

توظيف السفارات الفلسطينية في الدول العربية لوسائل التواصل الاجتماعي في الدبلوماسية الرقمية

سبأ حسين عليان*

د. عمر أبو عرقوب**

مُلخَص الدراسة:

هدفت الدراسة إلى التعرف على كيفية توظيف السفارات الفلسطينية في الدول العربية (مصر، السعودية، الجزائر، تونس، المغرب) لوسائل التواصل الاجتماعي (فيسبوك) من أجل تحقيق أهدافها الدبلوماسية من خلال: تحليل ترتيب أولياتها وتأطير قضاياها ومضمون محتواها. واعتمدت الدراسة المنهج التحليلي الوصفي، واستخدمت أدوات تحليل المضمون والمقابلة كأدوات لها، حيث تم استخدام أسلوب العينة العشوائية المنتظمة في الحصول على ٥٠ منشور من كل صفحة للسفارات المختارة خلال النصف الأول من العام ٢٠٢١. بحيث يكون عدد العينة النهائية ٢٥٠ منشوراً. أما عينة المقابلات فتمثلت بمقابلة مع ٩ مسؤولين في السفارات الفلسطينية في الوطن العربي وخبراء في مجال الاتصال والدبلوماسية ومسؤولين في وزارة الخارجية. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: تحرص السفارات الفلسطينية على مشاركة الجالية الفلسطينية مناسباتها الاجتماعية بهدف خلق بيئة إجتماعية إيجابية، وبتعزيز أواصر التضامن والتعاون والتشبيك مع الشخصيات الاجتماعية والعامّة مما يعزز حضور ومشاركة السفارة، فقد لوحظ أنّ المواضيع الاجتماعية على اهتمام ومساحة كبيرة لدى خطاب السفارات الفلسطينية، تليها المواضيع السياسية، وأخيراً فئة المواضيع العسكرية، ويمكن القول أنّ السفارات الفلسطينية توظف الفيسبوك كواجهة مهمة لإيصال الخطاب السياسي والإعلامي الرسمي، ولإبراز أهم الأحداث والتطورات، والحفاظ على الذاكرة والهوية الفلسطينية، لكنها في الغالب، لا تفتح القضايا والمسائل للنقاش العام، لأنها منصات بمهام وصلاحيات محددة.

الكلمات المفتاحية: السفارات الفلسطينية، الدبلوماسية الرقمية، العلاقات العامة، وسائل التواصل الاجتماعي، فيسبوك.

* باحثة في مجال العلاقات العامة والاتصال، حاصلة على درجة الماجستير في العلاقات العامة المعاصرة. الجامعة العربية الأمريكية- فلسطين.

** دكتور العلاقات العامة والإعلام في كلية الدراسات العليا في الجامعة العربية الأمريكية- فلسطين.

مقدمة

يعتبر مفهوم رقمنة الدبلوماسية وتوظيف وسائل التواصل الاجتماعي فيها جزءاً من وظائف دائرة العلاقات العامة في وزارة الخارجية الفلسطينية والسفارات التي تؤدي دوراً هاماً في تمثيل الدولة الفلسطينية في الفضاء الإلكتروني. مرجع؟

حيث تُمثل صفحات السفارات الفلسطينية في الدول العربية إحدى العناوين لفلسطين وقضيتها والتي تسعى جاهدة منذُ سنوات نضال وعملٍ دؤوب إلى نقل هموم ومعاناة الشعب الفلسطيني لشعوب العالم المختلفة، لكسب تضامن الشعوب والحكومات وحشد الرأي العام فيما يتعلق بالقضية الفلسطينية. مرجع مما يساعد الدبلوماسية الفلسطينية التي عمادها سفارات دولة فلسطين العاملة والنشطة في ٢٢ دولة عربية في إعادة البوصلة الدولية باتجاه الشعب الفلسطيني وحقوقه عبر العلاقات العامة والدبلوماسية الرقمية على وسائل التواصل الاجتماعي.

مشكلة الدراسة

تنتقل أهمية البحث من وجود ضعف في الدبلوماسية الرقمية الفلسطينية، حيث أنها تقع ضمن مرتبة متأخرة في الإحصائيات الدولية المتعلقة بفاعلية الدبلوماسية الرقمية مقارنة مع "إسرائيل" على سبيل المثال مرجع. الأمر الذي يستدعي الوقوف عنده وتحليله ومعالجته. بالإضافة إلى إغفال العديد من الدراسات السابقة على مستوى المكتبة الفلسطينية والعربية الخوض في صميم موضوع الدراسة الحالية وهو البحث في توظيف السفارات الفلسطينية في الدول العربية لوسائل التواصل الاجتماعي في الدبلوماسية الرقمية، من خلال دراسة حالة بعض السفارات الفلسطينية، بل الأكثر نشاطاً ومتابعةً منها على السوشال ميديا.

على الرغم من وجود أكثر من ٧٠ سفارة فلسطينية حول العالم، إلا أنّ هناك عدم وجود حسابات بعض منها على موقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك"؛ حيث سيتم في هذه الدراسة التركيز على دراسة أكثر خمس سفارات فلسطينية في الدول العربية نشاطاً على موقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك"، وبناءً عليه فإنّ مشكلة الدراسة تتمثل بالتعرف على كيفية توظيف السفارات الفلسطينية في الدول العربية (مصر، السعودية، الجزائر، تونس، المغرب) لوسائل التواصل الاجتماعي (فيسبوك) في تحقيق أهدافها الدبلوماسية من خلال تحليل ترتيب أولياتها وتأطير قضاياها ومضمون محتواها.

أهداف الدراسة

التعرف على كيفية سعي وعمل السفارات الفلسطينية لتحقيق سياستها الخارجية والدبلوماسية من خلال منصاتها على الفيس بوك، ومعرفة آلية توظيف السفارات الفلسطينية في الوطن العربي للفيسبوك في تأطير وترتيب أولويات جمهورها في القضايا التي تطرحها وتناقشها، إضافة إلى التعرف على طبيعة تفاعل جمهور صفحات السفارات الفلسطينية على مواقع التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بالقضايا والمشورات التي تطرحها.

أسئلة الدراسة

تمثل التساؤل الرئيس للدراسة في: كيف توظف السفارات الفلسطينية في الوطن العربي فيسبوك في دبلوماسيتها الرقمية؟ كما طرحت الدراسة التساؤلات الفرعية التالية:

١. كيف رتبت السفارات الفلسطينية أولويات رسائلها الاعلامية على الفيسبوك خلال العام ٢٠٢١؟
٢. كيف أطرت صفحات السفارات الفلسطينية في الوطن العربي على الفيسبوك رسائلها الإعلامية خلال النصف العام ٢٠٢١؟
٣. ما هو مضمون وشكل المحتوى الذي تنشره صفحات السفارات الفلسطينية في الدول عينة الدراسة خلال العام ٢٠٢١؟

منهجية البحث

تندرج هذه الدراسة تحت الدراسات الوصفية التحليلية وتستخدم المنهج المختلط (الكمي والنوعي) معاً. وتُعرف الدراسات الوصفية التحليلية بأنها: "المنهج الوصفي المتعمق، الذي يقوم فيه الباحث العلمي بوصف الظواهر والمشاكل العلمية المختلفة، وحل المشكلات والتساؤلات التي تقع في دائرة البحث العلمي". وتتمثل أدوات البحث ب كل من أداتي المقابلة وتحليل المضمون ". بهدف التوصل إلى نتائج أكثر دقة وشمولاً. كما تم استخدام أسلوب العينة العشوائية المنتظمة في الحصول على ٥٠ منشور من كل صفحة للسفارات الخمس المختارة خلال النصف الأول من العام ٢٠٢١، فيما تمثلت عينة المقابلات بمقابلة ٩ مسؤولين في السفارات الفلسطينية في الوطن العربي وخبراء في مجال الاتصال والدبلوماسية ومسؤولين في وزارة الخارجية. واتخذت الدراسة النصف الأول من العام ٢٠٢١ حداً زمنياً، حيث تم تحديد هذه الفترة للحصول على نتائج أحدث للدراسة، وكذلك التطرق للأحداث الفلسطينية الهامة في فلسطين كقضية الشيخ جراح والحرب على غزة.

الدراسات السابقة

استندت الدراسة الحالية إلى مجموعة من الدراسات السابقة، والتي استفادت منها، مثل دراسة الحارثي (٢٠٢٠) التي هدفت إلى التعرف على الدبلوماسية من التقليدية إلى الرقمية / التواصل الدبلوماسي في دولة الإمارات العربية المتحدة أمام تحدي ثورة المعلومات، و دراسة محمود (٢٠٢٠) التي تناولت الدبلوماسية في العصر الرقمي والتطور النوعي في الدبلوماسية التقليدية، بينما سعت دراسة أبو عمرو (٢٠١٩) إلى التعرف على سياسات فاعلة لتوظيف الدبلوماسية الرقمية في وزارة الخارجية الفلسطينية، كما التقت هذه الدراسة مع دراسة شهلا (٢٠١٩) في بحثها في دور مواقع التواصل الاجتماعي في الدبلوماسية العامة، تماماً كما الحال في دراسة العامودي (٢٠١٨) التي هدفت إلى التعرف على الدبلوماسية الرقمية الرسمية وتأثيرها في السياسة الخارجية - دراسة مقارنة بين فلسطين والاحتلال الاسرائيلي، و دراسة فتحة (٢٠١٨) التي تناولت الدبلوماسية الالكترونية بين الفاعلية ومحدودية التأثير بين الفاعلية ومحدودية التأثير، ودراسة ميرزة (٢٠١٨) التي بحثت في الاستراتيجية الاتصالية للدبلوماسية العامة الرقمية الأمريكية

بالجزائر عبر شبكات التواصل الاجتماعي- دراسة تحليلية، و دراسة بن مُعر (٢٠١٥) التي هدفت إلى التعرف على شبكات التواصل الاجتماعي في بيئة إعلامية متغيرة- دروس من العالم العربي.

أكدت الدراسات على أهمية الدبلوماسية الرقمية، فقد بات البعد الرقمي ضرورة ملحة لكافة الدول في المجال الدبلوماسي، لأنه يمكن من خلاله تحقيق نتائج سريعة وفعالة وذات تأثير ملموس، حسب ما جاءت به دراسة الحارثي (٢٠٢٠)، كما أنّ الدبلوماسية الرقمية هي تحول تكنولوجي يستلزم أن يطور الدبلوماسيون مهارات رقمية تمتد من معرفة خوارزميات الوسائط الاجتماعية إلى كتابة برامج الكمبيوتر وتطبيقات الهواتف الذكية، وذلك حسب نتائج دراسة Manor (٢٠١٦) حيث يمكن للدبلوماسية الرقمية وأنشطة الإنترنت ككل أن تساعد بشكل كبير في عرض مواقف السياسة الخارجية للدولة على الجماهير المحلية والأجنبية، الأمر الذي أكدت عليه دراسة S. Adesina (٢٠١٧) التي تتفق مع دراسة فتيحة (٢٠١٨) في أنه يمكن للدبلوماسية الاستفادة من أدوات التواصل الاجتماعي من خلال الاستخدام الجيد لأدوات التواصل الاجتماعي، ما يساهم في تعزيز صورة الدولة وسمعتها، عبر توفير التدريب الجيد للدبلوماسيين المتخصصين في هذا المجال.

تتمثل الفجوة البحثية التي تسعى الدراسة الحالية على سبغها، بحاجتنا للتركيز على البحث في صفحات السفارات الفلسطينية والتعرف على الشكل والمضمون والتأثير الذي تعمل عليه وخاصة في دول الوطن العربي لما لذلك خصوصية وارتباط عميق بالقضية الفلسطينية وباعتبار هذه المنطقة احدى تمثل احدى اهداف الدبلوماسية الرقمية الفلسطينية. كما تتميز الدراسة الحالية في أنها تبحث في توظيف وسائل التواصل الاجتماعي في الدبلوماسية الرقمية في السفارات المختارة، في دول: مصر والجزائر والسعودية وتونس والمغرب، باعتبارهن أكثر خمس سفارات نشاطاً على موقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك)، ويأتي ذلك في ظل محدودية الدراسات العربية والمحلية عن الدبلوماسية الرقمية الفلسطينية التي تواجه تحديات جعلتها في موقع متأخر مقارنة مع غيرها من الدول، على الرغم من أهمية فلسطين كقضية سياسية وإنسانية مفصلية في الإقليم العربي.

٢. الإطار النظري

٢,١ الاتصال الدولي والعلاقات العامة الدولية

يعتبر الاتصال الدولي وسيلة من وسائل السياسة الخارجية، التي تتعاون وتتكامل مع غيره من الوسائل من أجل تحقيق أهداف السياسة الخارجية المتمثلة بتحقيق المصلحة الوطنية للدولة، حيث يعرف الاتصال الدولي بأنه مجموعة من الأنشطة والجهود التي تقوم بها دولة أو جماعة أو هيئة من أجل الإقناع بأهدافها خارج حدود الدولة التي تنطلق منها الأنشطة، بهدف تحقيق أغراض سياسية أو فكرية أو اقتصادية أو دينية، عبر نشر المعلومات والأفكار والآراء وبواسطة أدوات ووسائل الاتصال بالجماهير المختلفة (عبد العزيز، ٢٠١١). ويُعد الاتصال السياسي بأنه إحداث التأثير على الوضع السياسي للدولة، الذي يقصد به الوضع أو الأوضاع الداخلية والخارجية التي تحدث في بلد ما، إذ تسعى هذه الأوضاع للوصول لتحقيق هدف واحد أساسي وهام بالنسبة للدولة، ويتمثل بالمحافظة على وجود كيان الدولة، والعمل

على حمايتها من مختلف الأخطار الداخلية والخارجية، التي من الممكن أن تهددها وتعمل على عدم الاستقرار أو السيطرة أو المكانة سواء داخليا وخارجيا (نصر الله، ٢٠٠١).

قدم سبيكمان العلاقات العامة الدولية بأنها العلاقات بين أفراد ينتمون إلى دول مختلفة، وقد عرفها جان باتيست ديوزيل، بأنها: تلك العلاقات المتكونة من خلال العلاقات السياسية لدولة مع دولة أخرى، ومن ثم علاقات مجموعات أو أفراد من جانبي حدود، ومظهرها الأول السياسة الخارجية وهو الأهم والأيسر مثلاً (عباس، ٢٠٢٠: ص ٣). حيث للعلاقات العامة الدولية دور كبير في تحقيق المصالح الوطنية عبر عملية التفاعل الحاصلة بين الدول، فهي تنطوي على القرارات المؤثرة في حالات السلام والحرب، وقد تكون سبباً للحروب والصراعات بين الدول، وهي تنعكس في آلية الطرح والتعاطي من قبل الصفحات الرسمية لمؤسسات الدولة الفلسطينية، بما فيها السفارات والممثلات الفلسطينية المنتشرة حول العالم.

توجد ثلاثة اتجاهات مرتبطة بالحديث عن العلاقات العامة الدولية والدبلوماسية، وهي موضحة كما يلي: أولاً: إن مفهوم الدبلوماسية الرقمية مرادف لمفهوم الاتصال، الأمر الذي ظهر جلياً في الاستراتيجية القومية الأمريكية للدبلوماسية والاتصال الاستراتيجي التي صدرت عام ٢٠٠٧. ثانياً: استخدام مفهوم الاتصال والعلاقات باعتباره هدفاً من أهداف الدبلوماسية، ومن أهم من اسخدم هذا المفهوم بهذا المعنى هو ليونارد Leonard نتيجة دراسة الدبلوماسية الأمريكية. ثالثاً: وقوع الدبلوماسية داخل العلاقات والاتصال الاستراتيجي، وتشكل بذلك نشاطاً من أنشطته (ميرزة، ٢٠١٨).

تجدر الإشارة إلى أن العلاقات العامة تؤدي دوراً في الميدان الدبلوماسي الرقمي، من خلال توظيف تقنيات الاتصال الحديثة وشبكات التواصل الاجتماعي لتحقيق أهداف السياسة الخارجية وممارسة الدبلوماسية للدولة، وإدارة صورتها وسمعتها بشكل استباقي، ويتم ذلك تحديداً من خلال الاستخدام المتزايد لشبكات التواصل الاجتماعي (الحماسنة، ٢٠٢٠: ص ٨).

٢,٢ الدبلوماسية والدبلوماسية الرقمية

تعتبر الدبلوماسية العامة التقليدية من أقدم صور العمل الدبلوماسي، وتم تعريفها بأنها:

"إدارة العلاقات الدولية من خلال المفاوضات، والأسلوب الذي يستخدمه السفراء والمبعوثين لإدارة وتسوية هذه العلاقات، وهي وظيفة أو فن الدبلوماسي، أو هي أداة تنظيم وتسيير الشؤون الخارجية للدول بما يتماشى مع مصالحها الوطنية، وقد كانت الدبلوماسية التقليدية أو القديمة تقوم أساساً على التعامل بين الحكومات، ويرتكز طابع العمل فيها على السرية والثنائية في المفاوضات، وغالباً ما كانت القوة العسكرية وأساليب التآمر هي الوسائل الرئيسية المستخدمة في الدفاع عن مصالح الدول في مواجهة بعضها، وقد استمر هذا النوع من الدبلوماسية حتى نهاية الحرب العالمية الأولى" (حماسنة، ٢٠٢٠: ص ٩).

يرجع مصطلح الدبلوماسية إلى اللغة اليونانية من اسم (Diploma) والذي تشتق منه كلمة دبلوم (Diplome) ويعني الوثيقة الرسمية التي يتم إصدارها من قِبَل أصحاب السلطة وتمنح حاملها بعض الامتيازات، ومع مرور الزمن، انتقلت هذه الكلمة إلى اللغات الحية، ومنها اللغة العربية لتعبر عن مفهوم ومعنى يتجاوزان اللفظ اللغوي أو الترجمة اللغوية إلى

الممارسة الفعلية، وتطور مصطلح الدبلوماسية نتيجة لتطور العلاقات والتواصل ما بين الحكومات والشعوب، والممارسة الدبلوماسية التي انتشرت في أغلب الدول الأوروبية منذ القرن الثامن عشر (زيد، ٢٠١٧).

توجد علاقة قوية بين الدبلوماسية التقليدية (العامة) وبين سياسة الدولة، فالدولة توظف الدبلوماسية بما يخدم مصالحها الداخلية والخارجية أمام المجتمع الدولي، في مسعى للتأثير على الرأي العام الدولي وكسبه لصالحها، لدرجة التغيير في السياسات المتبعة. الدبلوماسية التقليدية مُشبعة سياسياً وفكرياً بالدولة ونظامها الحاكم وفي خطابها الموجه للجمهور الأجنبي حول العالم، وتعمل من أجل حجز مكانٍ أفضل على الساحة الدولية (أبو شمعة، ٢٠١٣).

في حين تُعرّف الدبلوماسية الرقمية بأنها استخدام شبكة الانترنت بما تشتمل من مواقع إلكترونية وشبكات ولمنصات التواصل الاجتماعي من قبل دولة ما لغرض تحقيق أهداف سياستها الخارجية وإدارة استراتيجيتها في سبيل تحقيق هذه الأهداف، ويتم تطبيقها بشكل أساسي من خلال وزارة الخارجية وسفارات الدولة في دول العالم الخارجي حيث تراعي وزارة الخارجية والسفارات لدى عملها وخطابها كل ما يتعلق بالمجتمعات الخارجية من حيث التاريخ والثقافة والقيم والتقاليد، وبالتالي تسهيل قبول سياستها الخارجية والصورة الذهنية التي تهدف إلى تشكيلها وتحقيق أهدافها السياسية الخارجية (محمود، ٢٠٢٠).

تقوم الدبلوماسية الرقمية على توظيف مواقع التواصل الاجتماعي -والتي تعتبر منصات على الانترنت أو الهاتف المحمول تتيح التفاعل الثنائي الاتجاه عبر المحتويات التي ينتجها المستخدمون أنفسهم فضلاً عن التواصل بين المستخدمين- وأبرز ما يميزها التفاعلية بين المستخدمين المتواجدين عليها والقدرة والسرعة في معرفة رجع الصدى من المستقبلين للرسالة الإعلامية (ادريس، ٢٠٢٠). ويمكن اعتبار الدبلوماسية الرقمية؛ بأنها الدبلوماسية التي يتم من خلالها توظيف شبكات التواصل الاجتماعي، ومراعاة الإدراك والتفاعل الرسمي والشعبي، بما يخدم تلبية أهداف السياسات الخارجية للدول، وفق استراتيجية واضحة المبادئ والرؤية والأهداف والآليات، حيث تقوم السفارات باعتماد شبكات التواصل الاجتماعي كنوع من ممارسة الدبلوماسية الرقمية على مواقع التواصل الاجتماعي مثل: فيس بوك، وتويتر وانستغرام. وتضاعف أهمية الدبلوماسية الرقمية في ظل جائحة كورونا التي أحدثت تغييراً في نمط الحياة الاجتماعية تماماً كما هو الحال في نمط العلاقات الدولية.

٢,٣ نظريات الدراسة

نظرية ترتيب الأولويات Agenda Sitting Theory

تعزو الأدبيات الأولى نشوء نظرية ترتيب الأولويات أو الأجنحة إلى عدد من الرواد الغربيين، وفي مقدمتهم والتر ليبمان Lippmann Walter الذي أصدر كتاباً بعنوان "الرأي العام" وذلك عام ١٩٢٢، حيث ناقش فيه دور وسائل الإعلام باعتبارها وسيط بين الواقع والجمهور. ورأى ليبمان أن الرأي العام ما هو إلا رد فعل على ما نشاهده في محتوى وسائل الإعلام أو أنه صورة له، لكنه ليس بالضرورة انعكاس للواقع. إذ افتتح كتابه بعبارة "العالم في الخارج والصورة في رؤوسنا"، وهي المقولة التي منها انبثقت فكرة

"ترتيب الأجندة" وتعني أن وسائل الإعلام لا تعكس الواقع الحقيقي، بل تقوم بتصويره وتشكيله (أبو الحمام، ٢٠٢٠).

يُعرف M. Sanchez نظرية الأجندة بأنها: "العملية التي بواسطتها تحدد وسائل الإعلام بما فكر وحول ماذا نقل"، يعتبر Lippmann هو أول من لاحظ هذه الوظيفة في عشرينيات القرن الماضي، وأوضح أن الإعلام هو الأكثر هيمنة وقدرة على خلق الصور في الأذهان، كما أنّ تجاوب الجمهور وردة فعله تكون تجاه تلك الصور، حول الأحداث التي تحصل، وبذلك يمكن التأكيد على أنّ وضع الأجندة هي عملية تهدف إلى إعادة صياغة مجمل الأحداث التي تقع في البيئة المحيطة بنا على نموذج بسيط قبل أن نتعامل معها (حسونة، ٢٠١٥: ص ٣).

تسعى نظرية الأجندة أو ترتيب الأولويات إلى المساهمة في تشكيل الرأي العام والتوجهات السياسية حسب ما يرتئيه القائم بالعملية الاتصالية وغالبا ما تكون الحكومات والجهات الرسمية هي المشكلة لهذه الأجندة.

تتمثل مكونات النظرية كما يلي:

١. أولويات وسائل الإعلام وتتخذ من أولويات وسائل الإعلام متغيراً تابعاً لها. كما توجد عدة أبعاد تساعد في فهم عملية ترتيب الأولويات في وسائل الإعلام، مثل الرؤية المتعلقة بحجم بروز التغطية لقضية ما، ومدى ارتباط القضايا التي يتم طرحها باحتياجات الجمهور، إضافة إلى التكافؤ المتعلق في إذا ما كانت التغطية المفضلة أو غير المفضلة لقضية ما.

٢. أولويات الجمهور وتتخذ من أولويات واهتمامات الجمهور متغيراً تابعاً لها.

٣. أولويات السياسة العامة، وتتخذ من أولويات قضايا السياسة العامة ودوائر صنع القرار متغيراً تابعاً لها بينهما يمثل أولويات اهتمامات وسائل الإعلام المتغير المستقل (الغول، ٢٠١٦: ص ١٣).

تستفيد الدراسة من نظرية الأجندة في فهم كيف تعمل السفارات الفلسطينية في الوطن العربي على ترتيب أولياته تجاه القضية الفلسطينية والفلسطينيين من خلال منصاتهما على فيسبوك. وقد تم اختيار هذه النظرية أيضاً كونها قادرة على استعراض المواضيع والقضايا المطروحة من قبل وسائل الإعلام مثل القضايا السياسية والمسائل الاجتماعية والصحية وغيرها، فهي بذلك تعلم الجمهور وترشده حول ما يتحدثون عنه، ومن الممكن تشكيل الرأي العام حول القضايا المختلفة لدى الجمهور.

نظرية التأطير Framing Theory

تعتبر نظرية التأطير، أحد الروافد الحديثة في دراسات الاتصال، حيث تسمح للباحث بقياس المحتوى الضمني للرسائل الإعلامية التي تعكسها وسائل الإعلام. كما ظهر مفهوم التأطير في تطوير حديث لمفهوم جدولة الأولويات، الذي يعرف بالمستوى الثاني من نظرية الجدولة

التي تقول أنّ الجمهور لا يعلم فقط عن القضايا العامة من خلال الوسائل؛ بل إضافة إلى ذلك يتعلم مقدار أهمية القضايا من خلال تركيز المعلومات عليها.

وقد حدد Erving Goffman عام ١٩٧٤ الفرضية الأساسية التي تنطلق منها نظرية الأطر بأنها "الطريقة التي تنظم وتصنف وتقدم وسائل الإعلام الأحداث من خلالها وتؤثر في أفكار وردود أفعال الجمهور عليها. من ناحية أخرى يرى Robert Entman أنّ التأطير جوهرياً ينطوي على الانتقاء واختيار بعض من جوانب رؤية الواقع وجعله أكثر بروزاً في النص التواصلية، وجعل فقرات من معلومات النص أكثر وضوحاً عبر توظيفها أو ربطها بالرموز الثقافية المألوفة (صبيرة، ٢٠٠٧: ص ١). كما حدد الباحثون مفارق أساسية للنظرية لاستخداماتها في التحليل مثل تحديد أنواع الأطر، والتي يمكن اجمالها بالإطار المحدد بقضية، الإطار العام، الإطار الاستراتيجي، إطار الاهتمامات الإنسانية، إطار النتائج الاقتصادية، إطار المسؤولية، إطار الصراع، إطار المبادئ الأخلاقية (الحمود، ٢٠١٦: ص ١١).

ستستفيد هذه الدراسة من نظرية التأطير من خلال تعميق الإدراك للمواقف الاجتماعية للمواطنين، ولإقناعهم بالفكرة المراد إيصالها. مع مراعاة المحتوى الإعلامي وقياسه وطريقة تناوله للفكرة. كما تستفيد الدراسة من النظرية في التعرف على الإطارات التي تستخدمها السفارات الفلسطينية في الدول العربية في سياق ممارستها للدبلوماسية الرقمية، حيث يمكن الربط بين نظرية التأطير وترتيب الأولويات والدبلوماسية الرقمية، لأنّ الأداء الرقمي للسفارات يكتسب أهميته ومكانته عبر وضعه في إطار، فيتم انتقاء الفكرة أو النشاط أو القضية، وتنظيمها وتزويدها للجمهور باعتبارها ما يجب أن يلتفت إليه ويفكر به، كما تستطيع السفارات من خلال الدبلوماسية الرقمية بناء أفكار ومواد معينة، فيكون لها أثر على الجمهور المتلقي.

٣. التحليل والنتائج

ينقسم التحليل إلى قسمين أساسيين، يتمثل التحليل الكمي في جداول تحليل المضمون لمحتوى صفحات السفارات الفلسطينية في الدول عينة الدراسة، في حين يتمثل الجزء الثاني في نتائج المقابلات المعمقة.

٣,١ تحليل مضمون خطاب السفارات الفلسطينية

جدول ١: فئة الأطر المستخدمة في خطاب السفارات الفلسطينية

النسبة المئوية ١٠٠%	التكرار	فئة الأطر
٣٩,٢	٩٨	إطار إنساني
٢٨,٤	٧١	إطار وطني
١٤,٤	٣٦	إطار عام
٦,٤	١٦	إطار المسؤولية
٦	١٥	إطار استراتيجي
١,٢	٣	إطار قانوني
٢,٨	٧	أخرى
١,٦	٤	إطار اقتصادي
١٠٠	٢٥٠	المجموع

يتبين من خلال الجدول السابق، أنّ الإطار الإنساني جاء من أكثر الإطارات تداولاً في خطاب السفارات الفلسطينية في الوطن العربي بنسبة ٣٩,٢%، بينما جاء الإطار الاقتصادي الأقل تداولاً في الخطاب لدى مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة ١,٦%. حيث يفرض الطرف الفلسطيني السياسي والاقتصادي والاجتماعي تحديات مجتمعية، استدعت أن تدركها مختلف مؤسسات العمل الرسمية وغير الرسمية أيضاً، مثل السفارات الفلسطينية، كإحدى واجهات الدولة الفلسطينية، فخصص جزء في خطابها موجه للعمل الإنساني، والمشاركة فيه والدعوة إليه، حيث هناك استجابة إنسانية لما هو منسجم مع المبادئ الأخلاقية والقانونية لتحقيق التواصل الإنساني، والمساهمة في الأمان الإنساني. كما يظهر بأن هنالك ضعف في التأطير القانوني والاقتصادي في محتوى خطاب السفارات الفلسطينية في الدول العربية على فيسبوك.

جدول ٢: فئة المواضيع المستخدمة في محتوى السفارات الفلسطينية في الدول العربية

النسبة المئوية	التكرار	فئة المواضيع
٣٩,٢	٩٨	الاجتماعية
٢٨,٤	٧١	السياسة
١٦	٤٠	الثقافية/ الفنية
٦,٤	١٦	رياضية
٣,٦	٩	الأكاديمية
٢,٨	٧	أخرى (إعلان، تعزية، تهنئة)
٠,٨	٢	العسكرية
١,٦	٤	الاقتصادية
١,٢	٣	الحقوقية
١٠٠	٢٥٠	المجموع

يُلاحظ من الجدول السابق أنّ فئة المواضيع الاجتماعية قد احتلت المرتبة الأولى بنسبة ٣٩,٢%، تلتها فئة المواضيع السياسية بنسبة ٢٨,٤%، في حين جاءت فئة المواضيع العسكرية بالمرتبة الأخيرة بنسبة ٠,٨%. ويلاحظ هنا إدراك السفارات الفلسطينية لأهمية المواضيع الاجتماعية وأبعادها، وهي بطريقة ضمنية تعزز التقبل الاجتماعي وتبني الوعي لدى الجمهور من خلال تنوع أساليب المشاركة الاجتماعية وأشكالها.

من اللافت حرص السفارات الفلسطينية على مشاركة المواطنين والجالية الفلسطينية افراحهم وأتراحهم عبر منصات التواصل الاجتماعي الرسمية، بهدف خلق بيئة إجتماعية إيجابية بمنظور اجتماعي بعيداً عن الرسميات والتعقيدات، وذلك بما يمثل هذا التواصل بتعزيز أواصر التضامن والتعاون والتشبيك مع الشخصيات الاجتماعية والعامّة مما يعزز حضور ومشاركة السفارة دائماً بالمناسبات الاجتماعية والثقافية التي تدعم الدور الفلسطيني في مختلف الدول، وتحبي السفارات الفعاليات الفلسطينية الثقافية والأدبية والفنية.

كما تبرز أهمية المناسبات الاجتماعية والثقافية من أجل إبراز الوجوه الحضاري الفلسطيني والإشارة الى أهمية النسيج الوطني الاجتماعي في مختلف أماكن تواجده ولتصديق صورة إيجابية تجسد إصرار وصمود الشعب الفلسطيني في مختلف أماكن تواجده من أجل استعادة حقوقه المشروعة.

يعتبر الملف الثقافي بمختلف فروع من أهم الملفات استخداماً للوصول للجمهور. وتحرص السفارات من خلال الدبلوماسية الرقمية على مواجهة المحاولات التي لا تتوقف لطمس الهوية الوطنية الفلسطينية وسرقة الأرض والتراث، وتعزيز التواجد الرقمي لتمكين الجهد الدبلوماسي الرسمي. كما يتم التذكير دائماً بالمناسبات الثقافية من أجل إبراز حجم الزخم والارث الحضاري الفلسطيني والمحافظة عليه أمام محاولات الاستيلاء عليه من الاحتلال. الثقافة بمختلف جوانبها أكانت أدبا أو شعرا أو موسيقى أو رقص وغير ذلك، فهي مكون رئيس من مكونات الهوية الفلسطينية التي تقع على عاتق السفارات التعريف بها خاصة مع ما تتعرض له من محاولات سلب وتذويب، وهي تعد حيلة تجذب الانظار نحو الجوهر الأعرق المراد تقريب الناس إليه، وهو ترسيخ القناعة بتجذر الهوية الوطنية الفلسطينية وحق شعبنا في الحرية وتقرير مصيره على أرضه وإقامة دولته.

أظهر الجدول السابق أن الموضوعات الرياضية كانت من ضمن المواضيع اللافتة في خطاب السفارات الفلسطينية على مواقع التواصل الاجتماعي، إذ شكلت نسبة 6.4%. ولاحظت الباحثة أنه رغم قلة النسبة الرياضية في خطاب السفارات الفلسطينية إلا أنها تحظى باهتمام الجمهور المتابع. من ناحية أخرى حيزت الموضوعات الحقوقية والقانونية مكانة لها في خطاب السفارات الفلسطينية ولو كان ضئيلاً، إذ تكررت 3 مرات مُشكلةً ما نسبته 1,2%، إذ تكررت مرتين لدى السفارة الفلسطينية بالجزائر، ومرة لدى السفارة الفلسطينية في تونس.

جدول 3: فئة أساليب الخطاب التي تستخدمها السفارات الفلسطينية على فيسبوك

النسبة	التكرار	فئة أساليب الخطاب
84%	٢١٠	إخباري
12.4%	٣١	إعلاني
3.6%	٩	استنكاري
0	0	أخرى
١٠٠	٢٥٠	المجموع

يظهر من خلال الجدول السابق أنّ السفارات الفلسطينية تعتمد أسلوب الخطاب الإخباري، أكثر منه استنكاري ونفي أو حتى أسلوب قائم على الابتكار، حيث جاءت نسبة المنشورات التي تم نشرها بأسلوب الخطاب الإخباري 84%، في حين احتل أسلوب الاستنكار والنفي المرتبة الأخيرة بنسبة 3,6%. ويمكن الإشارة هنا إلى أن الأسلوب الإخباري قد لا يكون الأنسب للاستخدام حيث أن هذه الصفحات ليست وكالات أنباء وإنما كان يفترض احتوائها على أساليب خطابية متنوعة كالقصة وغيرها. يلاحظ أن السفارات كانت تستخدم أسلوب الإعلان والتتويه على صفحاتها وخاصة فيما يتعلق بالتعميمات والإجراءات المرتبطة بالسفر وإجراءات كورونا ودعوات الجاليات الفلسطينية في كل دولة وكانت نسبتها 12.4% من عينة الدراسة.

يمكن ملاحظة أنّ أسلوب السفارات على صفحاتها الرقمية يقوم بناء على أفكار ورسائل ذات أثر على الجمهور المتلقي، هذا ينسجم مع ما حدده Erving Goffman عام 1974 حول الفرضية الأساسية التي تنطلق منها نظرية الأطر بأنها "الطريقة التي تنظم وتصنف وتقدم

من خلالها الأحداث وتؤثر في أفكار وردود أفعال الجمهور عليها (صبيرة، ٢٠٠٧). كما ينطوي أدائها الرقمي على انتقاء بعض الأساليب واختيار بعض من جوانب رؤية الواقع وجعله أكثر بروزاً في النص التواصلي.

جدول ٤ : الأنشطة في خطاب السفارات الفلسطينية

النسبة	التكرار	الأنشطة
36%	٩٠	تقارير
25.6%	64	أخرى (إعلان، مشاركات صورية).
21.2%	٥٣	اجتماعات
3.2	٨	بيان صحفي
1.2%	٣	مؤتمرات
8 %	20	تعزية، تهنئة
4.8%	12	لا يوجد
100%	٢٥٠	المجموع

يتبين من الجدول السابق أنّ التقارير وعملية إعدادها والتركيز عليها؛ قد احتلت المرتبة الأولى ضمن قائمة الأنشطة التي تتضمنها منشورات السفارات الفلسطينية على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث احتلت نسبة ٣٦%، بينما جاءت الأنشطة المتنوعة والتي تندرج ضمن الفئة الأخرى والتي تشمل الإعلان والمشاركات الصورية والنعي والتهاني بالمناسبات المختلفة بالمرتبة الثانية، بنسبة 25.6%. في حين ركزت نشاطاتها الأخرى بالتوالي (اجتماعات، تعزية وتهنئة، مؤتمرات، ثم بيانات صحفية).

جدول ٥ : فئة استخدام الانتهاكات الاسرائيلية في خطاب السفارات الفلسطينية

النسبة المئوية ١٠٠%	التكرار	الانتهاكات الإسرائيلية
٢٠	٥٠	قتل وضحايا
١٧,٢	٤٣	أعمال العنف والتحرير
١٥,٦	٣٩	الحصار
١٤,٨	٣٧	اقتحام
١٢	٣٠	اعتداءات مستوطنين وجمعيات استيطانية
٦,٨	١٧	قصف
٦	١٥	انتهاكات إسرائيلية أخرى
٤	١٠	اعتقال
٣,٦	٩	بناء وحد استيطانية (توسع استيطاني)
١٠٠	٢٥٠	المجموع

يتبين من الجدول السابق حجم الانتهاكات الاسرائيلية المُرتكبة بحق فلسطين (الأرض والإنسان) على شكل سلسلة مدروسة بإحكام، لإحكام الخناق على الشعب الفلسطيني، حتى لو وصل الأمر لإبادته، وممارسة مختلف أنواع القتل والتكيد، حيث حاز الانتهاك الإسرائيلي المتمثل بـ: (القتل والضحايا) على نسبة ٢٠% كأكثر عمل مارسته ولا زالت تتركبه دولة الاحتلال الإسرائيلي بقواتها بحق الفلسطينيين، تلاها (أعمال العنف والتحرير) والتي حازت على نسبة ١٧,٢%. بينما جاءت الانتهاكات المتمثلة ببناء الوحدات الاستيطانية والتوسع الاستيطاني كأقل شكل تداولاً في خطاب السفارات الفلسطينية بنسبة ٣,٦%.

جدول ٦: فئة استخدام الاستمالات في خطاب السفارات الفلسطينية

النسبة	التكرار	الاستمالات الإقناعية
4.4%	١١	استمالات عاطفية
٠	٠	استمالات عقلانية
٠	٠	استمالات التخويف
٩٥,٦%	٢٣٩	لا يوجد استمالات
١٠٠%	٢٥٠	المجموع

يتبين من خلال الجدول السابق أنّ الاستمالات الإقناعية التي تستخدمها السفارات الفلسطينية على مواقع التواصل الاجتماعي تتركز في الاستمالات العاطفية، ولكن تُلاحظ الباحثة أنه استخدام وحيد وضئيل إذ تشكل ما نسبته ٤,٤%، إذ أنّ السفارات لا تحاول اعتماد الاستمالات الإقناعية في تواصلها مع الجمهور الرقمي. من الجيد أن تتوّع السفارات الفلسطينية باستخدام الاستمالات الإقناعية والعاطفية والتخويف في خطابها مع الجمهور، وتراعي أنها تُخاطب مجتمعاً مختلفاً تسعى لإقناعه، واستقطابه والتأثير به.

جدول ٧: فئة المصطلحات الأكثر تكراراً في خطاب السفارات الفلسطينية

النسبة	التكرار	فئة المصطلحات المكررة
١٣,٦	٣٤	
٨	٢٠	الأسرى
١٤,٨	٣٧	القدس
٣,٦	٩	الاستيطان (التوسع الاستيطاني)
٦	١٥	الجرائم الاسرائيلية/ جرائم الكيان الصهيوني
١١,٦	٢٩	غزة
٦,٤	١٦	يوم الأرض
٢,٤	٦	العلم/ العلم الفلسطيني
٥,٦	١٤	حي الشيخ جراح
٢٨	٧٠	أخرى
١٠٠	٢٥٠	المجموع

يُلاحظ من خلال الجدول السابق أنّ "القدس" هي أكثر المصطلحات تكراراً لدى منشورات السفارات الفلسطينية على موقع التواصل الاجتماعي بنسبة ١٤,٨%. تلاها مصطلح "الشهداء" بنسبة ١٣,٦% ثم غزة بنسبة ١١,٦%. وقد جاء مصطلح "العلم/ العلم الفلسطيني" في المرتبة الأخيرة بنسبة بلغت ٢,٤%.

من هنا تظهر الأهمية الكبيرة للصفحات الرسمية الفلسطينية على مواقع التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بتدويل القضايا الفلسطينية مثل القدس والصراع على المدينة المقدسة، وقضية الأسرى والتعريف بانتهاكات الاحتلال التي تتجاوز الاتفاقيات والمواثيق الدولية في معاملة الأسرى داخل سجونهم، بالإضافة إلى رصد الرواية الاسرائيلية التي تسيء للأسرى ومتابعتها، مع ضرورة العمل على تدعيم الخطاب الاعلامي الرسمي للسفارات الفلسطينية على السوشال ميديا بالمواثيق الدولية واتفاقيات جنيف وتدعيم تغطية أخبار الأسرى والاستيطان وغيرها من القضايا بالأرقام والاحصائيات.

جدول ٨: فئة الدبلوماسية الرقمية في خطاب السفارات الفلسطينية

النسبة المئوية ١٠٠%	التكرار	فئة الدبلوماسية الرقمية
٥,٦	١٤	تبادل الزيارات الخارجية لزعماء وسفراء الدول
٨	٢٠	التبادل في مجال الطلاب والعلماء والأكاديميين والفنانين والمتقنين والمهنيين
٦,٢	١٦	بناء وتشغيل المراكز الثقافية
٨٠	٢٠٠	تأسيس روابط صداقة وعلاقات تجارية مع تلك البلدان
١٠٠	٢٥٠	المجموع

يتبين من خلال الجدول السابق تركيز السفارات الفلسطينية على القيام بدورها الرئيسي في البلدان العربية وهو بناء روابط الصداقة وتأسيسها، حيث حصلت على نسبة ٨٠%، وكشكل من أشكال الدبلوماسية الرقمية، تحرص السفارات على فكرة التبادل في مجال الطلاب والعلماء والأكاديميين والفنانين والمتقنين والمهنيين، حيث شكلت هذه الفقرة ما نسبته ٨% . وقد جاء تبادل الزيارات الخارجية لزعماء وسفراء الدول بالمرتبة الأخيرة، إذ شكلت نسبة ٥,٦% . كما تعمل السفارات على تعزيز تواجدها من خلال الدبلوماسية الرقمية وتوثيق ونقل الجهد الدبلوماسي المتنوع في مختلف المجالات وايضاً إقامة الفعاليات الرقمية المختلفة واهياء المناسبات الوطنية وتخليد ذكرى الشهداء من خلال نشاط رقمي عبر وسائل التواصل الاجتماعي. كما تحرص السفارات الفلسطينية على أشكال مختلفة من الاتصالات الدولية في مجال البروتوكول الدبلوماسي، والتي تحاول إبرازه رقمياً، لما لها أبعاد سياسية واجتماعية على الدولتين، وعلى الجالية الفلسطينية، وكسر حالات الجمود التي قد تكون سائدة بين الدولتين.

٣,٢ الدبلوماسية الرقمية الفلسطينية في الوطن العربي

• أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في الدبلوماسية الرقمية الفلسطينية

سهلت منصات التواصل المختلفة عمل السفارات الفلسطينية: السياسي والثقافي والقنصلي، من خلال سرعة وصول المعلومة المهمة أو الآلية الصحيحة التي تخدم المواطن الفلسطيني في مختلف المجالات كالثقافة والتعليم والصحة والشؤون القنصلية والمعايير الحدودية **الناجي** (٢٠٢١)، حيث خدمت المنصات الاجتماعية ولا زالت تخدم بشكل اساسي العلاقات الدبلوماسية مع الدولة المضيفة، وتحقق اهدافها المرتبطة بالدبلوماسية الرقمية من خلال تسليط الضوء على طبيعة العلاقات التاريخية على مستوى الدولة وتعزيز العلاقات الثنائية بين الشعبين.

يؤكد **القيشاوي** (٢٠٢١) أنّ مواقع التواصل الاجتماعي في ظل هذا التطور التكنولوجي الموجود أصبحت شيئاً مهم لا يمكن الاستغناء عنه مطلقاً لأنه وسيلة التواصل بين السفارة وبين الجمهور ويمكن إيصال المعلومة لأكبر شريحة ممكنة من الجالية الفلسطينية من خلال مواقع التواصل، ولا يتم الاكتفاء بالفيس بوك بل أيضاً يتم التواصل عبر الواتساب وتويتر بشكل كبير لأن هذه البرامج تقوم بإيصال المعلومة بشكل أسرع ولشريحة أكبر، خاصةً وأنها سهّلت أداء السفارة وحققَت الأهداف التي تسعى إليها.

يعتبر العمل الدبلوماسي الرقمي ناقل مهم وحيوي للرسالة السياسية الفلسطينية، وهناك حرص على التحديث المستمر للأخبار على المنصات الإلكترونية للسفارات (عمائري، ٢٠٢١) (أبو شمعة، ٢٠٢١). تكمن الاستفادة عبر استغلال حجم التفاعل الكبير والانتقال السريع للمعلومة عبر مواقع التواصل الاجتماعي. حيث تسعى الدبلوماسية الرقمية الفلسطينية الى فضح جرائم الاحتلال اليومية ضد أبناء شعبنا الفلسطيني ودحض رواية الاحتلال القائمة على الغش والخداع والكذب (الرفاعي، ٢٠٢١).

تشكل وسائل التواصل الاجتماعي وتحديدًا موقع فيسبوك نافذة اتصال سريعة مع ثلاث أطراف رئيسية، الطرف الأول هو الجالية والطلبة الفلسطينيين، والثاني الجهات الرسمية، والثالث هو عموم المهتمين بالعلاقات الثنائية الفلسطينية مع الدولة الأخرى والأنشطة والمستجدات والمواقف المتعلقة بها، وما يندرج تحت ذلك من تواصل مع المناصرين للقضية الفلسطينية، هذا ما أكد عليه أبو شمعة (٢٠٢١)، وتختلف أدوار الموقع الاجتماعي الرقمي وفقا لطبيعة العلاقة مع كل طرف، فبالنسبة للطلبة والجالية تسهل وتسرع صفحة السفارة على فيسبوك مثلا تعميم المنشورات والإعلانات الخاصة بالإجراءات الإدارية والقنصلية، أو التعليمات الخاصة المتعلقة بحالات الطوارئ مثل نقشي وباء كورونا، إلى جانب الاعلان عن الأنشطة والفعاليات الوطنية أو التعريف بها، فيما تلعب الصفحة دورا آخر يتمثل بنشر المواقف الرسمية الفلسطينية المختلفة أمام الجهات الرسمية أو وسائل الاعلام التي تعتمد السفارة كمصدر رسمي ويشمل ذلك أيضا تقديم التهاني أو الكلمات المرتبطة بالمناسبات الوطنية أو الأحداث المغربية في إطار ما تحتمه العلاقات الدبلوماسية.

الحشد والمناصرة للقضية الفلسطينية

تسعى الدبلوماسية الرقمية الفلسطينية إلى تعزيز الحشد والمناصرة للقضية الفلسطينية، من خلال وسائل مبتكرة لا يصلح الرسالة السياسية الفلسطينية، سواء عبر انتاج ونشر مقاطع مصورة ذات دلالات سياسية تعكس الواقع الذي يعيشه الشعب الفلسطيني جراء الاحتلال، وترويج تلك المقاطع عبر وسائل التواصل الاجتماعي. ويشير القيشاوي (٢٠٢١) إلى أنّ عمل المناصرة والحشد للقضية الفلسطينية، يتم من خلال الدبلوماسية الرقمية؛ ولكن طبيعة المناصرة والحشد تعتمد على البلد الذي تتواجد فيه؛ لأنّ كل بلد لها خصوصيتها، على سبيل المثال في أوروبا سهل جداً أن يتم الحشد والمناصرة لكن بعض الدول العربية لا يمكن ان يتم استخدام هذه الوسائل لعمل مناصرة أو حشد.

تتواصل سفارة فلسطين في مصر مع مجموعة من المؤثرين (Influencer) على مستوى الوطن العربي وتحاول إشراكهم وتزويدهم بمواد تكشف الممارسات الإسرائيلية العنصرية واطهار التضامن ومناصرة القضية الفلسطينية، فعلى مستوى الوطن العربي شاركت مجموعة من المؤثرين فنانين رياضيين أدياء اكايمييين لبث مباشر ومقاطع مصورة وبتغريدات لمختلف الأحداث الفلسطينية على صفحاتهم الشخصية (في الفيسبوك وتويتر وإنستغرام وغيرها) (الناجي، ٢٠٢١).

كما تستثمر سفارة فلسطين في تونس جميع الأحداث لعمل مناصرة، فتحاول العمل على جوهر الأحداث والمبادئ والقضايا المشتركة التي لا خلاف عليها مثل: حق المياه وحق

العيش بكرامة وحق التعليم، خاصةً في ظل تغييب الحقائق عن الرأي العام العالمي التي يسعى دائماً العلام الغربي عامة واعلام الاحتلال خاصة الي تغييبها واستبدالها بجملة من الروايات الكاذبة المجانبة للحقيقة (الرفاعي، ٢٠٢١).

تركز سفارة فلسطين في الجزائر على الكثير من العناوين الثابتة مثل (الجدار، الحدود، اللاجئين، الحكاية الفلسطينية (التغريبية الفلسطينية)، ايضاً هناك معارك تستجد مثل حصار القدس وحصار قطاع غزة وهدم البيوت، وتخريب وتجفيف الأراضي الزراعية وقطع الاشجار ومحاصرة قرى ومدن ومخيمات وقتل الفلسطينيين بدم بارد ومنع وصول اللوازم الطبية والمياه الصالحة لشرب، فلسطين تحت الاحتلال ويجب تطبيق القرارات الشرعية الدولية ذات علاقة خصوصاً اتفاقيات جنيف، انطلاقاً من استمرارية القضايا الثابتة والمستجدة، من خلال هذا يتم التواصل مع المركز ويقوم المركز بتزويدنا بالصورة والخبر والتحليل والتوجيه السياسي فنحصل على وسائل من اجل الدفاع عن القضايا التي تهم المواطن والقضية الفلسطينية (عميري، ٢٠٢١).

أما وزارة الخارجية الفلسطينية فإنها تقوم بإرسال تعميمات وتوجيهات تتماشى مع التوجهات الوطنية مثل التركيز على المعاناة والأسرى والأحداث والاعتداءات المستمرة والاعتداء على الأماكن الإسلامية، وأيضاً اعتداءات المستوطنين على المدارس يكون لها توجيهات من السفارة وبناء عليه تتحرك الوزارة من خلال المؤتمرات، وتستغل كل هذه الأحداث من خلال مواقع التواصل الرقمي، التي كان لها دور كبير ومؤثر وتجارب وتعاطف من المجتمعات الإنسانية العالمية مع القضية الفلسطينية ونقلت الصورة الحقيقية للعالم، لكن هذه المنصات كشفت الصورة الحقيقية التي يعيشها الفلسطينيون للشعوب الأخرى، فالمميز في هذه المواقع هو سرعة انتشارها خلال ثوانٍ بدون حواجز الأمر الذي كان مفقوداً في السابق، يُشار إلى أنّ السفارات أصبحت لديها مواد جاهزة لنشرها وتوجيه الضوء عليها عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

تعددت واختلقت جهات نظر السفارات الفلسطينية حول دور الدبلوماسية الرقمية في دعم الدبلوماسية الرسمية لدولة فلسطين، حيث ترى سفارة فلسطين في مصر والمغرب أن دور الدبلوماسية الرقمية هو دور عضوي وحيوي في العمل الدبلوماسي وليس دور مساند أو مكمل، وضعفها هو امتداد لضعف عام في الأداء الدبلوماسي والعكس صحيح (الناجي، أبو شمعة، ٢٠٢١). أما سفارة فلسطين في تونس والسعودية فتري أن الدبلوماسية الرقمية ليست بديلاً عن الدبلوماسية الرسمية، بل هي مكملة ويفترض أن تعمل الدبلوماسية الرقمية الفلسطينية بشكل موازي ومتناسق مع الدبلوماسية الرسمية الفلسطينية (الرفاعي، القيشاوي، ٢٠٢١).

● استراتيجية سفارات فلسطين في استخدام منصات التواصل الاجتماعي في الدبلوماسية الرقمية

تنفرد كل سفارة من السفارات الفلسطينية في الدول العربية، بخصوصية تجعلها تُفضّل استراتيجيات وتقنيات معينة خلال أدائها وخطابها على مواقع التواصل الاجتماعي. وتُراعي السفارات الفلسطينية التنوع في المحتوى المُقدم من خلال التنوع في التقنيات المستخدمة مثل: تقنيات بصرية، ومرئية ومكتوبة، كما يُلاحظ استراتيجيات متعددة في أدائها عبر

مواقع التواصل الاجتماعي، سواء أكانت تتبعها بشكل علني، أو بشكل ضمني وعفوي، ك استراتيجيات تحديد الهدف، واستراتيجية الرسالة المؤثرة، واستراتيجية الجمهور المستهدف، البث المباشر على وسائل التواصل الاجتماعي للأحداث الساخنة من القدس.

أيضا تم إشراك مجموعة كبيرة من المؤثرين (Influencer) على مستوى الوطن العربي وهم قائمة كبيرة من الفنانين والمتقنين والرياضيين المصريين في الحملة القائمة لفضح الممارسات الإسرائيلية والتضامن مع الشعب الفلسطيني والموقف الرسمي والقضية الفلسطينية، وشاركوا متابعتهم من خلال البث المباشر لهذه الأحداث على صفحاتهم الشخصية (في الفيسبوك وتويتر وإنستغرام والتيك توك وغيرها) أو إنتاج مواد رسمية مثل أغنيات للتضامن أو مقطع مصور وارسالها للسفارة لنبدا حملة توزيع ضخمة على المستوى الإعلامي الرسمي والرقمي. وأثارت هذه الحملة تعاطفاً واسعاً مع القضية الفلسطينية وفضحت الممارسات العنصرية للاحتلال وذلك حسب ما أشار له غُثَام (٢٠٢١)، إذ تعتمد السفارات الفلسطينية إلى عقد مؤتمرات صحفية وإبراز قضايا إنسانية من خلالها مثل الشيخ جراح والقضايا التي تتعلق بالاعتداءات على غزة (إبراز الجانب الانساني) التي حطمها الاحتلال وأوصلها إلى هذا الدمار، كما تنشر السفارات فيديوهات وصور مؤثرة وتسلط الضوء عليها من خلال استغلال الجانب الاعلامي لوضع مؤسسات المجتمع المدني في هذا السياق.

استطاعت وسائل التواصل الاجتماعي إيصال صوت الشعب الفلسطيني من خلال تناول قضاياها والأحداث الحالية ونقلها عبر المحتوى الرقمي إلى الملايين حول العالم، مثل قضية الشيخ جراح والعدوان الاسرائيلي على قطاع غزة حيث تمكنت الهاشتاغات التي تم استعمالها من الوصول الى كافة المجتمعات الغربية، وحشد راي عام داعم للحق الفلسطيني، حيث شكّل استخدام وسائل التواصل في العدوان الأخير صدمة ومفاجأة للاحتلال الذي كان يستفيد من كافة معاركه من خلال اسكات الاعلام المضاد وتغييب الحقائق والاعتماد على رواية كاذبة قائمة على تزييف الواقع (الرفاعي، ٢٠٢١).

وهناك تركيز واضح من قبل السفارات على العناية بأمور اللاجئين الفلسطينيين في ظل الأحداث المفصلية والدامية الحاصلة في الأرض الفلسطينية (عميري، ٢٠٢١).

كان لمواقع التواصل الاجتماعي دور أساسي في تكوين رأي عام داخل الدول التي تتواجد فيها السفارات، وهذا ما حصل في الحرب الأخيرة على غزة لأن التعاطف كان ملفت بشكل كبير نتيجة استغلال هذه المنصات بشكل جيّد. كذلك لم يكن هناك وسيلة أفضل من مواقع التواصل الاجتماعي من مناصرة القضية الفلسطينية، في السابق كان من الصعب على السفارات الفلسطينية على سبيل المثال أو أي سفارة أخرى أن تأخذ لنفسها مكاناً أو موقعاً في وسائل الإعلام التقليدية فعلى سبيل المثال لا يمكن إخبار BBC أو التلفزيون الفرنسي أن يخصص للفلسطينيين خمس دقائق لمخاطبة المجتمع الفرنسي الا إذا كان هناك حدث كبير، فمواقع التواصل الاجتماعي كسرت كل هذه الحواجز وفتحت المجال واسعاً أمام السفارة لكي تتواصل مع الجمهور لكن هذا يتم بشروط وأهمها هو أن يكون لدي القدرة على جذب

الجمهور إلى الصفحة أو الوصول إلى الجمهور من خلال صفحات معينة وهذا يترتب عليه أشياء كثيرة منها على سبيل المثال فهم ثقافة الجمهور واتقان اللغة.

• التحديات التي تواجه السفارات الفلسطينية في الوطن العربي في تطبيق دبلوماسيتها الرقمية

١. محاربة المحتوى الفلسطيني من إدارات مواقع التواصل الاجتماعي، مثال على ذلك: ما أثارته حملة قضية الشيخ جراح والحرب على غزة من تعاطفٍ واسع مع القضية الفلسطينية، وفضحت الممارسات العنصرية للاحتلال، وهو ما أثار حنق المؤسسة الإسرائيلية و تجسد ذلك باجتماع وزير الدفاع الإسرائيلي بني غانتس مع إدارتي فيسبوك وتيك توك، حاثاً إياهما على محاربة المحتوى الفلسطيني، عقب هذا الاجتماع رُصد عدد من الانتهاكات بحق المحتوى الرقمي الفلسطيني، خضوع منصات التواصل للطلبات الإسرائيلية ليس جديداً، فتم توثيق استمرار شركات، مثل "فيسبوك"، و"واتساب"، و"تويتر"، في الخضوع لوحدة الأمن الإسرائيلية، من خلال الاستمرار في فرض الرقابة على المحتوى الفلسطيني الرقمي (الناجي، ٢٠٢١) (أبو شمعة، ٢٠٢١)، فقد استجاب فيسبوك لـ ٨١% من الطلبات المقدمة من وحدة السايبر الإسرائيلية كما أوقف تويتر عدداً من الحسابات بناءً على معلومات من وزارة الشؤون الاستراتيجية الإسرائيلية، بينما استمر تيك توك ويوتيوب في السماح للعديد من مقاطع الفيديو التي تحتفي بعنف الجيش الإسرائيلي بالظهور عليها.

٢. تضارب الروايات الفلسطينية بين ما هو رسمي وغير رسمي، وهنا يشكل الانقسام السياسي بين الأحزاب الفلسطينية نقطة ضعف كبيرة.

٣. غياب دائرة مركزية فاعلة لإدارة الدبلوماسية الرقمية وعدم وجود خطة وبرنامج شامل يعمم على السفارات ويحدد طبيعة المحتوى المنشور، (أبو شمعة، ٢٠٢١) (غنام، ٢٠٢١)، وهو ما أكد عليه المستشار في وزارة الخارجية ومسؤول وحدة البلماسية العامة والرقمية، فهناك تحديات لكوادر رقمية. وكذلك محدودية اللغة والاكتفاء بالعمل باللغة العربية والتواصل بها خاصة من قبل المؤسسات (جادو، ٢٠٢١). أيضاً عدم وجود وحدة إنتاج إعلامي رقمي موجهة ورسمية لإنتاج مواد تلائم ذائقة الأجيال الرقمية وثقافات الشعوب الأخرى بما يصب في صالح القضية الفلسطينية، والاستناد في ذلك على ابداعات الطاقات الفلسطينية ومناصري القضية للحصول على مواد رقمية للنشر من انتاجهم، وهو ما يجعل المحتوى ارتجالياً ومحدوداً وغير متواصل.

٤. الخلاصات ومناقشة النتائج

سعت هذه الدراسة إلى تحليل استخدام السفارات الفلسطينية في الوطن العربي ووسائل التواصل الاجتماعي (فيسبوك) في دبلوماسيتها الرقمية، وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج والخلاصات التي سيتم اجمالها ومناقشتها هنا.

تمثلت أولويات وسائل الإعلام التي تضمنتها صفحات السفارات بتناول القضايا التي كانت تهم الجمهور بشكل أكبر تبعاً للظرف الحاصل، مثل أحداث حي الشيخ جراح والحرب

الأخيرة على غزة، إضافة إلى موضوعات الجدار، الحدود، اللاجئين، والحكاية الفلسطينية (التغريب الفلسطينية). كما تمثلت الأولويات بتناول الانتهاكات الاسرائيلية المختلفة وهدم البيوت، وتخريب الأراضي الزراعية وتجفيفها، وقطع الأشجار ومحاصرة قرى ومدن ومخيمات وقتل الفلسطينيين بدم بارد ومنع وصول اللوازم الطبية والمياه الصالحة لشرب. من جهة أخرى كانت المواضيع الاجتماعية هي الأكثر تركيزاً واستخداماً في خطاب السفارات، حيث إنّ تركيز السفارات على الموضوعات الاجتماعية في منشوراتها لهو تطبيق فعلي لفكرة الذكاء الاجتماعي، القادر على تعميق التواجد بين ملايين من المتابعين، بل واستقطاب الكثيرين، وحجز مكانة متينة في العالم الرقمي. حيث تساهم السفارات عبر منصات التواصل الاجتماعي في عملية إشباع حاجات الجمهور السياسية والثقافية والاجتماعية، خاصة وأنّ المواضيع الثقافية قد احتلت نسبة 16%، إذ أنّ انغلاق بعض الأنظمة العربية بالعموم، جعل من هذه المنصات منبراً يتم من خلاله إشباع هذا النوع من الحاجات، في ظل تراجع التفاعل مع وسائل الإعلام التقليدية وهذا ما يجيب على السؤال البحثي الأول.

قامت السفارات الفلسطينية بتأطير رسائلها الإعلامية حول القضايا المختلفة من خلال تصنيفها بشكلٍ رئيسي إلى إطارات وطنية وإنسانية وقانونية واقتصادية واستراتيجية وغيرها، لكن الإطار الإنساني جاء من أكثر الإطارات تداولاً في خطاب السفارات الفلسطينية في الوطن العربي بنسبة 39,2%، وهو أمر طبيعي في ظل الأحداث الإنسانية والميدانية في الأراضي الفلسطينية، بينما جاء الإطار القانوني الأقل تداولاً في الخطاب لدى مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 1,6%، وهذا قد يعتبر منافياً للظرف السياسي والقانوني الفلسطيني حيث أنه من المهم توظيف الإطار القانوني في سياق الرواية والخطاب الفلسطيني لتوضيح الحق القانوني الفلسطيني في الأرض، ولإبراز الانتهاكات الإسرائيلية غير القانونية ضد الفلسطينيين. وهذا ما يجيب على السؤال البحثي الثاني حول الأطر الإعلامية لمحتوى صفحات السفارات الفلسطينية.

تنوعت مضامين وشكل المحتوى الفلسطيني الذي تنشره صفحات السفارات الفلسطينية على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاءت فئة شكل المضمون (النص مع صورة) من الأكثر استخداماً ضمن فئة الوسائط المتعددة لدى خطاب السفارات الفلسطينية في مواقع التواصل الاجتماعي، إذ حصلت على نسبة 58%، بينما جاء استخدام الفيديو بالمرتبة الأخيرة، بنسبة 8%. كما حصلت فئة أنشطة الدبلوماسية الرقمية (تأسيس روابط صداقة وعلاقات تجارية مع تلك البلدان) على أعلى نسبة 80٪ وهي تشير إلى أن السفارة نشطة في تعزيز أنشطة الدبلوماسية الرقمية، كما حازت مصطلحات الشهداء والقدس وغزة على المصطلحات الأكثر تكراراً، وكان أسلوب الخطاب في غالبه إخبارياً.

من جهة أخرى، أظهرت الدراسة أنّ السفارات الفلسطينية استخدمت نظرية تحديد الأجندة كأداة وأتاحت إمكانية استعراض المواضيع والقضايا التي تم تناولها في الخطاب، مثل القضايا السياسية والاجتماعية والثقافية والأكاديمية والحقوقية والعسكرية المتعلقة بالجمهور. واتخذت السفارات الفلسطينية من وسائل الإعلام متغير لها، حيث أنّ ما قامت بعرضه على

صفحاتها تأثر بأولويات وسائل الإعلام، مثل بروز قضية الشيخ جراح، والعدوان الاسرائيلي على غزة وتغطيته، خاصةً وأنها قضايا يتم طرحها بسبب ارتباطها بالجمهور وحاجته المعرفية والمصيرية.

كما تمكنت الدراسة من الاستفادة من نظرية التأطير عبر إدراك وفهم الآلية والنهج الكامن في خطاب السفارات من أجل توجيه الجمهور، والعمل على تعبئة الرأي العام ومساعدتهم على الوعي بالأحداث وتحليلها، وتوصلت الدراسة إلى أن السفارات وظفت عدة أطر بهدف مساعدة الجمهور على إدراك المعاني، فمثلاً من خلال إطار المسؤولية، قامت بتوضيح المسؤولية فيما يحدث في فلسطين على المؤسسات الحقوقية والإنسانية القيام بدورها في الدفاع وحماية المواطنين من الانتهاكات التي يتعرضون لها. كما أظهرت الدراسة أن السفارات ركزت في خطابها على إظهار وإبراز القضايا عبر الاعتماد على تقنية الاختيار، من خلال انتقاء بعض الأحداث والتركيز عليها، مثل (العدوان الاسرائيلي على غزة، وقضية حي الشيخ جراح). كذلك ركزت السفارات في خطابها على المواضيع الاجتماعية أولاً ثم السياسية والثقافية. فإنّ الأطر هنا أضفت خصوصية وأهمية على خطاب السفارات على مواقع التواصل الاجتماعي، واجتذاب الجمهور والتأثير في إدراكه ومعتقداته.

من خلال التحليل والنتائج توصي الدراسة بمعدة توصيات، كإجراءات دراسة معمقة لخطاب السفارات الفلسطينية في القارة الأوروبية، حيث لاحظت الباحثة من خلال بحثها على مواقع التواصل الاجتماعي، أنّ وجود السفارات الفلسطينية في أوروبا يعد ضعيفاً جداً مقارنة مع السفارات الفلسطينية في الوطن العربي. أيضاً من المهم إجراء دراسات حول خطاب السفارات الفلسطينية باستخدام نظريتي الخطاب، والدبلوماسية الإعلامية، وكذلك إجراء دراسة مقارنة بين صفحات السفارات الفلسطينية على منصة فيس بوك والمنصات الأخرى وباللغات المختلفة.

من جهة أخرى، توصي الدراسة السفارات الفلسطينية بتعزيز المحتوى الذي تقدمه صفحات السفارات الفلسطينية على مواقع التواصل الاجتماعي بحيث تكون المضامين تأثيرية أكثر منها إخبارية، استخدام الأساليب الحوارية والمنطق المدعم بالحقائق والمعلومات، تعزيز التواجد الفلسطيني الرقمي بلغات الدول المضيفة، تطوير أدوات الفلسطيني واسلوبه وامكانياته، في ظل الحصار الموجود على الفلسطينيين، وضرورة التسلح بثورة المعلومات التي لها إمكانيات جبارة عن طريق استثمار مواقع التواصل الاجتماعي، قياس المدى والمكان الذي وصلت إليه الدول المتقدمة في هذا المجال وان نعمل على النهوض بواقع الدبلوماسية الرقمية من خلال تعزيز التواجد الفلسطيني الرقمي بلغات الدول المضيفة. ضرورة توحيد الخطاب الفلسطيني، ووضع حد للانقسام على الأقل في الخطاب السياسي والرواية الفلسطينية، لما له من تأثير عكسي على العلاقات الدولية والصورة الفلسطينية أمام المجتمع الدولي، ويجب على كل الاطراف أن تقدم تنازلات لنصل إلى قاسم مشترك والسفارات لا تستطيع القيام بعمل فعال ومؤثر بدون أن يكون هناك توحيد، لذلك هذه الخطوات أساسية.

أما على المستوى الرسمي (وزارة الخارجية والإعلام) فيجب وضع خطة وطنية شاملة على مستوى وزارة الخارجية والأمن والإعلام الرسمي الفلسطيني، ينتج عنها دائرة مركزية لإدارة الدبلوماسية الرقمية وإنتاج محتوى رقمي يترجم الخطاب الدبلوماسي والوطني ويحقق أهدافه، بما يشمل ذلك من إعداد كادر متخصص ومدرب ومهيء لتولي هذه المهمة على مستوى المركز في الوطن وصولاً إلى تكليف مبتعثين مهنيين للتعاطي مع الإعلام والدبلوماسية الرقمية في السفارات، مع الأخذ بعين الاعتبار خصوصية كل بلد مضيف وطبيعة العلاقة معه وكيفية التعامل مع الحيز الممنوح لتقديم المحتوى الرقمي المطلوب بالشكل والمضمون الأنسب. وكذلك ضرورة تخصيص الميزانيات اللازمة لتطوير هذا القطاع من خلال إنتاج محتوى رقمي فلسطيني قادر على تنفيذ الرواية الإسرائيلية، وفضح ممارسات التديليس الرقمي الممارس من قبل الاحتلال ومن يؤثر عليهم.

المراجع:

- أبو الحمام، عزام. (٢٠٢٠). مراجعة نقدية لنظرية ترتيب الأجنحة في سياق البيئة الرقمية للاتصال والإعلام، مركز الجزيرة للدراسات، الدوحة، قطر.
- أبو عمرو، هديل. (٢٠١٩). نحو سياسات فاعلة لتوظيف الدبلوماسية الرقمية في وزارة الخارجية الفلسطينية، برنامج التفكير الاستراتيجي وإعداد السياسات، الدورة الخامسة، المركز الفلسطيني لأبحاث السياسات والدراسات الاستراتيجية- مسارات، رام الله، فلسطين
- ادريس، ربي. (٢٠٢٠). اثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على التحصيل الأكاديمي للطلاب في قرية صور باهر من وجهة نظر طالبات نبات ابو بكر الصديق، البحث العلمي في العلوم الإجتماعية ضمن برنامج التطوير الشامل، القدس.
- بن معز، مسعود. (٢٠١٥). شبكات التواصل الاجتماعي في بيئة إعلامية متغيرة- دروس من العالم العربي، معهد الصحافة وعلوم الأخبار، تونس.
- بو شعبة، زيد. (٢٠١٣). دور قناة الجزيرة في التأثير على الدبلوماسية الفلسطينية بعد العدوان الاسرائيلي على غزة ٢٠٠٨ -تغطية تداعيات طلب تأجيل مناقشة تقرير غولستون في مجلس الأمن (نموذجاً للدراسة)، جامعة بير زيت، فلسطين.
- الحارثي، طلال. (٢٠٢٠). الدبلوماسية من التقليدية إلى الرقمية / التواصل الدبلوماسي في دولة الإمارات العربية المتحدة أمام تحدي ثورة المعلومات، المجلة العربية للنشر العلمي، العدد الخامس عشر الحماصنة، آلاء. (٢٠٢٠). الدبلوماسية الرقمية وتأثيرها على السياسة الخارجية " العلاقات الأمريكية الايرانية نموذجاً"، الأكاديمية السورية الدولية للتدريب والتطوير، سوريا
- الحمود، عبد الله. (٢٠١٦). أطر المعالجة العالمية للمشروعات الاقتصادية الكبرى في الدول العربية- دراسات حالة لمشروعات "الهيئة الملكية للجبيل وينبع" بالسعودية . "قناة السويس الجديدة " بمصر "إقلاع شهلا، زينة. (٢٠١٩). دور مواقع التواصل الاجتماعي في الدبلوماسية العامة- صفحة قناة العربية لشبكة تلفزيون الصين الدولية على موقع فيس بوك نموذجاً، الأكاديمية السورية الدولية للتدريب والتطوير، دمشق، سوريا.
- العامودي، معاذ. (٢٠١٨). الدبلوماسية الرقمية الرسمية وتأثيرها في السياسة الخارجية - دراسة مقارنة بين فلسطين والاحتلال الاسرائيلي، مجلة رؤية تركية، العدد ٤، تركيا
- عباس، أشواق. (٢٠٢٠). العلاقات العامة الدولية، الجماعة الافتراضية السورية، دمشق، سوريا
- عبد العال، وائل. (٢٠١٦). الدبلوماسية الرقمية ومكانتها في السياسة الخارجية الفلسطينية، سلسلة ابحاث وسياسات الاعلان، مركز تطوير الإعلام، جامعة بيرزيت، فلسطين.
- عبد، اسلام. (٢٠٢٠). تأثير استخدام الدبلوماسية الرقمية على قضية الاسرى من وجهة نظر النخب الاعلامية [رسالة ماجستير]. جامعة الاقصى.
- عبد العزيز، أشرف. ٢٠١١، الاتصال الدولي، تاريخ الزيارة ٢٠٢١/١٠/٣١ <https://www.alnogbaa.com>
- الغول، أحمد. (٢٠١٦). نظرية ترتيب الأولويات (وضع الأجنحة) بين النشأة والتطور، مجلة كلية الآداب، العدد الثاني والعشرون، الجزء الأول، جامعة الزاوية، ليبيا
- فتيحة، ليثيم. (٢٠١٨). الدبلوماسية الإلكترونية بين الفاعلية ومحدودية التأثير، مجلة مركز الدراسات الاستراتيجية، العدد ١٥٨، لبنان
- محمود، محمد. (٢٠٢٠). الدبلوماسية في العصر الرقمي والتطور النوعي في الدبلوماسية التقليدية، مركز البيان للدراسات والتخطيط، بغداد، العراق
- مهدي، لبنى. (٢٠٢٠). نشأة وتطور نظرية وضع الأجنحة واستراتيجياتها، الناشر نفسه، بيروت.
- ميرزة، هاجر. (٢٠١٨). الاستراتيجية الاتصالية للدبلوماسية العامة الرقمية الأمريكية بالجزائر عبر شبكات التواصل الاجتماعي- دراسة تحليلية، مجلة أبعاد- مختبر الأبعاد القمية للتحويلات الفكرية والسياسية بالجزائر، جامعة وهران، العدد ٧، الجزائر
- نصر الله، عمر. (٢٠١٠). مبادئ الاتصال التربوي والإنساني. دار وائل للنشر والتوزيع.

الناجي، ناجي. تاريخ إجراء المقابلة: ٢٠٢١/١٢/٢٥

عمايري، هيثم احمد. تاريخ إجراء المقابلة: ٢٠٢١/١٢/١٢

Adesina, Olubukola. 2017, Foreign policy in an era of digital diplomacy, Adesina, Cogent Social Sciences

Arowolo, S. (2017). *understanding framing theory*. [https://www.researchgate.net/publication/317841096 UNDERSTANDING FRAMING THEORY](https://www.researchgate.net/publication/317841096_UNDERSTANDING_FRAMING_THEORY)

Creswell, J. (2019). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (3rd ed.). SAGE Publications, Inc.

Manor, Ilan. 2016, What is Digital Diplomacy, and how is it Practiced around the World? A brief introduction, University of Oxford

Rashica, V. (2018). The Benefits and Risks of Digital Diplomacy. *SEEU Review*, 13, 75-89.