبر منصة فيس بوك.

بينت النتائج أن وزارة الخارجية والمغتربين ركزت على نشر المضامين عبر صفحاتها في فترة بعد الظهر بواقع (35.39%) من منشورات صفحة الوزارة وبواقع (46.51%) من منشورات صفحة الدبلوماسية العامة، كما وأشارت النتائج إلى عدم وجود سياق محدد في مواعيد النشر حيث أن مواعيد النشر في الصفحتين تتم بشكل عشوائي دون إتباع منهجية محددة في ذلك، حيث أن النتائج بينت أن نشر المضامين في صفحة الوزارة كانت بواقع (20.96%) في فترة الليل،

وبواقع (19.93%) في فترة المساء، وبواقع (18.21%) في فترة الصباح المتأخر، وبواقع (5.49%) في فترة الصباح المبكر بينما كانت في صفحة الدبلوماسية العامة بواقع (31.97%) في فترة الصباح المتأخر، وبواقع (11.04%) في فترة المساء، وبواقع (8.13%) في فترة الصباح المبكر، وبواقع (2.32%) في فترة الليل.

المحور السادس: طبيعة أشكال تفاعل الجمهور مع المضامين التي يتم نشرها من قبل وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية عبر منصة فيس بوك.

بينت نتائج الدراسة أن أشكال تفاعل الجمهور مع المضامين التي تنشرها وزارة الخارجية والمغتربين عبر صفحاتها على موقع فيس بوك كانت ما بين (تعليق، اعجاب، مشاركة)، وأشارت النتائج إلى وجود ضعف في حجم تفاعل الجمهور مع الصفحات مقارنة مع أعداد الجمهور المتابع لها، وتشير النتائج إلى أن نسبة المنشورات التي لم يتم التعليق عليها نهائياً في صفحة الدبلوماسية العامة كانت (66.86%) وباقي المنشورات حصلت من (1 إلى 49) تعليق فقط، أما بخصوص الإعجابات فقد كانت نسبة المنشورات التي حصلت على (1 إلى 99) إعجاب (98.25%)، أما على صعيد المشاركات فكانت في المنشورات التي لم تحصل على أي مشاركات بواقع (26.74%) وباقي المنشورات كان عدد المشاركات فيها من (1 إلى 49) مشاركة فقط، أما صفحة الوزارة لم تشهد أي تعليقات بواقع (9.62%)، وباقي التعليقات التي كانت من (1 إلى 49) بنسبة (57.73%)، وكان أكبر عدد تعليقات (301) بواقع منشور واحد فقط، كما كانت الإعجابات من (1 إلى 99) بواقع (56.35%)، وكانت من (200 إلى 999) بواقع (30.23%)، كما وكانت من (100 إلى 199) بواقع (25.77%)، أما بما يخص المشاركات فكانت المنشورات التي لم تحصد أي تفاعل عليها بالمشاركة بنسبة (28.52%)، وباقي المنشورات التي تمت مشاركتها من (1_49) مشاركة كانت بنسبة (69.41%).

أرى أن حجم التفاعل مع صفحات رسمية تمثل وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية لا يليق بالمستوى المطلوب، كما وأن عدم اتباع استراتيجية الإعلانات الممولة يلعب دوراً كبيراً في انخفاض حجم التفاعل مع مضامين الصفحة.

المحور السابع: طبيعة شكل التفاعل مع تعليقات الجمهور على المضامين التي تنشرها وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية عبر منصة فيس بوك.

أظهرت نتائج الدراسة أن وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية لا تقوم بالتفاعل مع تعليقات جمهورها بشكل نهائي، كما وأشار إلى أن هذا الأمر يعكس انطباعاً سيئاً عن الوزارة، كما وأشارت النتائج إلى أن الوزارة بصدد تعيين موظف للرد على تعليقات الجمهور.

النتائج المتعلقة بالتساؤل الثالث: ما أهم المنصات الإلكترونية التي تستخدمها وزارة الخارجية الفلسطينية في إيصال رسائلها إلى دول العالم؟

أظهرت النتائج أن حجم الحضور والتواجد لوزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية على المنصات الإلكترونية قد شهد تطور ملحوظ عن الأعوام السابقة، بحيث أن هذا التطور حدث بعد تأسيس وحدة الدبلوماسية العامة والرقمية في الوزارة عام (2018)، كما وبينت النتائج أن الوزارة بصدد إطلاق صفحات جديدة على موقع فيس بوك وانستغرام وتويتر بالغات الفرنسية والإسبانية، كما وبينت النتائج أن المواكبة في هذا المجال موجودة ولكنها محدودة، لأن هنالك الكثير من المواقع ومنصات التواصل الاجتماعي لا تمتلك الوزارة فيها أي حسابات، كما وبينت النتائج أن المنصات التي تستخدمها الوزارة في الفترة الحالية كانت على النحو التالي:

1. موقع الوزارة الإلكتروني: بينت النتائج أن الموقع الرسمي لوزارة الخارجية والمغتربين يتضمن المعلومات الأساسية حول الوزارة مثل مهام الوزارة ورؤيتها ورسالتها، إضافة إلى أخبار الوزارة والسفارات الفلسطينية في الخارج وجميع الأنشطة المتعلقة بهما، كما ويتضح أن الموقع الرسمي للوزارة قد خصصت فيه بعض الزوايا للقضايا والاساسية التي تخص القضية الفلسطينية مثل (اللاجئين، المياه، الحدود، الاستيطان وجدار الفصل العنصري، الأسرى، القدس)، كما ويشير الباحث إلى وجود العديد من المعلومات العامة التي تتحدث عن (العلم الفلسطيني، الرئيس، النشيد الوطني، فلسطين في المنظومة الدولية، التعليم في فلسطين، السياحة، الاستثمار)، وأشارت النتائج إلى أن الموقع يستخدم ثلاث لغات وهي العربية والإنجليزية والإسبانية .

2. صفحة وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية /فيس بوك (State of Palestine MFA)

بينت النتائج أن صفحة وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية هي صفحة موثوقة تحمل إشارة التوثيق الزرقاء كونها تتبع بشكل رسمي إلى وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية ويتم إدارتها

من قبل وحدة الإعلام بالوزارة، كما وأشارت النتائج إلى أن عدد المعجبين بالصفحة يبلغ (95،774).

3. صفحة الدبلوماسية العامة الفلسطينية/فيس بوك (Palestinian Public Diplomacy) بينت النتائج أن صفحة الدبلوماسية العامة الفلسطينية هي صفحة موثوقة تحمل إشارة التوثيق الزرقاء كونها تتبع بشكل رسمي إلى وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية ويتم إدارتها بشكل مباشر من قبل وحدة الدبلوماسية العامة والرقمية في وزارة الخارجية والمغتربين، كما وأشارت النتائج إلى أن عدد المعجبين بالصفحة يبلغ (6،131).

4. صفحة وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية/ تويتر (State of Palestine MFA) بينت النتائج أن الصفحة موثوقة وتحمل إشارة التوثيق الزرقاء كونها صفحة رسمية تعود لوزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية ويتم إدارتها من قبل وحدة الإعلام بالوزارة، وأشارت النتائج إلى أن عدد المتابعين للصفحة يبلغ (7.725) متابع.

5. صفحة الدبلوماسية العامة الفلسطينية / تويتر (Palestinian Public Diplomacy) بينت النتائج أن الصفحة تم تأسيسها في عام (2018)، ويبلغ عدد متابعي الصفحة (742) متابع، وأشارت النتائج إلى أن الصفحة لا تحمل إشارة التوثيق الزرقاء كما ويتم إدارتها بشكل مباشر من وحدة الدبلوماسية العامة والرقمية في وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية.

6. صفحة وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية/انستغرام (State of Palestine MFA) بينت النتائج أن الصفحة تعتبر الصفحة الرسمية لوزارة الخارجية والمغتربين على الموقع، ويبلغ عدد متابعي الصفحة (3.589)، كما ويشير الباحث إلى أن الصفحة غير حاصلة على علامة التوثيق الزرقاء، كما ويتم إدارتها من قبل وحدة الإعلام في وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية.

7. صفحة (Palestinian Public Diplomacy) على موقع انستغرام: بينت النتائج أن الصفحة تم تأسيسها من قبل وحدة الدبلوماسية العامة والرقمية في وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية عام (2021)، وبلغ عدد متابعي الصفحة (82) متابع، كما وأن الصفحة لا تحمل إشارة التوثيق الزرقاء.

النتائج المتعلقة بالتساؤل الرابع: ما مدى الأهمية التي توليها وزارة الخارجية الفلسطينية للدبلوماسية الرقمية؟

أظهرت نتائج الدراسة أن وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية أصبحت تولي اهتماماً للدبلوماسية الرقمية وذلك بعد آخر تقرير صدر للدبلوماسية الرقمية العالمية والتي احتلت دولة فلسطين مرتبة متأخرة فيه من بين مختلف دول العالم، حيث أشارت النتائج إلى أن صانع القرار في وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية د. رياض المالكي أصدر قراراً بإنشاء وحدة مستقلة أطلق عليها اسم "الدبلوماسية العامة والرقمية" عام (2018)، وهي تتبع إلى ديوان الوزير بشكل مباشر، وخصصت الوزارة خمسة موظفين ليعملوا ضمن إطار الوحدة، كما وبينت النتائج أن الوحدة قامت بتأسيس ثلاث صفحات باللغة الإنجليزية على مواقع فيس بوك وتويتر وانستغرام، وأظهرت النتائج أيضاً أن الوزارة بصدد تأسيس صفحات على هذه المواقع باللغة الفرنسية والإسبانية، وتعيين موظفين جدد في الوحدة لكي يتسنى لهم القيام بهذه المهام، وأشارت النتائج أيضاً إلى وجود خطة استراتيجية لمدة (3) سنوات حيث تسعى الخطة للنهوض بواقع الدبلوماسية الرقمية من خلال العمل على التواصل مع المؤثرين، والتعاقد مع شركات منتجة للتعاون معاً في إنتاج بعض المشاريع الرقمية، إضافة إلى توقيع اتفاقيات مع بعض الوزارات المتخصصة لمعرفة الأخبار والاعتداءات الإسرائيلية بشكل دوري لتقوم الوحدة بأعدادها بطريقة احترافية ونشرها إلى مختلف شعوب العالم، ولكن لغاية الآن لم يتم تطبيق الخطة بشكل عملي وملمس.

النتائج المتعلقة بالتساؤل الخامس: ما الأهداف التي تسعى وزارة الخارجية لتحقيقها من خلال الدبلوماسية الرقمية؟

بينت نتائج الدراسة وجود العديد من الأهداف التي تسعى وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية لتحقيقها من خلال الدبلوماسية الرقمية، وأوضح أن الأهداف تمثلت بالتالي:

1. نقل الرواية الفلسطينية بصورتها الحقيقية إلى جميع شعوب العالم بهدف تشكيل رأي عام عالمي مساند للقضية الفلسطينية مما يساهم بدوره إلى تشكيل ضغط على حكومات الدول يدفعها لاتخاذ مواقف سياسية داعمة للقضية الفلسطينية، وهذا يؤدي إلى حشد التأييد لصالح القضية الفلسطينية في جميع المحافل الدولية بسرعة كبيرة.

2. فضح ممارسات وجرائم الاحتلال الإسرائيلي بحق أبناء الشعب الفلسطيني من قتل واعتقال واستيطان ومصادرة أملاك وتدمير للممتلكات الفلسطينية والتكيل الممارس ضد الاسرى الفلسطينيين في سجون الاحتلال وغيرها من الانتهاكات وذلك بالتوثيق بالصور أو الفيديو وبسرعة كبيرة.

3. شرح أهداف السياسة الخارجية الفلسطينية وشرح المواقف السياسية الرسمية إلى مختلف شعوب ودول العالم بشأن القضايا العالمية.

4. تعزيز معرفة شعوب العالم عن دولة فلسطين من خلال توجيه رسائل تتناول موضوعات عامة مثل المناطق السياحية في فلسطين والمعالم الدينية والاثرية لما له أثر كبير في استقطاب الزائرين إلى فلسطين وبالتالي تعزيز التبادل الثقافي مع شعوب العالم.

5. توسيع شبكة العلاقات الدبلوماسية الفلسطينية لتخرج من نطاق العلاقات مع المؤسسات الرسمية والحكومية في الدول لتمتد الى بناء علاقات مع تكتلات رأى جديدة في العالم مثل التكتلات العمالية والاقتصادية والبيئية لتشمل بناء علاقات مع جميع فئات وطبقات المجتمع.

6. إظهار دولة فلسطين انها تحرص على مواكبة التطورات في العالم من خلال تصدر مرتبة متفوقة في استخدام الدبلوماسية الرقمية.

النتائج المتعلقة بالتساؤل السادس: ماهي الصعوبات والتحديات التي تواجهها الخارجية الفلسطينية في استخدام الدبلوماسية الرقمية؟

بينت نتائج الدراسة أن وحدة الدبلوماسية العامة والرقمية في وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية تواجه العديد من المعوقات التي تحول دون النهوض السريع بواقع الدبلوماسية الرقمية الفلسطينية وأهمها (الكادر، الوضع المالي، الاحتلال، التخطيط).

تشير النتائج إلى أن الكادر الموجود بالوحدة هو كادر مؤهل ولكن العدد محدود ولا يتجاوز خمسة موظفين ومن الصعب القيام بجميع اعمال الدبلوماسية الرقمية كون الدبلوماسية الرقمية تتطلب التواجد على معظم المنصات الإلكترونية وبالغات مختلفة وبحاجة أيضاً إلى كادر يعمل على إنتاج الفيديوهات المؤثرة وترجمتها إلى العديد من لغات وهذا يتطلب عدد أكبر من الموظفين المتخصصين.

كما وأشارت النتائج إلى أن الوضع المالي يشكل عائقاً أساسياً، وذلك بسبب عدم قدرة الوزارة على استيعاب عدد موظفين كبير للعمل في الوحدة بسهولة، إضافة إلى عدم وجود ميزانيات خاصة للعمل الدبلوماسي الرقمي، وبينت النتائج أن الاحتلال الإسرائيلي يعد عائقاً هاماً من حيث تفوقه الواضح في مجال الدبلوماسية الرقمية لأن دولة الاحتلال لديها إمكانيات تستطيع من خلالها إنتاج مضامين مؤثرة بسرعة فائقة وبالتالي تستطيع التغطية على الرواية الفلسطينية.

كما وأشارت النتائج إلى أن عدم وجود دائرة متخصصة للعلاقات العامة في الوزارة تؤثر بشكل سلبي على استخدام الدبلوماسية الرقمية بسبب الضعف في التنسيق بين وحدة الاعلام ووحدة الدبلوماسية العامة والرقمية في وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية كون أن الجهد الذي يبذل من كلى الودعتن يجب أن يكون جهداً متكاملأ وبنفس السياق.

5.2 مقترحات الدراسة:

في ضوء نتائج الدراسة الحالية يقترح الباحث ما يلي:

1. ضرورة توسيع وحدة الدبلوماسية العامة والرقمية في وزارة الخارجية والمغتربين لتصبح دائرة كبيرة وذلك من خلال توظيف عدد كافي من الكوادر المؤهلين، مع ضرورة رصد موازنة مالية تتناسب وطبيعة عمل الدائرة.

2. ضرورة تأسيس دائرة متخصصة للعلاقات العامة في وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية وذلك لأهمية وجودها والأدوار الهامة التي تلعبها في النهوض بواقع المؤسسات الرسمية والغير رسمية.

3. ضرورة زيادة حجم الحضور والتواجد لصفحات وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية لتشمل جميع منصات التواصل الاجتماعي، ويشير الباحث إلى ضرورة الخروج من إطار استخدام اللغة العربية والانجليزية فقط، ليشمل ذلك انشاء صفحات متخصصة تخاطب الجمهور باللغات الرسمية للأمم المتحدة الفرنسية والاسبانية، والصينية، والروسية، بالإضافة إلى استخدام اللغة العبرية لمخاطبة الشعب الإسرائيلي.

4. ضرورة ابتكار نهج وسياسة جديدة في طرح المواضيع لتكون متنوعة تشمل المواضيع الأكاديمية والاقتصادية والثقافية والسياحية والتاريخية والدينية والرياضية والبيئة، ويشير الباحث

أيضاً إلى ضرورة الخروج من إطار أساليب المعالجة الإخبارية مع التركيز على استخدام الاستمالات الاقناعية والقصص الرقمية بهدف التأثير على الجمهور المتلقي.

5. ضرورة استخدام عناصر إبداعية في نشر المضامين مثل التركيز على نشر الفيديو جرافيك، والتصاميم، والانفوجراف، والرسومات، والكاريكاتير والفيديوهات القصيرة التي تؤثر بالجمهور المتلقي وتلفت انتباهه.

6. ضرورة تفعيل وتطبيق الخطة الاستراتيجية التي رسمتها وحدة الدبلوماسية العامة والرقمية في وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية والتي تتضمن التواصل مع المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي والتعاقد مع شركات إنتاجية للمشاريع الرقمية للخروج بمضمون تأثيري ذو جودة عالية.

7. ضرورة العمل على تعزيز العلاقة بين وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية مع شركات السوشيال ميديا العالمية مثل فيس بوك وتويتر بحيث يصبح صوت للدبلوماسية الرقمية الفلسطينية في هذه المنصات الدولية الكبرى في واد السيلكون.

8. ضرورة إنشاء قنوات اتصالية مباشرة بين وحدة الدبلوماسية العامة والرقمية في وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية ودوائر الإعلام في سفارات دولة فلسطين في الخارج لتوجيههم إلى نشر مضامين موحدة تركز على قضايا محددة حسب طبيعة الأمر، وضرورة قيام السفارات بأعاده نشر المضامين التي تنشرها وزارة الخارجية والمغتربين عبر صفحاتها وذلك بعد ترجمتها بلغة الدولة التي تتواجد السفارة بها.

9. ضرورة تمويل صفحات ومنشورات وزارة الخارجية والمغتربين لزيادة نسبة وصولها وزيادة عدد المتابعين وضرورة قيام القائمين على إدارة الصفحات بالتفاعل مع الجمهور المتلقي.

10. ضرورة إيجاد سياق محدد في أوقات نشر المضامين عبر صفحات الوزارة وذلك حسب كل منصة وأوقات الذروة فيها استناداً إلى التقارير الرسمية التي تصدر عن كل منصة.

11. ضرورة إنشاء قسم خاص للتدريب على أعمال الدبلوماسية الرقمية في المعهد دبلوماسي فلسطيني الذي يتم إنشاؤه بمدينة رام الله لتدريب الكوادر العاملين في وزارة الخارجية وسفارتها على ممارسة أعمال الدبلوماسية الرقمية بحيث يصبح الإنتاج الرقمي ذاتي.

12. ضرورة تخصيص جزء من المقاعد الوظيفية التي تخصصها وزارة الخارجية والمغتربين سنويا لتوظيف اشخاص جدد للعمل في السلك الدبلوماسي لأصحاب الخبرة والكفاءة في المجال الرقمي.

قائمة المصادر والمراجع

المراجع العربية:

1. ابراهيم، احمد. (2016). **توظيف العلاقات العامة في تعزيز العمل الدبلوماسي**. رسالة ماجستير. الخرطوم، السودان: جامعه السودان للعلوم والتكنولوجيا.
2. أبو الروس، كريم. (2019). **نحو سياسات فاعلة لتوظيف الدبلوماسية الرقمية في وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية**. مركز مسارات.
3. ابو الهيف، علي صادق. (1977). **القانون الدبلوماسي**. الاسكندرية، مصر: دار المعارف.
4. أبو عباه، سعيد محمد. (2009). **الدبلوماسية تاريخها مؤسساتها انواعها قوانينها**. قليلية: دار الشيماء للنشر والتوزيع.
5. احمد، توفيق جميل. (1988). **مذكرات في العلاقات العامة**. الاسكندرية: الدار القومية للطباعة والنشر.
6. الاستراتيجية، مركز الخليج للدراسات (2019). **الدبلوماسية الرقمية وتأثيرها على الصراع العربي الإسرائيلي**. البحرين: صحيفة اخبار الخليج.
7. اصليح، محمد عبد الفتاح. (2020). **دور الدبلوماسية الرقمية في تعزيز العمل الدبلوماسي الفلسطيني من وجهه نظر النخب الإعلامية والسياسية**: رسالة ماجستير، 28. غزة، فلسطين: كلية الآداب والعلوم الإنسانية _ جامعة الاقصى.
8. امام، إبراهيم. (1968). **العلاقات العامة والمجتمع** _ مصدر سابق. القاهرة: مكتبة انجلو المصرية.
9. امام، إبراهيم. (1968)، **العلاقات العامة والمجتمع**. القاهرة: مكتبة انجلو المصرية.
10. امام، ابراهيم. (1980). **التوازن بين مقتضيات التخطيط والاعلام وحرية تداول المعلومات**. مجلة المستقبل العربي، العدد 12 ص 78.
11. بدوي، عبد الرحمن. (1963). **مناهج البحث العلمي**. القاهرة: دار النهضة العربية.

12. البكري، فؤاد عبد المنعم. (2004). العلاقات العامة في المنشأة السياحية. القاهرة: عالم الكتب للنشر والتوزيع.
13. بولمشاور رباب، علاق جميلة. (2019). الدبلوماسية في ظل ثورة الاعلام الرقمي _ الفرص والمخاطر. المجلة الجزائرية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 3_ العدد 2_ ص 57.
14. بيرنز، ادوارد. (1959)، العلاقات العامة فن. (حسين خليفة وديع فلسطين، المترجمون) القاهرة: دار المعارف.
15. التتجي، معن. (2018). تخطيط المتابعة والتقييم. سبر للاستشارات.
16. جرادات عبد الناصر، الشامي، لبنان هاتف. (2018). اسس العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق. عمان_ العبدلي: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع
17. جرادات، عبد الناصر، هاتف الشامي، لبنان. (2018). أسس العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق_ مصدر سابق. عمان _ العبدلي: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
18. الجوهر، محمد ناجي. (1986). دور العلاقات العامة في التنمية. بغداد: دار الشؤون الثقافية العامة، ص 28.
19. الجوهر، محمد. (2013). المواد الإعلامية التقليدية والالكترونية في العلاقات العامة. اليمن صنعاء: دار الكتاب الجامعي
20. الجوهر، محمود. (1964). دليل العلاقات العامة للمؤسسات والشركات. القاهرة: الدار القومية للطباعة والنشر
21. الجوهر، محمود. (1968). العلاقات العامة بين الادارة والاعلام. القاهرة: مكتبة انجلو المصرية.
22. حسين، سمير محمد. (1976). بحوث الاعلام الاسس والمبادئ. القاهرة: عالم الكتب.
23. حماصنة، الاء. (2020). رسالة ماجستير، 8. الاكاديمية السورية الدولية للتدريب والتطوير.

24. حمد، فاطمة. (2012). استمالات وأساليب الاقتاع في العلاقات العامة. المجلة العلمية الأكاديمية 135_147.
25. خلوف، محمود. (2018). العلاقات العامة في العصر الرقمي. الأردن _ عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
26. خليفة، إيهاب. (2017). القوة الالكترونية كيف يمكن للدولة ان تدير شؤونها في عصر الانترنت.
27. الداودي، حسن جمال. (2020). الدبلوماسية الرقمية بين وزارتي الخارجية والسفارات الفلسطينية والاسرائيلية في منطقتي اوروبا والدول العربي. بحث علمي. مركز الناطور للدراسات والأبحاث.
28. الدبلوماسية الرقمية وتوظيفها عند الرئيس الأمريكي دونالد ترامب _ الجزائر. (2020). المجلة الجزائرية للأمن والتنمية، المجلد 09 _ العدد 16_ 475، 471.
29. الدليمي، عبد الرزاق محمد. (2013). العلاقات العامة والعولمة. عمان: دار جرير للنشر والتوزيع.
30. دويتش، كارل. (1983). تحليل العلاقات الدولية. (شعبان محمد شعبان، المترجمون) القاهرة، مصر: الهيئة المصرية للكتاب.
31. دياب، وليد. (2016). إثر الدبلوماسية الرقمية في تحسين صورة الدول. مجلة صناعة العلاقات العامة.
32. الرمضاني، مازن (1991). السياسة الخارجية. بغداد، العراق: دار الحكمة.
33. سالم، ايه هاني. (2020). تأثير حملة (اهب 194) على الوجود الرقمي الفلسطيني. المركز الفلسطيني لأبحاث السياسات والدراسات الاستراتيجية _ مسارات.
34. السويدي، جمال سند. (2013). وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية، من القبيلة الى الفيسبوك. (23_27). ابوظبي، الامارات العربية المتحدة: مركز الامارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية.

- 35.السياسي، القاموس. (1987). موسكو، روسيا: اصدار المطبوعات السياسية.
- 36.الشافعي، محمد بشير. (1979). القانون الدولي العام في السلم والحرب. القاهرة، مصر: دار الفكر العربي.
- 37.الشفيق، حسنين. (2008). الاعلام التفاعلي. القاهرة: دار فكر وفن.
- 38.شلش، لندا. (2021). الدبلوماسية الرقمية الاسرائيلية لتلميع صورة الاحتلال في المنطقة. مقال. فلسطين: TRT.
- 39.الصيفي، حسن نيازي. (2016). تبني ممارسات العلاقات العامة للأعلام الاجتماعي في المنظمات الحكومية السعودية. المجلة العربية للأعلام والاتصال، العدد الخامس عشر_166.
- 40.طيايية، ساعد. (2017). الدبلوماسية العامة الرقمية، قوه ناعمة وجديدة. جامعة محمد بوضياف / المسلية، العدد الثامن/ المجلد الاول.
- 41.طيايية، ساعد. (2020). مستقبل الممارسة الدبلوماسية في ظل العصر الرقمي. بحث علمي، 937_964. جامعة محمد بوضياف.
- 42.العامودي، معاذ. (2018). الدبلوماسية الرقمية الرسمية وتأثيرها في السياسة الخارجية. مجلة رؤية التركية، العدد4_ ص 130.
- 43.عبد الحميد، محمد. (1992). بحوث الصحافة. القاهرة: عالم الكتب.
- 44.عبد الحميد، محمد. (2004). نظريات الاعلام واتجاهات التأثير. القاهرة: عالم الكتب، ص95.
- 45.عبد الصبور، صباح. (2021). الدبلوماسية الرقمية كأداة في السياسة الخارجية: الدبلوماسية الإسرائيلية تجاه المنطقة العربية نموذجاً. دراسة علمية، 3. اركان للدراسات والابحاث والنشر.
- 46.عبد العال، وائل. (2018). الدبلوماسية الرقمية ومكانتها في السياسة الخارجية الفلسطينية. بحث علمي، 8. رام الله، فلسطين: مركز تطوير الاعلام، جامعه بيرزيت.

47. عبد العال، وائل. (2018). الدبلوماسية الرقمية ومكانتها في السياسة الخارجية الفلسطينية. بحث علمي، 14. رام الله، فلسطين: مركز تطوير الاعلام _جامعة بيرزيت.
48. العبد الله، مي. (2001). الاتصال في عصر العولمة الدور والتحديات الجديدة. بيروت: دار النهضة العربية.
49. عجوة، على. (1998). الاسس العلمية للعلاقات العامة. القاهرة: عالم الكتب.
50. العطوي، فهد بن سويلم. (2018). دور العلاقات العامة في فاعلية العمل الدبلوماسي. بحث علمي. برلين، المانيا: المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية.
51. العلاق، بشير. (2009). العلاقات العامة في الازمات. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
52. عياد خيرت، فاروق احمد، (2017). العلاقات العامة والاتصال المؤسسي. القاهرة: المكتبة الإعلامية في الدار المصرية اللبنانية.
53. غانم، محمد حافظ. (1979). الوجيز في القانون الدولي العام. القاهرة، مصر: دار النهضة العربية.
54. فوق العادة، سموحي. (1986). معجم الدبلوماسية والشؤون الدولية. بيروت: مكتبة لبنان.
55. فيليبس، (2006). العلاقات العامة عبر الانترنت. (ق. ا. والتوزيع، Trans). القاهرة: دار الفاروق للنشر والتوزيع.
56. قنديلجي عامر، السامرائي ايمان. (2018). البحث العلمي الكمي والنوعي. عمان: دار اليازوري للنشر والتوزيع.
57. لجنه دارة شؤون المجتمع العالمي. (1995). جيران في عالم واحد. الكويت: سلسله عالم المعرفة.
58. مبارك، محمد الصاوي. (1992). البحث العلمي اسسه وطريقة كتابته. القاهرة: المكتبة الاكاديمية.

59. محمد ابو عباه، سعيد (2009). الدبلوماسية تاريخها مؤسساتها انواعها قوانينها. قلقيلية: دار الشيماء للنشر والتوزيع.
60. محمد، صباح أنور. (2017). استخدامات العلاقات العامة الرقمية في عمل الجامعات العراقية. مجلة الباحث الإعلامي، مجلد 9 _ العدد 37_ ص 36
61. محمد، فاضي زكي. (1992). الدبلوماسية في العالم المتغير. بغداد، العراق: دار الحكمة.
62. محمود، محمد عدنان. (2020). الدبلوماسية في العصر الرقمي والتطور النوعي في الدبلوماسية التقليدية. بحث علمي، 8. مركز البيان للدراسات والتخطيط.
63. مخلوفي، يامينبودهان. (2017). التطبيقات الحديثة في مجال العاقات العامة ودورها في ترقية الأداء الاتصالي للمؤسسة. مجله العلوم الاجتماعية، عدد 24_ 354.
64. مزاهرة، منال. (2012). نظريات الاتصال. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
65. مشاقبة، بسام (2010). البحث الاعلامي وتحليل الخطاب. عمان: دار الاسامة للنشر والتوزيع.
66. المشهداني، سعد سلمان. (2017). مناهج البحث الاعلامي. الامارات: دار الكتاب الجامعي.
67. مصطفى، خضر. (2007). دور العلاقات العامة في تحقيق الرضى الوظيفي لدى العاملين في قطاع الاتصالات الفلسطيني، 2007. رسالة دكتوراه، 178. القاهرة: معهد البحوث والدراسات العربية.
68. مقلد، اسماعيل صبري. (1991). العلاقات السياسية الدولية. القاهرة، مصر: المكتبة الاكاديمية. 22.
69. مهدي، طه. (2010). العلاقات الدولية المعاصرة. طرابلس، ليبيا: منشورات الجامعة المفتوحة.
70. الهاشمي، مجد (2015)، الاعلام السياسي والدبلوماسي. عمان، الاردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.

71. وكر، بيتر (1967)، التكنولوجيا والإدارة والمجتمع. (د. صليب بطرس، المترجمون) القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب.

72. اليتيم، فتحية. (2018). الدبلوماسية الالكترونية بين الفاعلية ومحدودية التأثير. شؤون الاوسط، العدد 18_ص115_129.

ثانياً: الانترنت

1. (2019). الدبلوماسية الرقمية. الهند. تاريخ الدخول 2021/11/2 متوفر على: <https://stringfixer.com/ar/Indian Public Diplomacy>

2. yeni safak (2020). سفير تركيا بالدوحة يلتقي مشاهير التواصل الاجتماعي بقطر: تاريخ الدخول 2021/11/25 متوفر على <https://www.yenisafak.com/ar/news/3484559>

3. احصائيات وحققائق. (2021). تاريخ الدخول 2021/11/5 متوفر على <https://www.websiterating.com/ar/research/facebook-statistics>

4. احصائيات وحققائق. (2021). تاريخ الدخول 2021/11/5 متوفر على <https://www.websitehostingrating.com/ar/research/twitter-statistics>

5. أوغلو، ن. ي. (2017). حساب الرئاسة التركية على "تويتر" الأكثر تفاعلاً على مستوى العالم. أنقرة: وكالة الاناضول تاريخ الدخول 2021/11/25 متوفر على <https://www.aa.com.tr/ar/>

6. ايمان الحيارى. (2021). بحث عن التويتر. مدونة موضوع. تاريخ الدخول 2021/11/4 متوفر على <https://mawdoo3.com>

7. بحث عن الإنستغرام تاريخ الدخول 2021/11/3 متوفر على <https://mawdoo3.com>

8. حمودات، ع. (2019). الدبلوماسية الرقمية، لماذا علينا الحذر في استخدامها. نون بوست. تاريخ الدخول 2021/10/22 متوفر على <https://www.noonpost.com/content/27059>
9. الدبلوماسية العامة /تويتر. تاريخ الدخول 2021/11/3 متوفر على <https://twitter.com/MofaPPD>
10. الدبلوماسية الفرنسية. (2013). تاريخ الدخول 2021/10/18 متوفر على <https://www.diplomatie.gouv.fr/ar>
11. سمول، أ. (2017). الحكومة-البريطانية-منصتا-العربية-دبلوماسية-عصرية. جريدة الشرق الاوسط. تاريخ الدخول 2021/10/28 متوفر على <https://aawsat.com/home/article/1067501>
12. شروق مستور. (2020). الدبلوماسية الرقمية، ساحة جديدة تتنافس فيها الأمم. الجزائر: ساس بوست. تاريخ الدخول 2021/11/22 متوفر على <https://www.sasapost.com/opinion/digital-diplomacy>
13. الشيخاحمد. (2020). كيف تتفوق أمريكا على إيران في ساحة الدبلوماسية الرقمية. تاريخ الدخول 2021/10/15 متوفر على https://www.masrawy.com/news/news_essays/details/2020/1/16
14. الدبلوماسي، قانون السلك. (2005). القانون رقم (13). رام الله، فلسطين. تاريخ الدخول 2021/10/13 متوفر على <http://muqtafi.birzeit.edu/pg/getleg.asp?id=1490>
15. صفحة الدبلوماسية العامة الفلسطينية _فيس بوك. تاريخ الدخول 2021/10/10 متوفر على <https://www.facebook.com/PalestinianDiplomacy>
16. صفحة وزارة الخارجية /تويتر تاريخ الدخول 2021/10/10 متوفر على <https://twitter.com/pmofa>:

17. صفحة وزارة الخارجية /فيس بوك تاريخ الدخول 2021/9/1 متوفر على
<https://www.facebook.com/mofa.pna>
18. صفحة وزارة الخارجية/انستغرام. تاريخ الدخول 2021/20/11 متوفر على
<https://www.instagram.com/palestine.mofa>
19. صلاح، ر. (2020). بحث عن اليوتيوب. مدونة موضوع. تاريخ الدخول 2021/10/24
متوفر على <https://mawdoo3.com>
20. العنزي، ص. غ. (2021). السياسيون والشعبية الكاذبة. الجريدة. تاريخ الدخول
2021/10/28 متوفر على
21. قاسمي عبد السميع. (2018). ماذا تعرف عن الدبلوماسية الرقمية؟ نون بوست. تاريخ
الدخول 2021/9/15 متوفر على <https://www.noonpost.com/content/21516>
22. الكويتية، و. ا. (2020). تركيا تعلن تأجيل منتدى (انطاليا)الدبلوماسي بسبب كورونا.
الكويت: وكالة الانباء الكويتية. تاريخ الدخول 2021/10/15 متوفر على
<https://www.kuna.net.kw/ArticleDetails.aspx?id=2874430&language=ar#>
23. لندا شلش. (2021). الدبلوماسية الرقمية الاسرائيلية لتلميع صورة الاحتلال في المنطقة.
مقال. رام الله، فلسطين: TRT. تاريخ الدخول 2021/10/18 متوفر على
<https://www.trtarabi.com/opinion/4273164>
24. محمود، ه. (2021). عدد مستخدمي انستغرام. التقنية ببساطة. تاريخ
الدخول 2021/10/27 متوفر على <https://abuomar.ae/2021/03/01/>
25. مركز الخليج للدراسات الاستراتيجية. (2019). الدبلوماسية الرقمية وتأثيرها على
الصراع العربي الإسرائيلي. اخبار الخليج. تاريخ الدخول 2021/10/07 متوفر على
<http://www.akhbar-alkhaleej.com/news/article/1183560>

26. مركز القرار للدراسات الاعلامية. (2019). الدبلوماسية الرقمية.. من البرج العاجي إلى الجمهور العادي. تاريخ الدخول 2021/9/19 متوفر على <https://alqarar.sa/916>

27. مروان، محمد (2021). تعريف الفيس بوك. مدونة موضوع. تاريخ الدخول 2021/10/19 متوفر على <https://mawdoo3.com>

28. الموقع الالكتروني للوزارة الموقع الرسمي لوزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية. تاريخ الدخول 2021/11/10 متوفر على <http://www.mofa.pna.ps>

ثالثاً: المقابلات

1. الاستاذ صالح مشاركة. (16، 10، 2021). منسق الابحاث والدراسات في مركز تطوير الاعلام _جامعة بيرزيت. (قصي فرحات، المحاور) رام الله، فلسطين.

2. الاستاذ طارق عيدة. (28، 11، 2021). مدير وحدة الاعلام في وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية.

3. الدكتور ضرار غانم. (28، 11، 2021). مدير وحدة الدبلوماسية العامة والرقمية في وزارة الخارجية والمغتربين الفلسطينية. (قصي فرحات، المحاور) رام الله، فلسطين.

4. الدكتور مراد شاهين. (13، 10، 2021). دكتور في العلوم السياسية في جامعة بيرزيت. (قصي فرحات، المحاور) رام الله، فلسطين.

5. الدكتورة دلال عريقات. (13، 10، 2021). نائب رئيس الجامعة العربية الامريكية للعلاقات الدولية. (قصي فرحات، المحاور) رام الله، فلسطين.

رابعاً: المراجع باللغة الإنجليزية

1. Adesina, o. (2017). Foreign policy in an era of digital diplomacy. Cogent Social Sciences, 19(5):169_189.

- 2.goksu, o. (2016). Digital Diplomacy, Global perception and Turkey. International Symposium Communication (p. 1_17). Istanbul: Gaziantep university.
- 3.Hanson, F. (2012). foreign policy paper series. _Brookings's institution, 6.
- 4.Herbert A.simon, s. b. (1960). New York.
- 5.kalsin, B. (2020). Kovid-19 soricine digital diplomasi. <https://www.aa.com.tr/tr/analiz/kovid-19-surecinde-dijital-diplomasi/1822867>.
- 6.kiran, y. (2020). Retrieved from <https://twitter.com/yavuzselimkiran/status/1305509773220118528>
- 7.macamy, J. (1964). conduct of the new diplomacy. New York.
- 8.Pat bow man, n. e. (1969). manual of public relations. London.
- 9.Rashica, V. (2019). Digital diplomacy: aspects, approaches and practical use. international scientific Journal on European perspectives ,volume 10, number 1 (17), pp 21-39.
- 10.Thompson, S. j. (n.d.). cultural diplomacy. Rosenau: world politics.
- 11.Varekai, b. (2017, may 2). Digital Diplomacy and Its Effect on International Relations. Scientific paper Gettysburg College Political Science and International Affairs. Geneva, Switzerland: sit study Abroad Digital.
- 12.shold held (2017). Crisis and continuity in world politics. Lanyicled , 434_435.

Abstract

The aim of this study is to measure the extent to which the Palestinian Ministry of Foreign Affairs and Expatriates uses digital diplomacy in communicating its messages to various peoples and countries of the world, in light of the difficult political conditions the Palestinian cause is experiencing.

This will be evaluated based on four main criteria: presence, content, interaction, and keeping pace, and by identifying the most important communication platforms used by the Ministry. The form and content of messages broadcast by the Palestinian Ministry of Foreign Affairs and Expatriates through its pages on the Facebook platform will also be investigated, in order to identify the extent of the importance the Ministry attaches to digital diplomacy and the nature of the goals it seeks to achieve through it, and from here the most significant obstacles that prevent its optimal use will be discovered.

The Palestinian Ministry of Foreign Affairs and Expatriates was chosen for the case study as it is considered the principal body of the State of Palestine responsible for diplomatic work.

This study belongs to the descriptive studies field and uses a mixed quantitative and qualitative approach in order to reach accurate results relating to the core problems of the study subject through the use of content analysis for the study community represented by the pages of the Ministry of Foreign Affairs and Expatriates on the Facebook platform; namely, the Palestinian

Ministry of Foreign Affairs and Expatriates' page and the Palestinian Public Diplomacy page .

Research for this study also included the conducting of numerous interviews with academics specialized in International Affairs and Digital Media, in addition to Palestinian Ministry of Foreign Affairs and Expatriates employees specialized in working digitally, which helped to achieve the main objective of the study.

The time frame for this analytical study spanned over a year, beginning in June 2020 until June 2021. This was due to the difficult political conditions experienced by the Palestinian cause during this time period, where several prominent and important events were witnessed at international and regional levels.

The study concluded several results; the most important of which is the clear inadequacy and lack of diversity in the use of languages for digital diplomacy, as the Ministry limited its use to Arabic and English only. I.e., the Ministry does not prioritize addressing the Israeli public.

Additionally, the volume of interactions in terms of numbers of followers, fans, and interactions with the official pages of the Ministry of Foreign Affairs and Expatriates, is very low.

The results of the study also concluded that the absence of a specialized department devoted to public relations in the Ministry causes a lack of

coordination between all departments in general, and specifically between the Media Unit and Public and Digital Diplomacy Unit in particular.

The results also pointed to the various differing issues embodied in the nature of the content published through the Ministry's pages; most notably, the political, military and humanitarian issues relating to the actions of the Israeli Occupation Army. In essence, events on the ground are reflected in published content.

Moreover, the results did demonstrate the Ministry's recent consideration of digital diplomacy by way of establishing a Unit for Public and Digital Diplomacy. This in turn has contributed to an increase in the presence of the Palestinian Ministry of Foreign Affairs and Expatriates on electronic platforms, yet still at a minimum level.

As a final theme, the study offers a number of proposals for the advancement of Palestinian digital diplomacy through the use of online platforms .

Keywords: digital public relations, diplomacy, digital diplomacy, Facebook, the Palestinian Ministry of Foreign Affairs and Expatriates.