العدد الخامس عشر
تاريخ الإصدار: 2 – كانون الثاني – 2020 م
www.ajsp.net
ISSN: 2663-5798

مقال علمي تحت عنوان

# " الدبلوماسية من التقليدية إلى الرقمية "

من إطروحة لنيل درجة الدكتوراة في الآداب والعلوم الانسانية

تكوين علوم التواصل وتقنياتة

حول:

**((التواصل الدبلوماسي في دولة الإمارات العربية المتحدة أمام تحدي ثورة المعلومات )**

**إعداد الباحث**

**طلال راشد سالم جمعان الحارثي**

باحث دكتوراة / كلية الآداب والعلوم الانسانية / أبو ظبي – دولة الإمارات العربية المتحدة

**إشراف الأستاذين:**

**الدكتور محمد سديد – الدكتور محمد سالم الشرقاوي**

2019 – 2020 م

**ملخص الدراسة**

تقوم الدبلوماسية الناجحة، إلى جانب النجاح في تمثيل المصالح الوطنية، على الانفتاح بشكل أكبر على الإعلام ووسائل الاتصال الحديث، في ظل النظام الدولي الجديد القائم على أساس المزيد من الترابط بين الشعوب والأنظمة السياسية، وفي خضم فورة الثورة الرقمية جعلت من العالم قرية صغيرة، تنتقل فيها المعلومة بسرعة هائلة.

فمجال التأثير الخارجي لم يعد محصورا على العوامل الكلاسيكية المتمثلة في الدعاية والحرب النفسية وغيرها من الأدوات التقليدية المتجاوزة، وإنما اتسع مجال هذا التأثير ليأخذ بعين الاعتبار عوامل جديدة في عالم شديد الترابط بفعل وسائل التواصل الحديثة، حيث أن الكلمة الفصل هي لامتلاك التكنولوجيا والتحكم فيها واستغلالها في مجال التواصل الاجتماعي والإنساني على الصعيد الدولي.

وإذا كانت وسائل الإعلام التقليدية لا زالت تحافظ على مكانتها في تدبير الصراع بين الدول على المصالح والقيم، إلا أنها لم تعد كافية، بعد أن برزت وسائل اتصال جديدة حققت المزيد من الربط والاتصال والتواصل بين مختلف المجتمعات، وخلقت فضاء عام عالمي أصبح مجال للمنافسة بين مختلف الدول لاسيما بين القوى العالمية الكبرى.

فقد أصبح البعد الرقمي ضرورة ملحة بالنسبة لجميع الدول في مجال الدبلوماسي، لأنه يمكن من تحقيق نتائج سريعة وفعالة وذات تأثير ملموس، بل وقد يكون مفيدا أكثر من اللجوء إلى الآليات الدبلوماسية التقليدية، التي لن تقدر لوحدها على تحقيق الأهداف الاستراتيجية للسياسات الخارجية للدول، ومن تم بات من الضروري على مختلف البلدان العربية ومن ضمنها دولة الإمارات العربية المتحدة مواكبة هذه التحديات الجديدة والانفتاح أكثر على تقانة المعلومات والاتصال في المجال الدبلوماسي.

وفي هذا المقال العلمي سيتم محاولة فهم الدور الذي تقوم وسائل الإعلام الكلاسيكية والجديدة في تطوير أداء عمل المؤسسات الدبلوماسية، وكيف تمكن الدبلوماسية الإعلامية والرقمية من خدمة مصالح السياسات الخارجية للدول في ظل الثورة التكنولوجية والترابط الشديد بين البشر أفرادا ومجتمعات ودول؟

العدد الخامس عشر
تاريخ الإصدار: 2 – كانون الثاني – 2020 م
www.ajsp.net
ISSN: 2663-5798

## مقدمة الدراسة

تقوم السياسة الخارجية للدول على مجموعة من العناصر، وفي مقدمتها القوى العسكرية[i] (فهمي،2006) والإنتاج الاقتصادي والمساحة والموقع الجغرافي والتعداد السكاني وأيضا القوة الناعمة[ii](Nay,1990) المتمثلة في الجاذبية الثقافية والحضارية والتسويق والتواصل الإعلامي.

فلا يمكن النجاح في تلميع صورة الدولة والمسك بزمام الرأي العام الدولي والتأثير فيه والمساهمة في صنعه وتشكيله، دون امتلاك أجهزة إعلامية وتواصلية قوية تساهم ليس فقط في نشر الأفكار وتسويق القيم وخلق الجاذبية الثقافية، وإنما أيضا في تأطير وتوجيه التحولات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والثقافية التي يشهدها العالم، وفق مصلحتها وانطلاقا من منظومة قوتها باعتبار أن المصلحة والقوة هما العاملان الأساسيان المؤثران في ساحة العلاقات الدولية[iii].(ليتل،2007)

في هذا السياق، فإن الدبلوماسية الناجحة تقوم، إلى جانب النجاح في تمثيل المصالح الوطنية[iv]، (الهاشمي،2011) على الانفتاح بشكل أكبر على الإعلام ووسائل الاتصال الحديث، في ظل النظام الدولي الجديد القائم على أساس المزيد من الترابط بين الشعوب والأنظمة السياسية، وفي خضم فورة الثورة الرقمية جعلت من العالم قرية صغيرة، تنتقل فيها المعلومة بسرعة هائلة[v].(الجلاد،2010)

فمجال التأثير الخارجي لم يعد محصورا على العوامل الكلاسيكية المتمثلة في الدعاية والحرب النفسية وغيرها من الأدوات التقليدية المتجاوزة، وإنما اتسع مجال هذا التأثير ليأخذ بعين الاعتبار عوامل جديدة في عالم شديد الترابط بفعل وسائل التواصل الحديثة، حيث أن الكلمة الفصل هي لامتلاك التكنولوجيا والتحكم فيها واستغلالها في مجال التواصل الاجتماعي والإنساني في حقل العلاقات الدولية.

ويرتبط الإعلام والدبلوماسية[vi](صالح،2015) بعلاقة وثيقة تأخذ أبعادا متشعبة، حيث يتقاسمان نفس مجال الاشتغال وهو التواصل الخارجي، كما يشكل الاهتمام بالرأي العام محور ودائرة نشاطهما، فكلاهما يهتم بإحداث التأثير في الفضاء العمومي سواء كان وطنيا أو إقليميا أو دوليا.

وكل من الدبلوماسي والإعلامي يشتركان بدورهما الجوهري في حياة المجتمعات والدول في العصر الحديث، فالدبلوماسي يحتاج إلى أن يخلق الإشعاع لسياسة خارجية بلده بنشر قيمها ومبادئها على نطاق وساع، وتحقيق الأهداف والمصالح الاستراتيجية لدولته في محيطها الإقليمي والدولي، وكذلك الأمر بالنسبة للإعلامي الذي يقدم نسفه كفاعل رئيسي في البحث عن المعلومة ونشرها وتسويقها بصورة تساهم في صنع الرأي العام وتلميع صورة وطنه[vii].(عساف،2017)

وما أضاف للعلاقة بين الإعلام والدبلوماسية زخم جديد، هو التطورات التكنولوجية التي أصبحت تساهم في زيادة فعالية العمل الدبلوماسي وتوسيع نطاقه، حتى أصبح اليوم حاملا لدور وتمثيل حضاري في حقل العلاقات بين الشعوب والمجتمعات على الصعيد الدولي، وأيضا فإن طفرة وسائل التواصل الحديث ضاعفت من أهمية الدور الذي يلعبه الإعلام والتأثير الذي يضطلع به في الربط الدولي بين الأفراد والمجتمعات والدول في عصر الانفجار الضوئي[viii].(دليو،2014)

في هذا السياق تطرح إشكالية الدور الذي تقوم وسائل الإعلام الكلاسيكية والجديدة في تطوير أداء عمل المؤسسات الدبلوماسية، وكيف تمكن الدبلوماسية الإعلامية والرقمية من خدمة مصالح السياسات الخارجية للدول في ظل الثورة التكنولوجية والترابط الشديد بين البشر أفرادا ومجتمعات ودول؟

## أولا: من الإعلام التقليدي إلى الإعلام الحديث

واكب الفضاء الإعلامي المعاصر ووسائله الكونية الحديثة من تلفزيون وإذاعة وصحافة مكتوبة وهاتف نقال وانترنت، الثورة الصناعية والتحولات السياسية والاجتماعية التي شهدتها معظم الدول، بالانفتاح أكثر على الحقوق والحريات والاعتماد على النظم الديمقراطية في الحكم، بعد أن تحولت مسألة تعددية وسائل الإعلام وحرية الصحافة تدريجيا إلى شرط مسبق لإرساء قواعد الديمقراطية والمشاركة الشعبية.

حيث ساهمت دمقرطة المجتمعات والثورة الصناعية والتكنولوجية، في ثورة موازية على مستوى الاتصال والتواصل الحديث والتأطير الاجتماعي من خلال أفول الوسائل التقليدية من عشيرة وقبيلة التي كانت تهيمن في السابق على التراث الحضاري ووسائل الاتصال التقليدية[ix].(الهاشمي،2011)

ولقد واكب هذه الثورة حدثان بارزان، الأول يتمثل في بروز الأيديولوجيات التي أخذت شيئا فشيئا مكان الولاءات التقليدية، وهذه الأيديولوجيات القومية بنتها نخب ثقافية عضوية لتغذية وبناء ما بات يعرف بالقومية حتى تعطي الإطار الفكري للمجتمع الصناعي الجديد والدولة الجديدة، والثاني يتمثل في ظهور الدولة العصرية التي أخذت مكان السلطات التقليدية والإمبراطوريات القديمة[x].(الأرس،1990)

ويمكن تعريف الإعلام بأنه تلك العملية التي يترتب عنها نشر الأخبار والمعلومات الدقيقة التي ترتكز على الصدق والصراحة ومخاطبة عقول الجماهير وعواطفهم السامية، والارتقاء بمستوى الرأي العام، حيث يقوم الإعلام على التنوير والتثقيف، مستخدما أسلوب الشرح والتفسير والجدل المنطقي[xi].(حمدي،2011)

ويشير الإعلام أيضا الى جميع أوجه الأنشطة الإتصالية التي تستهدف تزويد الجمهور بجميع الحقائق والأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة، عن القضايا والمعلومات والمشكلات ومجريات الأمور بطريقة موضوعية وحيادية، مما يؤدي إلى خلق أكبر درجة ممكنة من المعرفة والوعي والإدراك، والإحاطة الشاملة لدى فئات جمهور المتلقين للمادة الإعلامية، لجميع الحقائق والمعلومات الصحيحة عن هذه القضايا والموضوعات، وبما يسهم في تنوير الرأي العام وتكوين الرأي الصائب لدى الجمهور في الوقائع والموضوعات والمشكلات المطروحة[xii].(صالح،1999)

ومع ظهور الانترنت ووسائل التواصل الجديد أصبح السؤال المطروح بقوة هو : هل مازالت وسائل الإعلام التقليدية القائمة كالصحافة والتلفزيون والراديو تمارس تأثيرها الكبير على مستوى تشكيل الرأي العام وصنعه؟

مع بروز وسائل تفاعلية أكثر قدرة على إحداث التأثير واستقطاب الجمهور من المتابعين، شهد العصر الحالي تراجعا كبيرا لوسائل الإعلام الجماهيرية التقليدية، حيث أنها لم تعد تحقق النجاح في التواصل أي أصبحت أقل إنتاجية من الناحية الاجتماعية، ولمواكبة هذه التحولات شرعت الصحف التقليدية في إنشاء أقسام جديدة داخل مؤسساتها بهدف إنتاج طبعة إلكترونية من الصحيفة المطلوبة[xiii] .(لوول،2005)

كما استفاد الراديو والتلفزيون من خصائص الشبكة بدعم التفاعلية التواصلية، من خلال قيام هذه الوسائل التقليدية باستغلال فضاء التواصل الاجتماعي، بإحداث مواقع لها في هذا الفضاء الجديد حفاظا على أصلها الإعلامي من الاندثار والضمور، حيث

عمدت إلى توظيف مواقع التواصل الاجتماعي لصالحها، إلى درجة أصبح يتم الحديث عن اندماج وسائل الإعلام بعد أن أضحت أغلب القنوات التلفزيونية والإذاعية تمتلك حسابا بأشهر مواقع التواصل الاجتماعي كالفيسبوك والتويتر والانستغرام، إلى جانب قيام الصحفيون التقليديون بإنشاء مدونات خاصة بهم، استخدمت كنافذة للتوزيع والنشر بالموازاة مع ظهور المدونات الصحفية[xiv].(عبدالحميد،2009)

كما تمارس مواقع التواصل الاجتماعي تأثيرا كبيرا على وسائل الإعلام التقليدية، حيث تمكن تلك المواقع من سبر أغوار رأي المشاهدين وميولاتهم وأذواقهم وآرائهم عبر تعاليقهم التي ينشرونها بالعالم الافتراضي، مما يساهم في إغناء المضمون الإعلامي من جهة وانتشاره والترويج له من جهة أخرى[xv].(لعيد،2016)

ومع تنامي امتداد التواصل الاجتماعي في الفضاء الافتراضي، الذي أصبح يهيمن على تناول المعلومة وعلى نشرها إلى جانب قدرتها عل تحقيق السبق وإحداث التأثير لدى الرأي العام على نطاق واسع، يمكن الحديث على تغير جوهري على مستوى البعد التواصلي في العلاقات الاجتماعية والإنسانية، وأن التقنية والتكنولوجية فرضت نفسها في نقل المعلومة ونشر الخبر بل وفي إحداث التعبئة والتأطير الاجتماعي والسياسي المؤدي في الكثير من الأحيان إلى التغيير السياسي كما حدث في عدد من البلدان ما بات يعرف "بالربيع العربي" سنة 2011 وفي المرحلة التي جاءت بعدها.

ثانيا: التمييز بين الإعلام والاتصال

دأب البعض على استعمال كلمتي الإعلام والاتصال بشكل متطابق المؤدي إلى الخلط بينهما، حيث عادة ما يتم الحديث عن المصطلحين وكأن الأمر يتعلق بمفهوم واحد، غير أن واقع الأمر غير ذلك، فكلاهما يختلفان اختلافا جذريا من حيث هدفهما ومضمونهما وحجم الجمهور المخاطب.

فالكلمتين ليستا مترادفتين، حيث ينبغي التمييز بينهما، فالإعلام هو العملية التي يترتب عليها نشر الأخبار، والمعلومات والمعطيات، ومخاطبة عقول الجماهير، وأيضا عواطفهم والارتقاء بهم من خلال تنويرهم، وتثقيفهم فهي التعبير الموضوعي عن عقلية الجماهير وروحها وميولها واتجاهاتها[xvi].(عبدالجبار،2011)

العدد الخامس عشر
تاريخ الإصدار: 2 – كانون الثاني – 2020 م
www.ajsp.net
ISSN: 2663-5798

وعلى العموم يمكن القول بأن الإعلام هو نقل المعارف والمعلومات والثقافات الفكرية والسلوكية، بطريقة محدده، من خلال أدوات ووسائل الإعلام والنشر، بقصد التأثير والتوجيه في سلوكيات و أفكار المتلقيين سواء بالإيجاب أو السلب[xvii].(هردول،2016)

ويهتم الإعلام، من ناحية أخرى، بنقل المعلومة والخبر ويعنى بالتدفق الأحادي نسبيا والجمهرة، وهو ما ينطبق على التلفزيون والاذاعة والصحيفة، بينما تغيب الجمهرة والتدفق الأحادي في وسائل التلكس والهاتف والفاكس، ومن ثم فهي ليست وسائل إعلام وإنما وسائل اتصال، [xviii] أما الحاسب والشبكات المعلوماتية فهي تجمع الإعلام والاتصال إذ توجد وسائل الإعلام في هذه الوسيلة ومن ثم سميت بالإعلام المتعدد أي أنه وسيلة اتصال وإعلام [xix].(صادق،2007)

أما الاتصال فيعرف على أنه شكل من أشكال الاتصال المباشر وغير المباشر بين الأفراد والجماعات، ويعني عملية انتقال المعلومات والأفكار والعواطف والمهارات باستخدام الرموز مثل الكلمات والصور والأشكال والرسوم، ويقصد به ايضا" مقاسمة المعنى وجعله عاما بين شخصين أو مجموعة أو جماعات[xx].(عبدالباقي،2000)

فكلمة الاتصال هي عملية يقوم بها الشخص في ظرف ما، بنقل رسالة ما تحمل المعلومات أو الآراء أو الاتجاهات أو المشاعر إلى الآخرين عن طريق الرموز لتحقيق أهداف معينة، حيث يتم وضعها في صياغات في شكل رسائل أو في أي وسيلة مناسبة، بحيث يمكن أن يتفهمها الطرف الآخر ويتصرف بالشكل المطلوب.[xxi]( Laramée&vallée, 1991.)

وتتضمن العملية الاتصالية التدفق المتبادل المستمر، بما يتيح للمرسل والمستقبل تبادل الأدوار بشكل متوال، فما يدور بين أفراد المجتمع من تفاعل هو اتصال إذ يتضمن التبادل المشترك ، وفي هذه الحالة، يكون المحتوى أشمل من الخبر وتغيب الوسيلة التقنية والجمهرة والتدفق النسبي[xxii].(العوض،2011)

أما الترادف الجزئي بين الاعلام و الاتصال، فيكمن في قول البعض أن كل إعلام هو اتصال وليس كل اتصال إعلام، فالإعلام خاصية إنسانية تتم عبر التفاعل الإنساني، أي بين البشر الذين يتميزون باستعمال المنطق والعقل واللغة، بينما الاتصال يتضمن خاصية أشمل لكونه يهم كل الكائنات الأخرى في علاقتها التفاعلية، كما أن مفهوم الاتصال أشمل وأوسع من مفهوم الإعلام

لأنه يتعدى مجال تدفق المعلومات في اتجاه واحد إلى الاتجاهين مع بعض في شكل أخذ ورد، وقد يستعمل عدد لا حصر له من هذه الوسائل بينما يعتمد الإعلام على عدد محدود من الوسائل التي لا تخرج على نطاق وسائل الإعلام الجماهير التقليدية.

ناهيك على أن أهدافهما مختلفة، حيث يتضمن الاتصال أهداف عامة ومتعددة وشاملة ولا حصر لها، بينما يهدف الإعلام إلى تحقيق أهداف مرتبطة بتقديم معلومات عن الأحداث وتقديم القراءات بشأنها وتبليغ الرسائل للجمهور بغرض الإعلام والتثقيف والتنشئة والتسلية.

ثالثا: التمييز بين وسائل الإعلام والاتصال التقليدية والحديثة:

تعبير وسائل الإعلام و الاتصال التقليدية مقتبس من المصطلحات المتداولة في القاموس السياسي الإنجليزي– الأمريكي، و يقصد به حسب المعنى الأصلي جميع وسائل نشر الثقافة بما فيها من الراديو والتلفزيون والصحف والمجلات والكتب والسينما والإعلان[xxiii]،(كنعان،2013) والتي تتوجه إلى القطاعات الواسعة من الناس حيث تعتمد هذه الوسائل على تقنية إنتاجيه متطورة تسمح لها ان تصل إلى هؤلاء الناس دون أية عوائق، و هي من أهم المؤسسات المرجعية التي تؤثر في شخصية وقيم وأفكار الناس[xxiv].(الكيالي،1990)

أما بالنسبة لمفهوم وسائل الإعلام و الاتصال الجديدة أو الإعلام الرقمي، فيعرف هذا الإعلام الجديد باختلاف مسمياته بأنه الطرق الجديدة في الإعلام و الاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات من الناس بإمكانية الانتقاء والتجمع على الأنترنت، و تبادل المعلومات، و هي بيئة تسمح للأفراد و المجموعات بإسماع أصواتهم و أصوات مجتمعاتهم إلى العالم أجمع، والإعلام الجديد يعبر عن الوسائل التي تقوم على تدفق المعلومات عبر شبكة الهاتف الجوال الأنترنت[xxv].(صادق،2008)

وتتميز هذه الوسائل الإعلامية الحديثة التي نشأت في ظل البيئة الرقمية[xxvi] بأنها تفاعلية وتتسم بالتنوع والاعتماد شبه الكلي على التقنية والتكنولوجيا، وهذا ينسجم مع التعريف الذي ورد في الموسوعة الإعلامية بأنها: "الأدوات والنظم التي تساعد على القيام بالاتصال، وتتمثل هذه الأدوات أساسا في الحاسبات الإلكترونية[xxvii]".(حجاب،2003)

العدد الخامس عشر
تاريخ الإصدار: 2 – كانون الثاني – 2020 م
www.ajsp.net
ISSN: 2663-5798

ويحدد مفهوم وسائل الإعلام و الاتصال الجديدة في العملية الاتصالية الناتجة عن اندماج ثلاثة عناصر هي الكمبيوتر و الشبكات والوسائط المتعددة، فبدمج هذه التقنيات تلغي وسائل الإعلام و الاتصال الجديدة الضوابط و الحدود التي تقلص دور الإعلام، من خلال العمل بآليات الترميز الرقمي للصوت والنصوص والصور و استخدام الألياف، والخطوط البصرية، بذلك تم تحقيق اختراق في التحولات الرقمية واسعة النطاق[xxviii].(Axford,Huggins,2001)

وتتعدد مرادفات وسائل الإعلام و الاتصال الجديدة حيث يطلق عليها العديد من المسميات والمصطلحات منها: الإعلام الرقمي، الإعلام التفاعلي، إعلام المعلومات، إعلام الوسائط المتعددة، الإعلام الشبكي الحي على خطوط الاتصال Media Online والإعلام السيبروتي Media Cyber والإعلام التشعيبي Hyper Media[xxix].(الشميميري,2010)

كما تتعدد و سائل الإعلام و الاتصال الجديدة بتعدد أدواتها، وهي تزداد تنوعا ونموا وتداخلا مع مرور الوقت وزيادة التطور الرقمي ويمكن تحديد هذه الوسائل في :المحطات التلفزيونية التفاعلية، و الكابل الرقمي، و الصحافة الإلكترونية، و منتديات الحوار و المدونات، والمواقع الشخصية و المؤسساتية و التجارية، و مواقع الشبكات الاجتماعية، و مقاطع الفيديو، والإذاعات الرقمية، و شبكات المجتمع الافتراضية، والمجموعات البريدية و غيرها. بالإضافة إلى الهواتف الجوالة التي تنقل الإذاعات الرقمية، و البث التلفزيوني التفاعلي، و مواقع الأنترنت و الموسيقى، ومقاطع الفيديو والمتاجرة بالأسهم، و الأحوال الجوية و حركات الطيران، والخرائط الرقمية، ومجموعات الرسائل النصية و الوسائط المتعددة[xxx].(الشميميري،2010)

كما أن مفهوم وسائل الإعلام و الاتصال الحديثة يتصل بالوسائط المتعددة كمنصات التواصل والإعلام الاجتماعي "الفايسبوك"[xxxi](المحتسب،1438) و"التويتر"[xxxii](Axford&Huggins,2001) و"اليوتيب"[xxxiii](نومار،2012) والانستجرام"[xxxiv](ويكبيديا،2019) وهي مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي نتجت عن التلاقح بين الكمبيوتر والوسائل التقليدية للإعلام والطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو[xxxv].(شقرة،2014)

ويمكن تعريف وسائل التواصل الاجتماعي، بأنها منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشترك فيها بإنشاء موقع خاص به، من ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها، وهذا الترابط نتج

عنه نوع من الإعلام يختلف عن الإعلام التقليدي القديم، وهو ما يعرف بالإعلام الاجتماعي، أو الإعلام الجديد أو البديل، وهو ما يطلق عادة على كل ما يمكن استخدامه وتبادله من معلومات من قبل الأفراد والجماعات على الشبكة العنكبوتية[xxxvi]. (الراوي،2012)

فالإعلام الجديد يقدم بشكل تفاعلي رقمي، تفاعلي لكونه يمثل السمة الرئيسية التي يميزه عن غيره وهو من أهم خصائصه، ورقمي لكونه يعتمد على اندماج النص والصورة والفيديو والصوت، فضلا عن استخدام الكمبيوتر كآلية رئيسية له في عملية الإنتاج والعرض[xxxvii].(صادق،2011)

رابعا: الإعلام والدبلوماسية

ليس من باب المبالغة القول بأن وسائل الإعلام أصبحت من بين أبرز موجهات سلوك الأفراد والمجتمعات وحتى الدول، حيث أن التحكم في صناعة الرأي العام وتوجيه السياسات سواء الداخلية أو الإقليمية والدولية يتطلب بالضرورة امتلاك القدرة على التحكم في وسائل الإعلام، باعتبارها القناة الرئيسية التي من خلالها يتم التعبير عن الاهتمامات والاحتياجات وممارسة الضغوطات والترويج للأفكار وتداول المعلومات والأخبار على نطاق واسع[xxxviii].(بدر،1998)

وفي المجال الذي هو موضوع هذه المقالة العلمية، فإن الإعلام أمسى يحتل مكانة بارزة لدى المؤسسات التي تمارس الدبلوماسية الموازية، فلا مجال لممارسة التأثير وخدمة المصالح العليا للدولة بدون الاعتماد على وسائل الترويج والنشر والإخبار ونقل المعلومات والأفكار، وبدون اعتماد وسائل الإعلام يصبح تحقيق هذه المهمة ضربا من ضروب المستحيل.

وبالنظر إلى وعي الدول والحكومات في مختلف بلدان المعمور لاسيما في البلدان المتقدمة، فقد ربطت تحقيق مصالحها العليا على الصعيد الدولي بنهج سياسة إعلامية ذات أهداف واضحة تتمثل في نقل الصورة والصوت والفكرة من زاويتها، للدفاع عن وجهة نظرها بخصوص مختلف القضايا والمواضيع التي تثير الجدل، ناهيك على استهداف تحسين صورتها لدى مناطق جغرافية واسعة، وهو ما لوحظ لدى مؤسسات إعلامية كبيرة كقناة الحرة الامريكية وروسيا اليوم وقناة BBC عربي وغيرها من مثل تلك المؤسسات الاعلامية ،والتي تهدف الحصول على تأييد عام شعبي لمختلف الاحداث الجارية على الساحة العربية بما يحقق مصالح وأهداف وسياسات خاصة.

ولم يبق هذا المجال فقط حكر على الدول الغربية المتقدمة، بل حتى الدول العربية سعت إلى مواكبة هذه الدينامية الإعلامية الجديدة، وربطت بين تحقيق أهداف سياساتها الخارجية ودبلوماسيتها على الصعيد الإقليمي والدولي بامتلاك مؤسسات إعلامية وفرت لها كل الإمكانيات التقنية والمالية واللوجيستيكية، لتحقيق النجاعة الإعلامية وامتلاك القدرة على المنافسة في مجال نشر وترويج المعلومة والخبر[xxxix].(معهد السلام الأمريكي،2005)

ومع بداية القرن الواحد والعشرين شهدت تكنولوجيا الاتصال والإعلام تطورا هائلا ومتسارعا، بظهور وسائل اتصال حديثة إلى جانب القديمة، ساهمت في التقريب بين الشعوب والمجتمعات ومختلف الثقافات وفتح المجال للتفاعل والتواصل في سياق ظاهرة العولمة التي غيرت مفهوم الزمان والمكان واختصرت المسافات، وسمحت بنقل المعلومة بسرعة هائلة بفضل منظومة تكنولوجية متطورة جاعلة من العالم قرية صغيرة.

لقد أصبحت وسائل الإعلام الحديثة بمختلف صنوفها تلعب دورا على مختلف الاصعدة وفي شتى المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية الداخلية وأيضا في مجال العلاقات الدولية، بعد أن تعاظم دور الوسائل المرئية والمسموعة والمقروءة إلى جانب وسائل التواصل الاجتماعي الحديث في تغطية كثير من الاحداث العالمية والمحلية على نحو دفع كثيرا من الشعوب الى تقييم علاقتها وسياستها مع بعضها البعض بالسلب أو بالإيجاب[xl].(همت،2009)

فمن نتائج تزايد منسوب الانفتاح السياسي في مختلف بلدان المعمور والتغيرات التي شهدها حقل العلاقات الدولية بعد انهيار جدار برلين وانتهاء نظام الثنائية القطبية وثورة المعلومات والاتصالات، ظهور نمط جديد من التفاعلات بين الاعلام والعلاقات الدبلوماسية، وأصبحت الأحداث الاعلامية مرغوبة الاستخدام كتقنية دبلوماسية في مجالات متعددة اثناء المفاوضات الرسمية او في نهاية المفاوضات لكسب التأييد الشعبي ، كما تستخدم في عملية صنع السلام او بعد مرحلة منها ، او قبل الانتقال الى مرحلة اخرى ، ويكون ذلك واضحا في ظروف عديدة كما يحدث فيها نجاح المفاوضات بين الحكومات حيث يحتفل القادة والدبلوماسيون مع الجمهور في آن واحد[xli] .(همت،2009)

كذلك، فإن التفاعل بين الدبلوماسية العامة ووسائل الإعلام يأخذ مستويات مختلفة وأبعادا متنوعة، تبرز جانب من جوانب أهمية الإعلام في تشكيل السياسة الخارجية للدولة وتسويقها للدفاع عن مصالحها، ويمكن اختزال كل هذا التفاعل في سياق ما يعرف

بالدبلوماسية الإعلامية، ومن هذا المفهوم تفرعت مجموعة من المفاهيم المرتبطة به كالدبلوماسية التليفزيونية والدبلوماسية الصورة ودبلوماسية الأقمار الصناعية، وايضا دبلوماسية الصحف[xlii] (صالح،2015)، وهذا الزخم من المفاهيم التي تم بلورتها للتعبير عن التداخل بين الإعلام والدبلوماسية حد التشابك، هو الذي يفيد بأن الإعلام بمختلف تعبيراته يلعب دور محوري في الترويج الدبلوماسي والتسويق السياسي سواء الداخلي أو الخارجي.

ومادام أن الدبلوماسية العامة تقوم على تحقيق التواصل مع المحيط الخارجي والدفاع عن المصالح الحيوية للدولة مع جمهور واسع خارجي، فإن أفضل وسيلة لتحقيق هذا المراد هو التوصل بوسائل الإعلام، حيث تسعى الحكومات إلى تزويد دبلوماسيه بأحدث التقنيات والآليات في مجال التواصل الإعلامي الخارجي، من خلال كيفية التعامل مع وسائل الإعلام وتطوير قدرات مخاطبة الجماهير عبر وسائل الإعلام والتأثر فيهم[xliii].(صالح،2015)

كما أن التحولات التي شهدها العالم ما بعد الحرب الباردة، ساهم في بروز أشكال جديدة من الدبلوماسية الإعلامية المغايرة تماما للدبلوماسية الكلاسيكية، صحيح أنها تتقاسم نفس الهاجس المرتبط بالدفاع عن القضايا الاستراتجية للسياسية الخارجية، لكن تختلف من حيث التقنية والآلية المعتمدة، من خلال ظهور جيل جديد من العمليات الدبلوماسية المبنية على الاتصال والتواصل.

في هذا السياق، ظهر مفهوم جديد هو الدبلوماسية العامة الإعلامية، حيث أن العالم يتحول إلى الدبلوماسية التي تقوم على الاتصال مع الجماهير باستخدام وسائل الإعلام[xliv]( Shahira,2012)،وأن تطور وسائل الاعلام خاصة قنوات التلفزيون أدى إلى ظهور دبلوماسية معولمة أو عولمة الدبلوماسية، كما ظهر الاتصال العالمي المباشر[xlv] (F.& Boytoon,2013) ، وهي مظاهر جديدة من مظاهر التحولات الكبرى التي يعرفها مجال تدبير السياسية الخارجية في بعدها التواصلي.

خامسا: الدبلوماسية الرقمية

لقد ساهم تطور تكنولوجيا الاتصال والإعلام في تطور موازي للدبلوماسية على الصعيد الدولي ببروز أشكال جديدة يطلق عليها إسم الدبلوماسية الرقمية والدبلوماسية الإلكترونية، وهي تعبر عن اهتمام جديد في الساحة الدولية وهي الاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي من طرف الأفراد والدول والمجتمعات والمنظمات، وكل الفضاء التواصلي الذي يوفره الانترنت في نشر الأفكار والدفاع عن المصالح والمساهمة في صنع الرأي العام الدولي والتأثير على الجماهير وتعزيز جاذبية الدول.

الاعتماد على وسائل الإعلام المرئي والمكتوب والمسموع، بالرغم من أهميته إلا أنه لم يعد كافي لتحقيق أهداف الدبلوماسية الكلاسيكية، خاصة في ظل ثورة تكنولوجيا الاتصال نتيجة التحولات الهائلة التي مست الحقل الإعلامي ومجال تداول المعلومة ونقل الخبر، وأصبحت يجري الحديث في مختلف الأوساط الإعلامية والرسمية والأكاديمية على ما يسمى بالدبلوماسية الرقمية والدبلوماسية الإلكترونية[xlvi].(عبدالعال،2018)

وتعني الدبلوماسية الرقمية الاستعمال المكثف من طرف الناشطين والدبلوماسيين وهيئات المجتمع المدني ومختلف الشرائح الاجتماعية من أفراد ومجموعات للوسائل التي يتيحها الأنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي مثل فيس بوك وتويتر، للدفاع عن الأفكار ونشر القيم والدفاع عن القضايا وإجمالا التأثير على الرأي العام.

والأكثر من ذلك شهد مجال الدبلوماسية الحديثة بروز مفاهيم جديدة لازالت تحتاج إلى مزيد من التدقيق والتمحيص ك"الدبلوماساية الفيس بوك Facebook diplomacy "، و"الدبلوماسية التويتر Twiplomacy" وما يعني أن الدبلوماسية أصبحت تمارس داخل فضاءات جديدة، غير مترابطة بالواقع المباشر الذي يقوم على الاحتكاك والمواجهة، وإنما على الترويج للصورة أو الفكرة أو نقلها داخل العلاقات الافتراضية التي تسمح بالسلاسة والسرعة والكثافة اللازمة للتحكم وصناعة الرأي العام[xlvii].(Matt,2009)

فقد فرض تطور تكنولوجيا الاتصال على جميع الدول الكثير من الفرص، بالموازاة مع بروز العديد من التحديات التي مست مختلف المجالات ومن ضمنها المجال الدبلوماسي، حيث برزت الحاجة الملحة إلى تنويع وسائل عمل السياسة الخارجية، ما سمح ببروز هذا النوع الجديد من الدبلوماسية المعتمد على التكنولوجيا والانترنت، وفي هذا الصدد يطرح التساؤل حول تعريف الدبلوماسية الرقمية أو الدبلوماسية التكنولوجية.

بطبيعة الحال، وكغيره من المفاهيم المتداولة في حقل العلوم الاجتماعية والسياسية والعلاقات الدولية، ليس هناك تعريف واحد وجامع للدبلوماسية الرقمية، لكن يمكن الرجوع إلى الأدبيات التي وضعتها بعض التجارب الدولية الرائدة في هذا المجال، كتعريف وزارة الخارجية البريطانية الدبلوماسية الرقمية التي اعتبرت هذه الأخيرة بأنها "حل مشكلات السياسة الخارجية باستخدام الإنترنت".

وتعتبر الدبلوماسية الرقمية البريطانية من بين التجارب الملهمة على الصعيد العالمي، حيث كانت سباقة إلى إنشاء مكتب الدبلوماسية الرقمية الذي يتمحور العمل فيه على الاعتماد على الانترنت[xlviii](عبدالعال،2018)، كما يشير تقرير الدبلوماسية الرقمية

للعام 2016 إلى تصدر المملكة المتحدة لدول العالم التي حصلت على المركز الأول عالميا في أداء الدبلوماسية الرقمية، حيث تقدمت على فرنسا التي احتلت المرتبة الثانية والولايات المتحدة المرتبة الثالثة.

بالنسبة للتجربة الفرنسية فتعتبر هي الأخرى من التجارب الرائدة في مجال الدبلوماسية الرقمية حيث تحتل احتلت المرتبة الثانية في تقرير الدبلوماسية الرقمية السالف الذكر، وتطلق عليها وزارة الخارجية الفرنسية دبلوماسية التأثير والتي سبق لها أن أنشأت عام 1995 موقعا لها على الإنترنت، وتحرص على أن تقوم بنشر القيم والمبادئ الفرنسية على الصعيد الدولي[xlix].

( Tchéhouali&Gagné,2007)

بينما تعتبر التجربة الدنماركية متميزة وغير مسبوقة في مجال الدبلوماسية الرقمية، من خلال اقتناعها أن العالم الافتراضي ووسائل التواصل الاجتماعي يمكن أن تحدث تأثير لا يقل أهمية عن أدوات التمثيل الدبلوماسي، وهذه القناعة هي التي دفعتها إلى تعيين أول سفير تكنولوجي بما يسمى مجموعة GAFA في إشارة إلى Google, Apple, Amazon Facebook في وادي السيليكو **Silicon Valley** بسان فرانسيسكو في كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية[l] (العين الإخبارية،2017)، حيث أن التأثير المتنامي لشركات التكنولوجيا على حياة البشر، دفع بالدانمارك إلى تعيين سفير هو كاسبر كلينج[li]، متفرغ لمهمة التواصل مع ما يمكن تسميته ب "الجمهوريات الافتراضية"، والتي تمثلها كبريات شركات التكنولوجيا والتواصل الاجتماعي في العالم[lii].(النجار،2017)

أما بالنسبة لتجربة الولايات المتحدة الأمريكية في مجال الدبلوماسية الحديثة فهي تعتمد على نفس المبدأ، حيث قامت وزارة الخارجية بمبادرة القرن الحادي والعشرين للكفاءة السياسية بهدف تدريب الدبلوماسيين الأمريكيين وتشجيعهم على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لممارسة المزيد من التأثير في المجال العالمي، وقد مكنت هذه التجربة الدبلوماسية الأمريكية من وسائل ضغط وتأثير جديدة، تضاهي وسائلها الكلاسيكية المتمثلة في النفوذ الاقتصادي والتأثير السياسي والقوة العسكرية[liii].( Tilouine& de Gand,2017)

وأصبحت وزارة الخارجية الأميركية من أكثر الاجهزة الخارجي على الصعيد العالمي متابعة على مستوى وسائل التواصل الاجتماعي الجديدة، حيث وصلت صفحاتها على الفيس بوك وتويتر إلى 26 مليون متابع. وهو ما دفع بالبعض إلى القول بأن هذه المبادرة أدت إلى تحويل وزارة الخارجية الأمريكية إلى إمبراطورية عالمية[liv].( Roland,2013)

هذه التجربة عبرت على أن السياسة الخارجية للدول يمكن تصريفها بأشكال جديدة تأخذ بعين الاعتبار التحولات التي تشهدها المجتمعات الإنسانية من خلال الميل إلى الاستخدام المكثف لتقنية المعلومات والاتصال، والسرعة في نقل الأفكار والقيم، حيث تبين من خلال التجربة الأمريكية أن حجم المتابعة على مستوى وسائل التواصل الحديث يمكن أن يخلق مجال جديد ينبغي أن تعطى الأولوية فيه لتمكين الدبلوماسيين من هذه الوسائل وتكوينهم وتدريبهم على استخدامها.

بينما نهج الاتحاد الأوروبي في مجال الدبلوماسية الرقمية على مقاربة أخرى تستحضر البعد الثقافي في الضغط الدبلوماسي الرقمي[lv]،(kim,2011) من خلال الاعتماد على استراتيجية جديدة تستخدم الدبلوماسية الرقمية لتسهيل الوصول إلى ثقافاته المتعددة عبر العالم وتحقيق التعاون بين الثقافات، وتشكيل طرق جديدة للمشاركة التفاعلية مع الجمهور العالمي وترويج المضمون الثقافي الأوروبي[lvi].(Grincheva,2012)

وقامت أوروبا لتحقيق هذا المبتغى في السنوات الأخيرة بتطوير منصات رقمية للمحافظة على التراث الثقافي الأوروبي بعد تحويله إلى أصول قومية رقمية و صناعات إبداعية، تمكن من التفاعل الفعال مع الجمهور متعدد الثقافات، وحسب فلسفة الاتحاد الأوروبي، فإن اللجوء إلى تحديث الدبلوماسية الرقمية في دول الاتحاد، ما هي إلا وسيلة جديدة تمكن من مختلف الفاعلين من مواطنين وعاديين ومثقفين وفنانين وهيئات ثقافية أوروبية، من تحقيق التسويق الدبلوماسي لقيم أوروبا ونشرها على نطاق واسع[lvii].( (Desailly,2013

أما على صعيد البلدان العربية بشكل عام، فلازالت السياسات الخارجية لا تواكب التطورات في مجال تكنولوجيا الاتصال والتواصل، بالرغم من أن التغيير السياسي الذي انطلق شرارته في عدد من البدان في شمال إفريقيا والشرق الأوسط من منصات التواصل الاجتماعي، التي أصبحت الأداة الرئيسية للتأطير الاجتماعي والقناة الأساسية للتعبير عن الاحتياجات الشعبية مساهمة في نشر الوعي السياسي.

في هذا السياق قامت العديد من البلدان العربية بالانفتاح أكثر على الدبلوماسية الرقمية، حيث قمت وزارة الخارجية والتعاون الإماراتية وبالتعاون مع وزارة الثقافة وتنمية المعرفة بإطلاق مبادرة "الدبلوماسية الثقافية الرقمية" كأول مبادرة من نوعها في المنطقة، وتهدف إلى التعريف بأهم قصص النجاح والإبداعات الإماراتية، والمعالم الثقافية والتراثية والإنجازات الإماراتية في مجالات الثقافة

والفنون، والتي تغطي الفنون السمعية والمرئية، وفنون الأداء، والفنون الإبداعية، والموسيقى والهندسة المعمارية. إضافة إلى تسليط الضوء مجموعة من أبرز الشخصيات الإماراتية الريادية، والتي كانت لها مساهمات متميزة في خدمة دولة الإمارات، أو إنجازات ملموسة في شتى المجالات السياسية والثقافية والاقتصادية والرياضية والاجتماعية.

**خاتمة**

عرفت تكنولوجيا الاتصال والإعلام تطورا هائلا ومتسارعا منذ بداية القرن الواحد والعشرين، حيث شكلت ثورة تكنولوجيا المعلومات، وتأثيراتها على وسائل الإعلام والاتصال، عاملا حاسما في توجيه التنافس الدولي على مختلف المستويات، بعد أن شهدت دمجا متزايدا بين وسائل الاتصال التقليدية وتقنيات المعلومات مما صنع ما يعرف بتكنولوجيا الاتصال التفاعلي والاتصال المتعدد الوسائط.

كما أصبحت القناعة اليوم سائدة في مختلف بلدان المعمور، بأن تحقيق أهداف السياسة الخارجية للدول مرتبط بمجموعة من العوامل، وفي مقدمتها امتلاك القدرة على التوجيه والتأثير في الرأي العام الدولي، حيث أن عوامل القوة العسكرية والاقتصادية والمحددات الاجتماعية والثقافية لا تكفي لوحدها، ما لم تنجح الدول في نهج سياسة تسويقية تمكنها من نشر فكرها وقيمها ومبادئها على نطاق واسع لتعزيز جاذبيتها السياسية والاقتصادية والسياسية.

وإذا كانت وسائل الإعلام التقليدية لا زالت تحافظ على مكانتها في تدبير الصراع بين الدول على المصالح والقيم، إلا أنها لم تعد كافية، بعد أن برزت وسائل اتصال جديدة حققت المزيد من الربط والاتصال والتواصل بين مختلف المجتمعات، وخلقت فضاء عام عالمي أصبح مجال للمنافسة بين مختلف الدول وفي مقدمتها القوى العالمية الكبرى كالولايات المتحدة والاتحاد الأوروبي وروسيا وغيرها كثير.

لقد أصبح البعد الرقمي ضرورة ملحة بالنسبة لجميع الدول في مجال الدبلوماسي، لأنه يمكن من تحقيق نتائج سريعة وفعالة وذات تأثير ملموس، بل وقد يكون مفيدا أكثر من اللجوء إلى الآليات الدبلوماسية التقليدية، التي لن تقدر لوحدها على تحقيق الأهداف الاستراتيجية للسياسات الخارجية للدول، ومن تم بات من الضروري على مختلف البلدان العربية ومن ضمنها دولة الإمارات العربية المتحدة مواكبة هذه التحديات الجديدة والانفتاح أكثر على تقانة المعلومات والاتصال في المجال الدبلوماسي.

**المراجع**

[i]- يعتبر العامل العسكري المؤشر الرئيسي لقوة الدولة والأداة الفعالة لتحقيق أهدافها الخارجية.فتوفر الدولة على ترسانة عسكرية ضخمة وعلى قيادات عسكرية ذات كفاءة عالية ،بالإضافة إلى امتلاكها تكنولوجيا عسكرية متطورة يمكنها من الحصول على مختلف الأسلحة الذكية والمدمرة، مع توفر عقيدة عسكرية فعالة ،كل هذا يعطي للدولة وزن وهيبة دوليين ويساعدها على تحقيق أهداف سياستها الخارجية سواء عن طريق الترهيب أو شن الحروب. للمزيد من المعلومات انظر: فهمي،عبدالقادر.(2006). **المدخل الى الاستراتيجية**، دار مجدلاوي.الطبعة الأولى،عمان،الأردن ص 41.

[ii]- ظهر مفهوم القوة الناعمة للمرة الأولى عام 1990 في مقال جوزيف ناي؛ أستاذ العلوم السياسية الأمريكي، المنشور في مجلة السياسة الخارجية بعنوان "القوة الناعمة" وفي كتابه الصادر العام التالي المعنون بـ ملزمة بالقيادة: الطبيعة المتغيرة للقوة الأمريكية، وقامت الفكرة الأساسية لدى ناي في طرحه للمفهوم على تأكيد وجود وجه آخر غير مادي للقوة، قوامه الجاذبية المستمدة من ثقافة الدولة وقيمها ومصداقيتها المتولدة عن ممارساتها المتسقة مع هذه القيم، وضرورة عدم تجاهل هذا الوجه نتيجة التركيز على الأبعاد المادية العسكرية والاقتصادية التي حظيت بمكانة محورية في أدبيات العلاقات الدولية والسياسة الخارجية. للمزيد من المعلومات انظر:
, Journal of Forgien Policy. No 80 (autumn). 153-171."Soft Power"**Nye**, Josef, S.

[iii]- ريتشارد،ليتل. (2007)،**توازن القوى في العلاقات الدولية : الاستعارات والاساطير والنماذج.**(ترجمه:هاني تابري)،دار الكتاب العربي،بيروت،ص 131.

[iv]- الهاشمي ،مجد.(2011)، الإعلام الدبلوماسي والسياسي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان،ص 4.

[v]- الجلاد،ماجد زكي .(2010). **تعلم القيم وتعليمها، تصور نظري وتطبيقي لطرائق واستراتيجيات تدريس القيم**، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط03 ،2010،عمان، الاردن، ص 45.

[vi]- للمزيد من المعلومات حول هذا الموضوع، انظر، صالح سليمان سالم،**وسائل الإعلام والدبلوماسية العامة**.(2015) دار الفكر ، عمان، ط 1، ص 160 وما بعدها.

[vii]- عساف،جوزيف (2017)،**الإعلام الديبلوماسي: استثنائيّة الصفات والدور**، من:
http://www.arabparliamentaryinstitute.org/upload/article/2784664924.pdf

[viii]- دليو،فضيل.(2014)، **تكنولوجيا الاعلام والاتصال الجديدة، بعض التقنيات الحديثة**، دار هومة للنشر،الجزائر، ط1، ص 82.

[ix]- الهاشمي، مجد.(2011). **الإعلام الدبلوماسي والسياسي**، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، ص 33.

[x]- الارس،فؤاد عبد السلام (1990)، **في السياسة والإعلام وقضايا أخرى**، الكتاب العربي السعودي،ص 224.

[xi]- حمدي، محمد الفاتح. (2011). وأخرون، **تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة، الاستخدام والتأثير**، دار كنوز الحكمة، الجزائر، ط01 ،ص 3

[xii]- صالح،مصلح .(1999).**قاموس الشامل، قاموس مصطلحات العلوم الاجتماعية، انجليزي عربي** ، دار عالم الكتب، المملكة العربية السعودية، الطبعة الاولى ،1999، ص 31.

[xiii]- لوول، جوست فان .(2005)، **تكنولوجيا الاتصال : رؤى نقدية** ، ترمجة شوقي وزكي،مجموعة النيل العربية ، القاهرة ، ص 152.

[xiv]- عبد الحميد،محمد .(2009). **المدونات : الإعلام البديل** ، عالم الكتب . القاهرة ، ص 208.

[xv]- لعيد، نهى.(2016). **تطور استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي**، مجلة الإذاعات العربية، ملف مواقع التواصل الاجتماعي، الاستخدامات والسياقات، العدد الأول ،ص 17.

[xvi]- عبدالجبار،حسين.(2011).**اتجاهات الإعلام الحديث والمعاصر** ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، عمان، ط1 ، ص 10.

[xvii]- مركز هردول.(2016).**الرقابة القانونية على الإعلام الرقمي، مصر لا تزال تعتمد في دساتيرها على القوانين التقليدية**، القاهرة ، ص 5.

[xviii]- الدناني،عبد المالك ردمان.(2003).**الوظيفة الإعلامية لشبكة الانترنيت** ،دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ، ط1، ص 54-55.

[xix]- صادق،عباس مصطفى.(2007). **الإعلام الجديد** ، دراسة في تحولاته التكنولوجية وخصائصه العامة المجلة الأكاديمية العربية ،العدد2 ، ص66.

[xx]- عبدالباقي،صلاح الدين محمد.(2000). **السلوك الإنساني في المنظمات، الاسكندرية**، 2000، ص 230.

[xxi] Laramée , Alain & Bernard vallée.(1991). **La recherche en communication : éléments de méthodologie**, presse de l'université du Quebec, Quebec, p.77

[xxii]- العوض، محمد بابكر.(2011). **الإعلام والمعلومات، الاتصال والتواصل**، إشكالية المفهوم في بحوث الاتصال العربية، دراسات، الإذاعات العربية، ص 101 ، من:
http://www.asbu.net/asbutext/pdf/2011_01_098.pdf

[xxiii]- كنعان،علي(2013).**سما الإعلام بين المرئي والمسموع والمقروء**، دار المعتز للنشر والتوزيع ،الأردن،ط1، ص 42.

[xxiv]- الكيالي،عبد الوهاب،**موسوعة السياسية**، بيروت،المؤسسة العربية للدراسات والنشر، الجزء7 ،ص 289.

[xxv]- صادق،عباس مصطفى.(2008). **الإعلام الجديد (المفاهيم، الوسائل، والتطبيقات )**،عمان، دار الشروق،ط1، ص31.

[xxvi]- نفس المرجع السابق، 32.

[xxvii]- حجاب،محمد منير.(2003). **الموسوعة الإعلامية**،القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، الجزء الثاني،ص805.

[xxviii] Axford Barrie & Richard Huggins.(2001). **New Media and politics**, London: SAGE Publications, 25 .

[xxix]- الشميمري،فهد بن عبد الرحمن.(2010). **التربية الإعلامية كيف نتعامل مع الإعلام**، مكتبة الملك فهد الوطنية،الرياض ، ط 15،ص 182.

[xxx]- المرجع السابق، 183.

[xxxi]- تم إنشاء موقع فيسبوك في فبراير 2004 ويعد واحدا من أوائل شبكات التواصل الاجتماعي ويزيد عمره على عشر سنوات، وله شهرة واستخدام وتأثير على مستوى العالم. تم إنشاءه بواسطة مارك زوكربرغ في جامعة هارفارد بالولايات المتحدة الأمريكية، وكان الموقع في البداية متاحا لطالب جامعة هارفارد فقط، ثم افتتح لطلبة الجامعات، وبعدها لطلبة الثانوية ولعدد محدود من الشركات، ثم أخيرا تمت إتاحته إلى شخص يرغب في فتح حساب به، يرى مؤسس الموقع أن فيسبوك حركة اجتماعية وليس مجرد أداة أو وسيلة للتواصل، ويوصف الموقع بأنه "دليل سكان العالم"، وأنه موقع يتيح للأفراد العاديين أن يصنعوا من أنفسهم من كيانا عاما من خلال الإدلاء والمشاركة بما يريدون من معلومات حول أنفسهم واهتماماتهم ومشاعرهم وصورهم الشخصية، ولقطات الفيديو الخاصة بهم.
دار المحتسب للنشر والتوزيع.(1438). **دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب – تويتر نموذجا** ، دار المحتسب للنشر والتوزيع، ط1،ص 26.

[xxxii]- إن موقع تويتر هو موقع تواصل اجتماعي يستخدمه الملايين من البشر في جميع إنحاء العالم من أجل البقاء على اتصال مع أصدقائهم والأقارب وزملاء العمل، وذلك عن طريق أجهزة الكمبيوتر الخاصة بهم والهواتف المحمولة، ويتيح موقع تويتر لمستخدميه نشر رسائل قصيرة لا تعدى 140 حرف كحد أقصى ويجوز للمرء أن يسميها نصا موجزا مكثفا لتفاصيل كثيرة، ويمكن قراءتها من قبل أي مستخدم لهذا الموقع.

Huber man,Bernardo. A & others.(2008). **Social networks that matter: Twitter under the microscope, Social Computing Lab HP Laboratories**, Cornell University, NY, December 4 / 2008, P2-3.

[xxxiii]- قد تأسس موقع اليوتيوب، كموقع مستقل في الرابع عشر من فبراير عام 2005 من قبل ثالثة موظفين هم: الأمريكي تشاد هرلي Hurley Chad و التايواني ستيف تشين Steve Chen و البنغالي جاود كريمKarim Jawed ، الذين يعملون في شركة باي بال PayPal المتخصصة في التجارة الإلكترونية بولاية كاليفورنيا في الولايات المتحدة الأمريكية، ويقوم الموقع على فكرة مبدئية هي: بث لنفسك أو ذع لنفسك Broadcast yourself يوضع هذا الشعار في الصفحة الأولى بالموقع، ويعتبر أهم موقع على الشبكة العنكبوتية لمشاركة مشاهد الفيديو.

للمزيد: نومار، مريم نريمان.(2212). **استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيره في العلاقات الاجتماعية: دراسة عينة من مستخدمي موقع الفيسبوك في الجزائر**, رسالة ماجستير غير منشورة، كلية علوم الإعلام والاتصال وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، جامعة الحاج لخضر –باتنة–، الجزائر، ص24.

[xxxiv]- انستغرام تطبيق مجاني لتبادل الصور، وشبكة اجتماعية أيضا، أطلق في أكتوبر 2010 ويتيح للمستخدمين التقاط صورة، وإضافة فلرت رقمي إليها، ومن ثم مشاركتها في مجموعة متنوعة من خدمات الشبكات الاجتماعية. انظر
https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A5%D9%86%D8%B3%D8%AA%D8%BA%D8%B1%D8%A7%D9%85

[xxxv]- شقرة،علي خليل.(2014). **الإعلام الجديد( شبكات التواصل الاجتماعي)**،دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، ط1 ،ص 51.

[xxxvi]- الراوي،بشرى جميل.(2012). **دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير.. مدخل نظري**،مجلة الباحث الإعلامي عدد 18، ص94–112.

[xxxvii]- صادق،عباس مصطفى.(2011). **العالم الجديد: دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة**، البوابة العربية لعلوم الإعلام والاتصال،ص 9.

[xxxviii]- بدر،احمد.(1998). **مناهج البحث في الاتصال والرأي العام والإعلام الدولي**،دار قباء ، القاهرة.

[xxxix]- معهد السلام الأمريكي.(2005). **الدبلوماسية الافتراضية، وسائل الإعلام العربية، أدوات الحكومة، هل هي أدوات الشعب؟** تقرير معهد السلام الأمريكي،أنظر
file:///C:/Users/dell/AppData/Local/Temp/vd18_arabic.pdf

[xl]- همت،حسن.(2009). **دراسات في الاعلام الدبلوماسي والعلاقات العامة** ،مصر العربية للنشر والتوزيع،القاهرة ، ط1 ص11 .

[xli]- المرجع السابق نفسه ، ص12 .

[xlii]– صالح سليمان.(2015). **وسائل الإعلام والدبلوماسية العامة**، دار الفكر ناشرون وموزعون ،عمان، ط1، ص 176

[xliii]- سليمان صالح، مرجع سابق، ص 176.

[xliv]- Shahira ,Fahmy.(2012). **Mediated public diplomacy** , International communication gazelte.

[xlv]- F, Beer& Boytoon.(2013). **C.R. Global media diplomacy and Iranian nuclear wearpons**,In press.lip.Wioma.Edu.

[xlvi]- عبدالعال،وائل.(2018). **الدبلوماسية الرقمية ومكانتها في السياسة الخارجية الفلسطينية**، سلسلة أبحاث وسياسات الإعلام، مركز تطوير الإعلام، جامعة بيروت، ص 4.

[xlvii]- Matt Amstrong .(2009). **"Social Media as Public Diplomacy."** Perspectives. 6 http://www.layaline.tv/publications/Perspectives/ MattArmstrong.html

[xlviii]- ويظهر في تفاصيل التقرير أن بريطانيا استخدمت أكبر قدر ممكن من مواقع الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي بعدد كبير من لغات العالم لأغراض دبلوماسيتها العامة، كما برزت هذا التوجه الجديد في المجال الدبلوماسي في لبنان، حيث حرص السفير البريطاني توم فليتشر في الاعتماد بشكل مكثف على وسائل التواصل الاجتماعي في الترويج الدبلوماسي، حتى أطلق عليه لقب عليه دبلوماسي تويتر Twiplomat ، السفير البريطاني لدى مصر جون كاسن، الذي ينشط بكثرة على تويتر، ويتابعه حوالي ثلاثة أرباع مليون، معظمهم من المصرين والعرب .وتغلب على تغريداته البساطة والتنوع ما بن السياسي والاجتماعي والاقتصادي، فيما يشبه أنشطة العلاقات العامة، التي ترمي إلى تقديم صورة نمطية إيجابية عن بلده. انظر، عبدالعال، وائل ، مرجع سبق ذكره، ص 14.

[xlix] Gilbert, direction scientifique& Destiny Tchéhouali, **rédaction La nouvelle diplomatie numérique et son influence sur la géopolitique de la culture et du#commerce international**. Centre d'études sur l'intégration et la mondialisation. P 3.
http://www.ieim.uqam.ca/IMG/pdf/oif-volume12-numero1fev-2017ceim_vf.pdf

[l] شبكة العين الإخبارية، (كاسبر كالين..أول "تيكبلوماسي" للدنمارك في وادي السيلكون)، من:
https://al-ain.com/article/diplomacy-technology-ambassador-denmark تاريخ 2019/8/11، التوقيت:1:07

[li]- الذي عمل سفيراً لبلاده سابقاً لدى إندونيسيا، وسبق أن وصف نفسه ب"التقنودبلوماسي".

[lii]- النجار، محمد .(2017). **مليارا إنسان على جمهورية فيسبوك والدنمارك تعين أول سفير**، موقع الجزيرة نت،من:
. https://goo.gl/YR5vk6

[liii] Joan& Olivier de Gand, **DIPLOMATIE ET GOUVERNANCE NUMÉRIQUE** , LE LABORATOIRE AMÉRICAIN,from: , Tilouine http://www.institutgouvernance.org/docs/diplomatie_et_gouvernance_num_rique_le_laboratoire_am_ricain.pdf

[liv]- Paris. Roland, The digital diplomacy revolution, Canadian defence and foreign affairs institute, June 2013.

[lv]- يمكن تعريف الثقافة بأنها المعرفة والعقيدة والفن والأخلاقيات والقوانين والعادات، وأية إمكانيات أخرى أنتجها الإنسان كعضو في المجتمع، حيث تشترك مجموعة من الناس وترتبط بعلاقات دائمة، حيث تعطي الثقافة لحياة الإنسان معنى، وهي تساهم في زيادة قوة المجتمع وتماسكه وتوحده حول الرموز التي تشكل معنى الحياة وأهداف المجتمع العليا وتساهم في بناء خبراته وتميزه عن المجتمعات الأخرى. انظر

Kim , Hwajung.(2011). **cultural diplomacy as a means of Soft Power an information age**, from : www.culturaldiplomacy.org

[lvi]- Grincheva,Natalia**, Digital diplomacy rhetoric**, city university London, UK.

[lvii] - Desailly, Catherine Morin.(2013). **l'union européenne, Colonie du monde numérique ?**, Rapport d´information, N° 443, Sénat session ordinaire, Enregistré à la présidence du sénat le 20 mars 2013 de 2012−2013. P 123.