



**Employing the media for international public relations in the Iraqi Ministry of
Foreign Affairs - an analytical study on Facebook**

Assist. Prof. Dr. Sabah Anwar Mohammed

Al.Iraqia University - College of Media

Abstract:

This study aims at how to employ digital media for international public relations in the Iraqi Ministry of Foreign Affairs as a diplomatic body affiliated with the Iraqi state, through the Facebook website, to identify the contents, methods and strategies that were used by international public relations through digital media and to ensure the employment of the communication messages that it embodies through its contents on the page. . The researcher used the content analysis method, which is one of the most important tools used in media research, after listing the materials published on the Facebook page For the Iraqi Ministry of Foreign Affairs, its number was (160) published for the period from 1/6/2022 to 31/8/2022.

The study reached a number of conclusions, the most important of which is the strengthening of bilateral, regional and international relations

In the work of international public relations on the Iraqi Ministry of Foreign Affairs' Facebook page, which aims to enhance cultural, economic, social and educational diplomatic cooperation as an attempt to measure the effectiveness of employing digital media technologies in international public relations

Email:

sabah67anwar@gmail.com

ORCID: 0000-0000-0000-0000



10.37653/juah.2023.180789

Submitted: 15/04/2023

Accepted: 22/07/2023

Published: 15/09/2023

Keywords:

Employment
digital media
international public relations
the Iraqi Ministry of Foreign
Affairs

©Authors, 2023, College of Education for Humanities University of Anbar. This is an open-access article under the CC BY 4.0 license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



توظيف الإعلام الرقمي للعلاقات العامة الدولية في وزارة الخارجية العراقية-**دراسة تحليلية على موقع الفيسبوك****أ.م.د صباح انور محمد****الجامعة العراقية- كلية الإعلام****الملخص:**

تهدف هذه الدراسة الى كيفية توظيف الإعلام الرقمي للعلاقات العامة الدولية في وزارة الخارجية العراقية بوصفها هيئة دبلوماسية تابعة للدولة العراقية وذلك عبر موقع الفيسبوك للتعرف عن مضامين واساليب واستراتيجيات التي استخدمت من قبل العلاقات العامة الدولية عبر الإعلام الرقمي وضمان توظيف الرسائل الاتصالية التي تجسدها عبر مضامينها على الصفحة. استخدم الباحث اسلوب تحليل المضمون الذي يعد من أهم الادوات المستعملة في البحوث الإعلامية بعد حصر المواد المنشورة في صفحة الفيسبوك لوزارة الخارجية العراقية وكان عددها (١٦٠) منشوراً للمدة من ٢٠٢٢/٦/١ ولغاية ٢٠٢٢/٨/٣١ وتوصلت الدراسة لعدد من الاستنتاجات اهمها هي تعزيز العلاقات الثنائية الإقليمية والدولية في عمل العلاقات العامة الدولية في صفحة وزارة الخارجية العراقية عبر الفيسبوك الذي يصب في تعزيز التعاون الدبلوماسي الثقافي والاقتصادي والاجتماعي والتعليمي كمحاولة لقياس فاعلية توظيف تقنيات الإعلام الرقمي في العلاقات العامة الدولية.

الكلمات المفتاحية**توظيف، الإعلام الرقمي ، العلاقات العامة الدولية، وزارة الخارجية العراقية****المقدمة:**

في غضون العقود التي تلت الحرب العالمية الثانية وظهور العصر الجديد من تكنولوجيا الاتصال والمعلومات اتجهت اهتمامات الدول الى ادمج الوسائل الحديثة التي نتجت هذه الثورة الاتصالية في عمل العلاقات العامة الدولية من اجل تنفيذ سياستها الخارجية وتحقيق اهدافها ومع ظهور وسائل التواصل الاجتماعي الحديثة وزيادة اهميتها على مستوى العالم بعد ان لامست كل مجالات الحياة كأسرع وسيلة اتصال بين الافراد في حين كان العالم يعتمد في العقود الماضية على نقل الخبر عبر وسائل الإعلام فقط، وتعد وسائل الإعلام الرقمي من اهم التطبيقات التي انبثقت من نتاجات الفضاء الالكتروني اذ اتاحت هذه الوسائل الالكترونية تبادل الاخبار والمعلومات والصور والوثائق ومقاطع الفيديو والاخبار



الفورية ومواكبة الاحداث العالمية لمستخدميها في اي زمان ومكان منذ امتد تأثيرها الى خدمة القضايا الدولية.

وتتركز دراستنا حول توظيف الإعلام الرقمي للعلاقات العامة الدولية في وزارة الخارجية العراقية بعد ان اخذ مفهوم العلاقات العامة الدولية في التطور وتحولت مختلف المنظمات والمؤسسات الى ممارسة انشطتها الاتصالية الذي مهد الطريق امام نمو العلاقات العامة الدولية لتصبح احد الادوات الرئيسية للعديد من المنظمات والهيئات الدبلوماسية في مختلف انحاء العالم.

وقد تضمنت الدراسة على ثلاث مباحث الاول اختص (الاطار المنهجي للبحث) وقد تضمن مشكلة البحث وتساؤلاته وفرضيات البحث واهمية البحث وأهدافه كما تطرق الى مجالات البحث ومجتمع البحث ونوعه واجراءات البحث وادوات جمع البيانات واختبار الصدق والثبات ومصطلحات البحث كما استعرض هذا البحث اهم الدراسات السابقة التي لها علاقة بموضوع البحث وحددت مدى الاقتراب او بعدها من هذه الدراسات.

اما المبحث الثاني هو (الاطار النظري للبحث) فتناولنا مفهوم الإعلام الرقمي والعلاقات العامة الدولية.

اما المبحث الثالث فتناولنا (الدراسة التحليلية لموقع الفيسبوك في وزارة الخارجية العراقية) كما تطرقنا الى عرض وتفسير نتائج الدراسة التحليلية فضلا عن اختبار الفروض لنتائج البحث والاستنتاجات والتوصيات.

المبحث الاول: الاطار المنهجي للبحث

اولاً: مشكلة البحث:-

مشكلة البحث هي المحور الرئيسي الذي يدور حوله البحث وهي عبارة عن تساؤلات تدور في ذهن الباحث بعد احساسه او ملاحظته بوجود خلل او مشكلة ما او ضعف في جانب من جوانب المجتمع يستوجب على الباحث دراسته ومعرفة اسبابه وايجاد الحلول لها ويصيح الباحث مشكلة البحث بعد قراءات عديدة بصورة تقريرية تختصر ذلك القصور او الضعف الذي لاحظه الباحث. (المشهداني، ٢٠١٩: ٢٠٢ ص).

وتتمثل مشكلة البحث ان ثورة التكنولوجيا والمعلومات الحديثة اتاح على ظهور ما يسمى بالإعلام الرقمي وانتشاره السريع الواسع على المستويات جميعها واصبح من الوسائل المهمة التي تتبعها الدولة في تحقيق سياستها الخارجية لما يتميز به من تأثير واضح على



الرأيين المحلي والعالمي، اذا اصبح الإعلام الرقمي من الوسائل الإعلامية الجديدة الفعالة التي تتبعها الدول في سبيل تنفيذ سياستها الخارجية وحماية مصالحها في الخارج، وعلى ضوء ذلك تتمثل مشكلة البحث في التعرف على التساؤل الرئيسي للمشكلة وهو (ما مضامين توظيف الإعلام الرقمي للعلاقات العامة الدولية في موقع الصفحة الرسمية لوزارة الخارجية العراقية (فيسبوك) ؟

وتتفرع من المشكلة الرئيسية عدة تساؤلات فرعية علمية وهي :-

١. ما مضامين توظيف الإعلام الرقمي للعلاقات العامة الدولية في الصفحة الالكترونية لوزارة الخارجية العراقية عبر الفيسبوك؟
٢. ما اساليب الإعلام الرقمي للعلاقات العامة الدولية في صفحة وزارة الخارجية العراقية؟
٣. ما أنشطة العلاقات العامة الدولية التي تم توظيفها عبر الإعلام الرقمي في صفحة وزارة الخارجية العراقية ؟
٤. ما الاستراتيجيات الاتصالية للعلاقات العامة الدولية التي استخدمت عبر الإعلام الرقمي في الصفحة الالكترونية لوزارة الخارجية العراقية عبر الفيسبوك ؟
٥. ما مصادر المعلومات للعلاقات العامة الدولية التي استعانت بها الصفحة الالكترونية ؟
٦. ما الفنون الصحفية التي استخدمتها العلاقات العامة الدولية عبر الإعلام الرقمي على صفحتها الالكترونية ؟
٧. ما الوسائط المتعددة للعلاقات العامة الدولية عبر استخدامها الإعلام الرقمي في الصفحة الالكترونية للوزارة عبر الفيسبوك ؟
٨. ما وسائل الإبراز التي استخدمتها الصفحة الالكترونية للوزارة عبر توظيف الإعلام الرقمي للعلاقات العامة الدولية ؟

ثانياً: فروض البحث:-

١- توجد فروق معنوية دالة بين مصادر المعلومات للإعلام الرقمي للعلاقات العامة الدولية وبين أنشطة توظيف الإعلام الرقمي للعلاقات العامة الدولية في الموقع محل الدراسة.

٢- توجد فروق معنوية دالة بين الوسائط المتعددة للإعلام الرقمي للعلاقات العامة الدولية وبين امكانيات التفاعل للإعلام الرقمي في الموقع محل الدراسة.

ثالثاً: أهمية البحث:-



١- الأهمية العلمية: تكمن الأهمية العلمية في كونه من الدراسات العلمية المعاصرة التي تركز على توظيف الإعلام الرقمي للعلاقات العامة الدولية في استعمال صفحة الفيسبوك التابعة لوزارة الخارجية العراقية ومعرفة مضامينها واساليبها وانشطتها التي تسعى العلاقات العامة الدولية الى تحقيقها في سياستها الخارجية.

٢- الأهمية المجتمعية: في الدور الذي يقوم به الإعلام الرقمي للعلاقات العامة الدولية في موقع الفيسبوك لوزارة الخارجية العراقية والتعرف على آليات عمل العلاقات العامة الدولية في تعزيز التمثيل الدبلوماسي لها على مستوى الرأي العام المحلي والعالمي.

٣- أهمية البحث للمؤسسات: هذا البحث يسلط الضوء على ادوات الإعلام الرقمي وتوظيفها للعلاقات العامة الدولية عبر الصفحة الالكترونية في الفيسبوك لوزارة الخارجية والتعرف على عمل وزارة الخارجية في ضوء المتغيرات التي تحدث في البيئة المحلية او الدولية.

رابعاً: اهداف البحث:-

١- التعرف على مضامين توظيف الإعلام الرقمي للعلاقات العامة الدولية في الصفحة الالكترونية لوزارة الخارجية العراقية عبر الفيسبوك .

٢- معرفة اساليب الإعلام الرقمي للعلاقات العامة الدولية في صفحة وزارة الخارجية العراقية .

٣- الوقوف على أهم أنشطة العلاقات العامة الدولية التي تم توظيفها عبر الإعلام الرقمي في صفحة وزارة الخارجية العراقية.

٤- تحديد الاستراتيجيات الاتصالية للعلاقات العامة الدولية التي استخدمت عبر الإعلام الرقمي في الصفحة الالكترونية للوزارة عبر الفيسبوك.

٥- الكشف عن مصادر المعلومات للعلاقات العامة الدولية التي استعانت بها الصفحة الالكترونية .

٦- رصد ابرز الفنون الصحفية التي استخدمتها العلاقات العامة الدولية عبر استخدامها الإعلام الرقمي على صفحتها الالكترونية.

٧- معرفة الوسائط المتعددة للعلاقات العامة الدولية عبر استخدامها الإعلام الرقمي على صفحتها الالكترونية.

٨- التعرف على وسائل الابرار التي استخدمتها الصفحة الالكترونية للوزارة عبر توظيفها

الإعلام الرقمي للعلاقات العامة الدولية.

خامساً: مجالات البحث :-

أ- المجال الزمني : تم اعداد البحث في المدة ٢٠٢٢/٦/١ الى ٢٠٢٢/٨/٣١ في تحليل مضامين

الإعلام الرقمي للعلاقات العامة الدولية عبر الصفحة الرسمية الالكترونية لوزارة الخارجية.

ب-المجال المكاني: المنصة الرسمية لوزارة الخارجية العراقية عبر الفيسبوك.

ج- المجال الموضوعي: وتمثل في منشورات المواد التي تم توظيفها من قبل الإعلام الرقمي للعلاقات العامة الدولية والذي تمثل القضايا والموضوعات التي تعمل عليها العلاقات العامة الدولية في التمثيل الدبلوماسي لها.

سادساً : مجتمع البحث :-

تمثل مجتمع البحث بالصفحة الرسمية لوزارة الخارجية عبر الفيسبوك والمتمثلة في منشورات توظيف الإعلام الرقمي للعلاقات العامة الدولية خلال فترة الدراسة البحثية الممتدة من ٢٠٢٢/٦/١ الى ٢٠٢٢/٨/٣١ وبالباغة عددها (١٦٠) منشوراً والتي خضعت للدراسة باستعمال اسلوب الحصر الشامل لمواد المنشورات الخاصة بصفحة الفيسبوك للوزارة.

سابعاً: منهج البحث ونوعه:-

المنهج هو الطريق الواضح، اذ يعني الاطار الذي يتيح للباحث ترتيب وتنظيم موضوع بحثه لغرض الوصول الى الحقيقة العلمية والكشف عن حقائق المشكلة البحثية. (الطيب، ٢٠٠٧: ص٢١٦)

لذا استعمل الباحث المنهج المسحي بطريقة تحليل المضمون التي تعني (بدراسة المادة الإعلامية المقدمة عن طريق الوسيلة للكشف عن المعنى المراد ايصاله الى جمهورها وكيفية عرض المحتوى وحجمه واسلوب مخاطبته للجمهور في محاولة الوصول الى درجة تأثيره ودراسة تحليل المضمون وأخذ في اعتبارها مجموعة من الابعاد منها دراسة شخصية الوسيلة الإعلامية التي استخدمت المحتوى المراد دراسته ودراسة ما تحتويه المواقع الإعلامية التي تقدمها الوسيلة كما وكيفاً وتحليلها لمعرفة ما تحتويه الجوانب الشكلية التي تقدمها المواد الإعلامية عن طريق الوسيلة. (محسن، ٢٠٠٤: ص٩٤)

وبهذا يعد هذا البحث من البحوث الوصفية التحليلية التي تهدف الى الحصول على



وصف كامل ودقيق للمشكلة والتأكد من جمع كل البيانات الضرورية التي تكفل التعرف لها وتحليلها بأبكر درجة ممكنة من الدقة وتفادي حدوث اي تحيز في جمع هذه البيانات من تزويد درجة اعتمادية هذه النتائج المستخلصة منها وامكانية تعميمها على الامثلة المشابهة).
(حسين، ١٩٩٩: ص ١٣٣)

ثامناً: ادوات البحث:-

هناك مجموعة من الاجراءات التي حددها الباحث من اجل الوصول الى اهداف البحث وعلى النحو التالي:-

١- الملاحظة : لجأ الباحث الى الملاحظة التي تعد وسيلة من وسائل جمع المعلومات لانها تسهم اسهاماً اساسياً في البحث الوصفي اذ انها تنحصر ابتداءً في موضوعات محددة وتقتصر على اجابات الاسئلة التي وضعها الباحث. (حميد، ١٩٩١: ص ٩٣) اذا قام الباحث بجمع المنشورات الخاصة بتوظيف الإعلام الرقمي للعلاقات العامة الدولية في صفحة الفيسبوك لوزارة الخارجية وتسجيل الملاحظات العلمية عنها والاطلاع ميدانياً على الاجراءات التي يتم فيها عمل وزارة الخارجية.

٢- استمارة تحليل المضمون: استخدم الباحث اسلوب تحليل المضمون الذي يعد من اهم الادوات المستخدمة في البحوث الإعلامية للكشف عن مضامين والاساليب التي تستخدمها وزارة الخارجية العراقية في مواقعها الالكترونية للعلاقات العامة الدولية فيما يتضمن تحليل المحتوى والشكل للمضامين والاساليب والانشطة للرسائل الاتصالية عبر هذه المواقع. اذ تم اعداد استمارة تحليل المضمون على وفق الملاحظة العلمية الاستطلاعية لجزء من عينة البحث والتي عن طريقها تم التوصل الى بناء فئات رئيسة واخرى فرعية لتكون الاساس في اجراء دراسة تحليلية لها وتفسيرها وتبويبها في جداول احصائية.

٣- خطوات تحليل المضمون: قام الباحث الى تصميم استمارة التحليل وتضمنت العناصر المكونه لفئات التحليل المراد التقصي عنها في منشورات توظيف الإعلام الرقمي للعلاقات العامة الدولية في صفحة الفيسبوك لوزارة الخارجية وتم عرضها على مجموعة من خبراء الإعلام* لغرض اقرارها بشكل نهائي وكانت نسبة الاتفاق عالية حسب الاراء التي اجمع عليها الخبراء وتم بعدها اجراء بعض التعديلات عليها لتكون صالحة للتحليل.

اعتمد الباحث على (وحدة الموضوع او الفكرة) والتي يقصد بها الفكرة الواحدة المتضمنة في المنشور الواحد الذي تقدمه وزارة الخارجية عبر منصتها الرسمية على موقع الفيسبوك فضلاً في اختيار الباحث (وحدة الفقرة) وهي أهم وحدات تحليل المضمون واكثرها فائدة والتي تم عليها العد والقياس.

تم تحديد فئات التحليل التي هي مجموعة من التصنيفات التي يقوم الباحث بأعدادها طبقاً لنوعية المضمون وهدف التحليل لكي يستعملها في وصف هذا المضمون وتصنيف بموضوعية عالية وشمولية مما يتيح امكانية التحليل واستخراج النتائج بأسلوب سهل وميسور. (جبار، ٢٠٠٤:ص٢٢٩).

ومن هنا تم تحديد فئات البحث على اساس محورين:-

المحور الاول: ويتناول مضامين (فئات ماذا قيل؟) وقد تضمنت فئات رئيسة والبالغ

عددها (١٢) فئة رئيسة وفئات فرعية والبالغ عددها (٦١) فئة.

المحور الثاني: ويتناول الشكل الذي قدم فيه المضمون (كيف قيل؟) والذي يتضمن

فئات رئيسة (٦) وتفرعت منها فئات فرعية يبلغ عددها (٢٦) فئة.

تمثلت في مجملها مضامين واشكال منشورات توظيف الإعلام الرقمي للعلاقات

العامة الدولية في صفحة الفيسبوك لوزارة الخارجية.

وقسمت الوحدات الخاصة الى فئات رئيسيتين هما:-

١- الفئات التي تجيب على السؤال (ماذا قيل؟) وهي فئة الموضوع والاساليب والانشطة

والاستراتيجيات ومصادر المعلومات.

٢- الفئات التي تجيب على السؤال (كيف قيل؟) وهي فئة الفنون الصحفية والوسائط المتعدد

ووسائل الأبراز وامكانيات التفاعل واساليب العرض والجمهور المستهدف.

تاسعاً: اختبار الصدق والثبات:-

١- ان صدق الاداة هو مدى قدرة اداة تحليل المضمون على قياس المضمون الذي وضع

لقياسه اذ يرتبط بالإجراءات المتبعة بالتحليل، ويعد الصدق الظاهري من ابرز انواع

الصدق في دراسة تحليل المضمون، وذلك بوضع تعريفات محددة للفئات مع التنفيذ

الدقيق لإجراءات التحليل وعنوانه. (زغيب، ٢٠٠٩:ص١٦٣)

وقد تم عرض الاستمارة على (٥) خبراء لتحديد مدى سلامتها والأخذ بتعديلات

المحكمين وقد تم حذف وتصحيح فئات اخرى بعد الموافقة عليها ، وتم احتساب اتفاق

الخبراء لفئات التحليل عن طريق استخراج النسب المئوية لفئاتهم التي بلغت (٩٦,٨%).
جدول (١) يوضح اتفاق الخبراء والمحكمين لقياس صدق استمارة التحليل.

ت	اسماء الخبراء	الفئات التي وافق عليها الخبراء	الفئات التي حصل عليها التعديل	الفئات التي لم يوافق عليها الخبراء	المجموع الكلي لفئات المحكمين	نسبة الصدق
١	ا.د. علي جبار الشمري	١٠٣	٢	-	١٠٥	%٩٨
٢	ا.د. سعد سلمان المشهداني	١٠٢	٣	-	١٠٥	%٩٧
٣	ا.د. عرسان يوسف عرسان	١٠١	٢	٢	١٠٥	%٩٦
٤	ا.د. محسن عبود كشكول	٩٩	٤	٣	١٠٥	%٩٤
٥	ا.م.د. صباح عواد محمد	١٠٤	١	-	١٠٥	%٩٩
		٥٠٩	١٢	٥	٥٢٦	٤٨٤
نسبة اتفاق الخبراء على الفئات %٩٦.٨						

حساب الصدق الظاهري = $\frac{\text{مجموع الفئات التي أتفق عليها المحكمين}}{\text{عدد المحكمين}}$

$$96.8\% = \frac{484}{5}$$

أذن الصدق الظاهري يكون = 96.8%

٢- ثبات التحليل: نقصد بالثبات الوصول الى النتائج نفسها بتكرار تطبيق المقياس على المفردات في المواقف والظروف ذاتها. (الحמיד، ٢٠٠٠: ص ٤١)

اذ قام الباحث باختيار طريقة الاتساق عبر الزمن كإحدى الطرق لإثبات نتائج التحليل لمدة (٣٠ يوماً) وظهرت هناك تغييرات طفيفة في نتائج التحليل الثاني دون ان تظهر فئات جديدة من فئات التحليل، وتبين من التحليل الثاني ان الفئات التي جرى عليها في التحليلين (١٠١) فقرة وقد طبق الباحث المعادلة الاتية لاستخراج معامل الثبات على النحو التالي. (كشكول، ٢٠٢٠: ص ٢٢٣)

$$\frac{2}{3t+2t+1t}=R$$

اذن $R =$ معامل الثبات

٢ = الفئات التي اتفق عليها الباحث في التحليلين.

١ = الفئات التي توصل اليها الباحث في التحليل الاول

٢ - الفئات التي توصل فيها الباحث في التحليل الثاني

٣ = الفئات التي لم تظهر في التحليل الثاني

$$96\% = \frac{202}{210} = \frac{2 \times 101}{4 + 101 + 105} = R$$

وهي درجة ثبات عالية $R = 96.0\%$

عاشراً: مصطلحات البحث:-

١- توظيف: التوظيف لغة : بأنه مصدر وظف كتوظيف المال في تنمية مشروع معين

ويسمى التجنيد ايضاً اي تجنيد الاشخاص لتحقيق حدث معين ويشكل عام هو

استدعاء الناس للمشاركة او التعاون لتأدية نشاط

ما. (<http://ace.encyelopedia.titanica.com>)

وبما ان التوظيف هو تجنيد. وفيما يخص بحثنا نستطيع التعبير عنه بأنه تجنيد

الإعلام الرقمي للمساهمة في تحقيق اهداف العلاقات العامة الدولية.

٢- الإعلام الرقمي: هو جملة من تطبيقات الاتصال الرقمي وتطبيقات النشر الالكتروني

بمعنى الاقراص بأنواعها المختلفة والتلفزيون الرقمي والانترنت. (النجار، ٢٠١٧:ص

(١٨

٣- العلاقات العامة الدولية: الجهود المخططة والمنظمة التي تقوم بها منظمة ما او

مؤسسة او حكومة لإنشاء علاقات منفعة متبادلة مع جماهير دول اخرى. (الجمال .

٢٠٠٩: ص ٣٢)

٤- وزارة الخارجية العراقية: وهي احدى تشكيلات مجلس الوزراء العراقي وهي المسؤولة

عن ادارة العلاقات العامة الخارجية العراقية كما و تشرف الوزارة على علاقات العراق

مع المنظمات الدولية اذ تأسست وزارة الخارجية عام ١٩٢٠م.

احد عشر: دراسات سابقة:-



١- دراسة (عثمان، ٢٠١٩م):-

- مشكلة الدراسة: تمثلت في رصد الأنشطة الاتصالية التي تمارسها اجهزة العلاقات العامة الدولية عبر المنصات الرسمية للمنظمات الدبلوماسية المصرية والامريكية على موقع الفيس بوك.
- اهداف الدراسة: معرفة الأنشطة الاتصالية التي تمارسها اجهزة العلاقات العامة الدولية عبر المنصات الرسمية للمنظمات الدبلوماسية المصرية والامريكية على موقع الفيس بوك.
- منهج الدراسة واداتها: استخدم الباحث المنهج الوصفي والتحليلي واداة تحليل المضمون.
- نتائج الدراسة : تم التوصل الى تنوع الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة الدولية عبر منصتي وزارتي الخارجية المصرية والامريكية واختلاف نوعية هذه الأنشطة من منصة لأخرى.
- اقتراب الدراسة: تتقارب في انها تناولت العلاقات العامة الدولية اضافة الى استخدامها اداة تحليل المضمون.
- ابتعاد الدراسة: ان الدراسة درست العلاقات العامة الدولية في وزارة الخارجية المصرية والامريكية بينما دراستنا تناولت الإعلام الرقمي وكيف تم توظيفه في عمل العلاقات العامة الدولية في وزارة الخارجية العراقية.

٢- دراسة (عباس، ٢٠٢١م):-

- مشكلة الدراسة: تتمثل في معرفة كيفية توظيف أنشطة واساليب العلاقات العامة الدولية في المواقع الالكترونية (فيسبوك وتويتر) لوزارة الخارجية البريطانية.
- اهداف الدراسة: معرفة دور ممارسة العلاقات العامة الدولية لوزارة الخارجية البريطانية عن طريق الفضاء الالكتروني في سبيل تحقيق سياستها الخارجية في بناء صورة الدولة.
- منهج الدراسة واداتها: استخدم الباحث المنهج المسحي التحليلي واسلوب تحليل المضمون.
- نتائج الدراسة: اعتماد وزارة الخارجية البريطانية على أنشطة العلاقات العامة الدولية عن طريق البيانات الصحفية وركزت بشكل مكثف على المفاوضات من اجل صنع

السلام في الشرق الاوسط.

- اقتراب الدراسة: تتقارب الدراسة في انها تناولت اساليب العلاقات العامة الدولية وكذلك استخدامها اسلوب تحليل المضمون.
- ابتعاد الدراسة: ان الدراسة درست العلاقات العامة الدولية واساليبها وانشطتها في وزارة الخارجية البريطانية بينما دراستنا تناولت كيفية توظيف الإعلام الرقمي للعلاقات العامة الدولية في وزارة الخارجية العراقية.
- ٣- دراسة (كيوش، ٢٠٢١م):
- مشكلة البحث: ما المحتوى الاتصالي للدبلوماسية الشعبية الإسرائيلية عبر الفيس بوك.
- اهداف الدراسة: استكشاف المحتوى الاتصالي للدبلوماسية الشعبية الاسرائيلية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- منهج الدراسة واداتها: استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي واداة تحليل المضمون.
- نتائج الدراسة: ارتبطت الدبلوماسية الشعبية الاسرائيلية بمجموعة من الابعاد الجديدة المرتبطة بالاستراتيجيات والتكتيكات الحديثة للاتصال في العلاقات العامة والموجهة للجمهور العربي والعراقي بالتحديد.
- اقتراب الدراسة: تقترب هذه الدراسة في انها تناولت التقنيات الحديثة للعلاقات العامة وعبر موقع الفيس بوك.
- ابتعاد الدراسة: الدراسة تناولت الدبلوماسية الشعبية الاسرائيلية بينما دراستنا تناولت العلاقات العامة الدولية في عمل الوزارات الخارجية.

المبحث الثاني

الاطار النظري للبحث :

اولاً: مفهوم الإعلام الرقمي :

ان لكل عصر وسيلة اعلامه يتميز بها ونقصد هنا عن ظاهرة استخدام وسائل الإعلام الرقمية التي تعتمد بشكل اساسي على الانترنت وتقنية المعلومات على اختلاف مسمياتها، ويعتمد الإعلام الرقمي على وسيلة جديدة من وسائل الإعلام الحديثة وهي الدمج بين كل وسائل الإعلام التقليدي بهدف ايصال المضامين المطلوبة بأشكال متميزة ومؤثرة



بطريقة اكبر، والإعلام الرقمي يشير الى مجموعة من الاساليب والانشطة الرقمية الجديدة التي تمكننا من انتاج ونشر واستهلاك المحتوى الإعلامي بمختلف اشكاله عن طريق الاجهزة الالكترونية المتصلة او غير المتصلة بالانترنت. (النجار، ٢٠١٧:ص٢)

وظهرت وسائل الإعلام الرقمي كمصطلح واسع النطاق في الجزء الاخير من القرن العشرين ليشمل دمج وسائل الإعلام التقليدية مثل الافلام والصور والموسيقى والكلمة المنطوقة والمطبوعة مع القدرة التفاعلية للكمبيوتر وتكنولوجيا الاتصالات وتطبيقات الثورة العلمية التي شهدها مجال الاتصال والإعلام اذ ساهمت الثورة التكنولوجية في مجال الاتصال في التغلب على الحيز الجغرافي والحدود السياسية والتي احدثت تغيير بنيوي في نوعية الكم والكيف في وسائل الإعلام. (الغامدي، ٢٠١٢:ص٦).

ولقد تعددت تعريفات الإعلام الرقمي ومنها الإعلام الرقمي هو مصطلح يطلق على مختلف الوسائل او الوسائط او الاشكال التي يمكن انجازها عن طريق استعمال تكنولوجيا الحاسب الالكتروني او الهواتف المحمولة سواء كانت هذه الوسائل من تطوير وانتاج مؤسسات اعلامية متخصصة في النشر الإعلامي التقليدي او الالكتروني، اذن هو ظاهرة الاندماج بين المحتويات الإعلامية ومعالجتها وتوزيعها وتخزينها بطرق آلية موحدة وهذا يؤدي الى سهولة الاستخدام والتحكم الشخصي بوسائل الاتصال والإعلام. (علم الدين، ٢٠١٤:ص٦١)

كما عرف الإعلام الرقمي هو شكل من اشكال الاتصال الرقمي بأنه العملية الاجتماعية التي يتم فيها الاتصال عن بعد بين اطراف يتبادلون في بث الرسائل الاتصالية المنوعة واستقبالها عن طريق النظم الرقمية ووسائلها لتحقيق اهداف معينة. (عبد الحميد، ٢٠٠٧:ص٢٣)

فالإعلام الرقمي ايضا هو اسم جامع لعدة ظواهر تقنية حديثة اهم ما يميزها هو اعتمادها على التقنية الرقمية التي يتم عن طريقها تحويل جميع النصوص والمضامين الإعلامية الى شكل موحد يمكن معالجته بالحواسيب الآلية وذلك يؤدي الى ظاهرة الاندماج بين المحتويات الإعلامية ومعالجتها وتوزيعها وتخزينها بطرق آلية موحدة. (الحلوة، ٢٠١٢:ص١٣)

وهناك ثلاث وظائف رئيسة تتعلق بالإعلام الرقمي عن المؤسسة او الدولة التي

تمثلها وهي : (المزاهرة، ٢٠١٥:ص٦٣)



- ١- الاستعلام عن اتجاهات ومواقف الجماهير نحوها.
 - ٢- التنسيق مع الوحدات الفرعية للمؤسسة بالدول الاخرى.
 - ٣- تحديد الانشطة الاتصالية المنوطة، بهذه الاجهزة والادارات.
- لقد اصبح للأعلام الرقمي توجهات جديدة من ابرزها: (ابوعمشة، ٢٠٠٦:ص٤٣)
- ١- التكامل والاندماج بين وسائل الإعلام الجماهيري وتكنولوجيا الاتصال وتكنولوجيا المعلومات اذ ظهرت تكنولوجيا الاتصال المتعدد الوسائط وتكنولوجيا الاتصال التفاعلي بتطبيقاتها المختلفة ولعل اشهرها شبكة العنكبوت.
 - ٢- اعادة تعريف الإعلام والاتصال الجماهيري: اذ فتحت ثورة تكنولوجيا الاتصال آفاق جديدة لاستخدامات ووظائف جديدة للاتصال وقادت نحو نمط اتصالي جديد اتسع لكل انماط الاتصال وهو الاتصال التفاعلي القائم على التفاعل الحر والمباشر بين المرسل والمستقبل.

ومن ابرز اشكال الإعلام الرقمي هي كما يلي :- (الغامدي، ٢٠١٢:ص ٦)

- المواقع الإعلامية على شبكة الانترنت.
- الصحافة الرقمية.
- الاذاعة الرقمية.
- القنوات التلفزيونية الرقمية.
- غرف الدردشة.
- البريد الالكتروني.
- المدونات.
- التويتر والفيس بوك وقنوات التواصل الاجتماعي الاخرى.
- خدمات الهاتف الجوال
- بث الاخبار العاجلة.

وبهذا فإن الإعلام الرقمي في مجمل تطبيقاته أسس لميلاد ما بات يعرف ب اعلام المجتمع او الإعلام التشاركي الذي يشير الى ذلك المحتوى الإعلامي الذي يقوم الجمهور بإنتاجه وبثه عبر الوسائل الاتصالية الشبكية ويساعد في انتشار هذا النوع من الإعلام انتشار ادوات انتاج هذا النوع من الإعلام مثل كاميرات الفيديو والهواتف النقالة الى جانب انتشار المواقع الاجتماعية التي تسمح بارفاق وبث هذه المقاطع ولعل موقع الفيسبوك اكثر هذه

المواقع انتشاراً وتأثيراً في تقديم هذه الخدمة الإعلامية الجديدة.

ثانياً: العلاقة بين الإعلام الرقمي والعلاقات العامة الدولية:-

لقد ادت العولمة وتقنيات وسائل الإعلام الرقمي الى ظهور مجتمع مدني عالمي، مما خلق شبكات متعددة الاتجاهات موجودة بين المجتمعات حول العالم اسهمت في تمكين الاتصال الاجتماعي متعدد الاتجاهات الذي مكن وسائل الإعلام تعظيم المشاركة مع الجماهير الاجنبية المترابطة والمتشابكة بشكل متزايد والابتعاد عن انواع تدفقات المعلومات احادية الاتجاه التي هيمنت على ممارسة العلاقات العامة الدولية لعقود من الناحية النظرية، ان وسائل الإعلام الرقمية الحديثة اسهمت بنقل العلاقات العامة الدولية الى ما وراء التفاوض الصارم على السلطة عن طريق الاقناع او السيطرة في خلق معنى ثقافي مشترك عن طريق التواصل مع الجمهور (Zahran,2015:p301)

وبذلك تعرف العلاقات العامة الدولية بأنها مجموعة المفاهيم والقواعد والاجراءات والمراسم والمؤسسات والاعراف الدولية التي تنظم العلاقات بين الدول والمنظمات الدولية عن طريق الممثلين الدبلوماسيين.(لتم،٢٠١٨:ص١١٩).

وهناك من عرفها بأنها الجهد المخطط لمحاولة الوصول الى التفاهم المتبادل عن طريق رفع الحواجز الجغرافية او اللغوية او كل هذه الحواجز معاً ويستخدم هذا المصطلح اشارة الى انشطة العلاقات العامة التي تنفذ او يكون لها تأثير ايجابي خارج دولة المنشأ.(sam Black,1993:p169)

فالعلاقات العامة الدولية هي احد اوجه التفاعل بين المجتمعات والدول وهي في مضمونها اهداف وانشطة وتقانات تعكس صورة من صور العلاقات العامة ويمكن وصفها بأنها الاكثر تقدماً وتطوراً اذ استطاعت عن طريقها الكثير من الحكومات ابراز انشطتها واساليبها وتحسين صورتها لدى الرأي العام على الصعيد الدولي.(يونس،٢٠٠٨:ص١١١).

ومن اكثر التعريفات شمولاً هي ممارسة العلاقات العامة في المحيط الدولي او عابر للثقافات كجزء من عملية التعاون الدولي او العابر للثقافات عن طريق اربع مجالات هي :-

- ١- المنظمات الدولية للأمم المتحدة او البنك الدولي.
- ٢- العلاقات ما بين الحكومات مثل التمثيل الدبلوماسي والتحالفات.
- ٣- العلاقات الاقتصادية المختلفة مثل التسويق الدولي والاستثمار.
- ٤- العلاقات بين الافراد من مختلف الدول كالسياحة والرياضة والمسرح



وغيرها.(Hugh,2008:p343).

ان تكنولوجيا الاتصال الحديث ادت الى ابراز وتوسيع العلاقات العالمية المتداخلة بين البلدان الشركات والمنظمات والمواطنين الافراد في مثل هذا العالم المترابط، كما ان الحكومات الوطنية ادركت اهمية الانترنت وادوات الإعلام الرقمي الجديدة الاخرى في تعزيز جهود العلاقات العامة الدولية والتواصل والتفاعل واصبحت السمات المميزة لوسائل الإعلام الرقمي وكذلك تحديد لنشاط الاتصال لمستخدميها، فان وسائل التواصل الاجتماعي لديها اتاح التحول من الويب كطريق سريع للمعلومات الى منصة ديناميكية لتبادل الاتصالات الحقيقة والمشاركة والحوار وانشاء وصيانه العلاقات داخل المجتمعات الافتراضية في هذه البيئة الجديدة، ان أنشطة العلاقات العامة الدولية اصبحت اكثر شخصية بل اعطت الشبكات الاجتماعية والمدونات وغيرها. من وسائل الإعلام الرقمي الجديد ادوات فردية للمواطنين وفرصة للتواصل والتفاعل.(Xinzhang,2013:,p 546)

ولكي تمارس ادارة العلاقات العامة انشطتها الاتصالية على المستوى الدولي تمر بابع مراحل هي: (WakeField,2011:p.6)

- ١- مرحلة النشأة المبكرة اذ تتأسس اقسام ادارية لممارسة الأنشطة الاتصالية داخل الوحدات الفرعية القائمة في الدول التي تعمل بها المنظمة.
- ٢- مرحلة النمو المعتدل استكمال الاقسام الفرعية والتمطلبات البشرية والمادية.
- ٣- مرحلة التطور المتقدم استقلال الاقسام الفرعية عن الادارة العامة بالمقر الرئيسي للخدمة.
- ٤- مرحلة اكتمال النمو تتحول الاقسام الفرعية الى ادارات عامة.

ان الممارسات المهنية للعلاقات العامة الدولية كونها عمليات اتصالية مختلطة ومنتظمة تضطلع الى القيام بها تلك المنظمات التي تمارس انشطتها على المستوى الدولي قد تأثرت من الممارسات المهنية التي تقوم في جوهرها على توظيف واستخدام وسائل وادوات الاتصال الرقمي فأثرت تلك التطورات التقنية على عمل العلاقات العامة الدولية ومما اضافتها ثورة تكنولوجيا المعلومات والتحول الى العالم الرقمي. (المزاهرة، ٢٠١٥:ص٤٠).

اذن العلاقة بين الإعلام الرقمي والعلاقات العامة الدولية هي علاقة تفاعلية تشاركية اذ مكنت هذه الادوات التي يمكن توظيفها في مجال العلاقات العامة الدولية لممارسي العلاقات العامة الدولية امكانية تأسيس ما يسمى بالمنصات التفاعلية التي تفسح المجال



لممارسة جميع الفعاليات الاتصالية على نطاق عالمي يتجاوز حدود الدولة او الاقليم المنتمي اليه هؤلاء الممارسين وبشكل اكثر فاعلية واكل تكلفة.

المبحث الثالث

الدراسة التحليلية لصفحة وزارة الخارجية العراقية عبر الفيسبوك:

١- وزارة الخارجية العراقية: ([www/http:mofa.gov.iq](http://www.mofa.gov.iq))

هي احدى الوزارات السيادية للدولة العراقية تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال الاداري والمالي وتتولى تنفيذ السياسة الخارجية لجمهورية العراق وتهدف الوزارة الى تعزيز وتطوير العلاقات مع الدول العربية والدول المجاورة ودول العالم على اساس الاحترام المتبادل وعدم التدخل في الشؤون الداخلية وتنشيط دور العراق في المنظمات والمؤتمرات الدولية بما يخدم مصالح العراق ويعزز الامن والسلم الدوليين وتعزيز التعاون الاقتصادي والتجاري والفني والعلمي وتشجيع الاستثمار مع الدول والمنظمات الدولية المتخصصة والدفاع عن سياسة جمهورية العراق بمجالاته المتنوعة وحماية مصالح العراق السياسية والاجتماعية ورعاياه في الخارج وتتكون هيكلية الوزارة في المقر الرئيس من (٢١) دائرة و(٤) وكلاء للوزير.

٢- عرض وتفسير نتائج الدراسة التحليلية لصفحة وزارة الخارجية عبر الفيس بوك.

المحور الاول: فئات المضمون (ماذا قيل؟)

اجرى الباحث تحليلاً لمضامين منشورات توظيف الإعلام الرقمي للعلاقات العامة الدولية في صفحة وزارة الخارجية العراقية عبر الفيس بوك والبالغة (١٦٠) منشوراً وتمثلت فئات (ماذا قيل؟) لفئات رئيسة بلغت (١٢) وفئات فرعية بلغت (٦١) فئة لتمثل في مجملها اهم المضامين التي احتوتها منشورات صفحة وزارة الخارجية العراقية عبر الفيسبوك وفيما يلي اهم نتائج فئات (ماذا قيل؟).

جدول رقم (٢) يبين الفئات الرئيسية لمضامين منشورات الإعلام الرقمي للعلاقات العامة



الدولية في وزارة الخارجية العراقية عبر الفيسبوك

ت	الفئات الرئيسية	ك	%	المرتبة
١	تعزير العلاقات الثنائية الاقليمية و الدولية	١٢٣	٢٦%	الاولى
٢	الازمة العراقية التركية	٩٤	١٩%	الثانية
٣	الحرب الاوكرانية الروسية	٧٢	١٥%	الثالثة
٤	الاتفاقيات ومذكرات التفاهم	٥٦	١٢%	الرابعة
٥	التواصل مع المنظمات الدولية	٤٥	٩%	الخامسة
٦	قمة جدة للأمن والتنمية	٣٧	٨%	السادسة
٧	حوار الاديان بين العراق والفايتكان	٢٩	٦%	السابعة
٨	تشكيل الحكومة العراقية	٢٤	٥%	الثامنة
	المجموع	٤٨٠	١٠٠%	

يمثل الجدول اعلاه الفئات الرئيسية لمضامين منشورات الإعلام الرقمي للعلاقات العامة الدولية التي تناولتها صفحة وزارة الخارجية عبر الفيسبوك، اذ يوضح الجدول حصول الفئة (تعزير العلاقات الثنائية الاقليمية والدولية) على المرتبة الاولى، بتكرار (١٢٣) وبنسبة (٢٦%) وذلك يوضح اهتمام صفحة وزارة الخارجية في ادامة العلاقات الثنائية بين الدول سواء على المستوى الاقليمي او الدولي اذ كانت اهتمامات العلاقات العامة الدولية في ادامة اواصر هذه العلاقات الثنائية لأنها تمثل جوهر عملها في العمل الدبلوماسي، بينما جاءت فئة (الازمة العراقية التركية) بالمرتبة الثانية بتكرار (٩٤) وبنسبة (١٩%) اذ استحوذت هذه الازمة اهتمامات صفحة الوزارة عن طريق التنديد بالاعتداء على الاراضي العراقية وكذلك كان هناك غضب في الشارع العراقي ازاء هذه الازمة، بينما جاءت فئة (الحرب الاوكرانية الروسية) على المرتبة الثالثة بتكرار (٧٢) وبنسبة (١٥%) وهذه يؤكد اهتمام الصفحة بهذه الحرب وانعكاساتها على الأمن الغذائي والانساني في العالم ، بينما جاءت فئة (الاتفاقيات ومذكرات التفاهم) بالمرتبة الرابعة وبتكرار (٥٦) وبنسبة (١٢%) اذ كان من صميم عمل العلاقات العامة الدولية هو عقد الاتفاقيات ومذكرات التفاهم في جميع القضايا السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية، بينما جاءت فئة (التواصل مع المنظمات الدولية) بالمرتبة الخامسة بتكرار (٤٥) وبنسبة (٩%) وهنا تأكد وزارة الخارجية على ضرورة التواصل مع المنظمات الدولية في جميع مجالاتها الانسانية والعلمية لان هذا يعد من صميم عمل

العلاقات العامة الدولية، بينما جاءت فئة (قمة جدة للأمن والتنمية) على المرتبة السادسة بتكرار (٣٧) وبنسبة (٨%) اذ اعطت الصفحة اهتمامها بهذه القمة ومخرجاتها التي يعكس اثارها على المجتمع العراقي من حيث الاستثمار في مجال الطاقة والتحديات الاقليمية في المنطقة، بينما جاءت فئة (حوارالادريان بين العراق والفايتكان) على المرتبة السابعة بتكرار (٢٩) وبنسبة (٦%) الى ضرورة الاهتمام بالثقافات الدينية وفتح حوار للتعايش السلمي بين الاديان، بينما جاءت فئة (تشكيل الحكومة العراقية) على المرتبة الثامنة بتكرار (٢٤) وبنسبة (٥%) اذ لم تولي الصفحة اهتمامها بهذا الموضوع الذي يعد من اهتمامات الشعب العراقي في تشكيل الحكومة نتيجة الخلافات السياسية بين القوى.

١- (تعزيز العلاقات الثنائية الاقليمية والدولية):-

جدول (٣) يوضح الفئات الفرعية للفئة الرئيسية (تعزيز العلاقات الثنائية الاقليمية والدولية)

ت	الفئات الفرعية	ك	%	المرتبة
١	زيادة حجم التبادل التجاري والاستثماري والاقتصادي	٣٩	٣٢%	الاولى
٢	التعاون الثقافي والاكاديمي والحكومة الالكترونية	٢٤	١٩.٥%	الثانية
٣	مواصلة التعاون على الصعيد السياسي	١٩	١٥.٥%	الثالثة
٤	تطوير العلاقات البرلمانية	١٥	١٢%	الرابعة
٥	القضاء على خلايا الارهاب والاجرام	١٢	١٠%	الخامسة
٦	تبادل الزيارات الرسمية	٧	٦%	السادسة
٧	ادارة المياه ومكافحة التصحر	٤	٣%	السابعة
٨	اعادة الاعمار وتأهيل البنى التحتية	٣	٢%	الثامنة
	المجموع	١٢٣	١٠٠%	

يوضح الجدول اعلاه حصول الفئة الفرعية (زيادة حجم التبادل التجاري والاستثماري والاقتصادي) على المرتبة الاولى بتكرار (٣٩) وبنسبة (٣٢%) وذلك لان من ابرز تعزيز العلاقات الثنائية هي زيادة حجم التبادل التجاري والاستثماري بين الدول عن طريق الشركات المتعددة الجنسيات التي تدفع عجلة الاقتصاد العراقي وذلك كما جاء في منشور صفحة الفيسبوك (تعزيز التعاون الثنائي بين العراق وكندا في المجال التجاري والاقتصادي والاستثماري بما يخدم مصالح البلدين الصديقين). (٢٠٢٢/٦/٣) وجاء بالمرتبة الثانية (التعاون الثقافي والاكاديمي والحكومة الالكترونية) بالمرتبة الثانية بتكرار (٢٤) وبنسبة (١٩.٥%) وهذا كان اهتمام الصفحة في عمل العلاقات العامة الدولية في التعاون الثقافي

والاكاديمي وتطبيق نظام الحوكمة الالكترونية الذي بدوره سوف ينعكس على اطر العملية التعليمية في العراق ومؤسسات الدولة، بينما جاءت فئة (مواصلة التعاون على الصعيد السياسي) بالمرتبة الثالثة وبتكرار (١٩) وبنسبة (١٥.٥%) ضرورة التعاون في المجالات السياسية كافة بين الدول الاقليمية والدولية على مستوى الدولة، وهكذا جاءت بقية الفئات الفرعية حسب تسلسلها وتكراراتها كما موضح في الجدول.

٢- (الازمة العراقية التركية):-

جدول (٤) يبين الفئات الفرعية للفئة الرئيسية (الازمة العراقية التركية)

ت	الفئات الفرعية	ك	%	المرتبة
١	انسحاب جميع القوات التركية من الاراضي العراقية	٣٤	٣٦%	الاولى
٢	الاعتداء السافر على منتجع السياحي في مدينة زاخو	٢٨	٣٠%	الثانية
٣	توجيه شكوى الى مجلس الامن الدولي	١٦	١٧%	الثالثة
٤	تنديد مجلس الامن الدولي بالاعتداء التركي	٩	٩.٥%	الرابعة
٥	عدم وجود اتفاق امني بين العراق وتركيا	٧	٧.٥%	الخامسة
	المجموع	٩٤	١٠٠%	

يوضح الجدول اعلاه ان الفئة الفرعية (انسحاب جميع القوات التركية من الاراضي العراقية) قد حصلت على اعلى مرتبة بتكرار (٣٤) وبنسبة (٣٦%) وذلك يوضح اهتمام الصفحة بالازمة العراقية التركية اذ اكدت وزارة الخارجية ان للعراق الحق في اتخاذ كل الاجراءات التي كفلتها المواثيق الدولية وحماية سيادته وارضه وسلامة مواطنيه وكما جاء في منشور الصفحة (العراق يطالب بانسحاب القوات التركية كافة من الاراضي العراقية ويدعو تركيا لحل مشاكلها الداخلية بعيداً عن حدود العراق) (٢٠٢٢/٧/٢١)، وجاءت فئة (الاعتداء السافر على منتجع السياحي في مدينة زاخو) على المرتبة الثانية وبتكرار (٢٨) وبنسبة (٣٠%) (اذ ادانت الحكومة العراقية وبأشد العبارات القصف الذي استهدف منتجعاً سياحياً في مدينة زاخو يوم ٢٠٢٢/٧/٢٠) وكما جاء بمنشور الصفحة بتاريخ (٢٠٢٢/٧/٢٠)، كما جاءت فئة (توجيه شكوى الى مجلس الامن الدولي) بالمرتبة الثالثة بتكرار (١٦) وبنسبة (١٧%) بتوجيه مذكرة احتجاج الى مجلس الامن الدولي تدين الاعتداء التركي على الاراضي العراقية وهكذا جاءت بقية الفئات الفرعية حسب تسلسلها وتكراراتها كما موضح في الجدول.

٣- (الحرب الاوكرانية الروسية):-

جدول (٥) يبين الفئات الفرعية للفئة الرئيسية (الحرب الاوكرانية الروسية)

المرتبة	%	ك	الفئات الفرعية	ت
الاولى	٣٧.٥%	٢٧	ايقاف الحرب الروسية الاوكرانية	١
الثانية	٢٦%	١٩	تشكيل مجموعة الاتصال العربية للتواصل مع روسيا واوكرانيا	٢
الثالثة	٢٤%	١٧	اجتماع جامعة الدول العربية بشأن الحرب	٣
الرابعة	١٢.٥%	٩	التأثير السلبي الامني والاقتصادي الدوليين	٤
	١٠٠%	٧٢		المجموع

ويتضح في الجدول (٥) حصول الفئة الفرعية (ايقاف الحرب الروسية الاوكرانية) على المرتبة الاولى بتكرار (٢٧) وبنسبة (٣٧.٥%) وكما اكدت الصفحة في منشور (وضع آلية لإنهاء الحرب التي اصبحت تداعياتها خطيرة على دول المنطقة والعالم). (٢٠٢٢/٦/١)، كما جاءت فئة (تشكيل مجموعة الاتصال العربية للتواصل مع روسيا واوكرانيا) على المرتبة الثانية بتكرار (١٩) وبنسبة (٢٦%) وهذا يؤكد اهتمام الدول العربية بالحرب الروسية الاوكرانية وتأثيرها على الأمن الغذائي والانساني، وهكذا بقية الفئات حسب تسلسلها وتكراراتها..

٤- (الاتفاقيات ومذكرات التفاهم):

جدول (٦) يبين الفئات الفرعية للفئة الرئيسية (الاتفاقيات ومذكرات التفاهم)

المرتبة	%	ك	الفئات الفرعية	ت
الاولى	٣٧%	٢١	رفع الحظر الجوي عن الخطوط الجوية العراقية	١
الثانية	٢٥%	١٤	اتفاقية الاطار الاستراتيجي بين العراق وامريكا	٢
الثالثة	١٨%	١٠	اتفاقية الازدواج الضريبي	٣
الرابعة	١١%	٦	مذكرة تفاهم للإعفاء المتبادل من سمات الدخول والخدمة	٤
الخامسة	٩%	٥	اتفاقية التعاون الاقتصادي والفني	٥
	١٠٠%	٥٦		المجموع

يتضح من الجدول اعلاه حصول فئة (رفع الحظر الجوي عن الخطوط الجوية العراقية) على المرتبة الاولى بتكرار (٢١) وبنسبة (٣٧%) وهذا يؤكد اولوية الصفحة في عقد الاتفاقيات ومذكرات التفاهم حول رفع الحظر الجوي عن الخطوط الجوية العراقية كما جاء في منشور الصفحة (رفع الحظر الجوي المفروض عن الخطوط الجوية العراقية وعودة تسيير الرحلات الى المطارات والعواصم والمدن الاوربية) (٢٠٢٢/٧/٦) كما جاءت الفئة الفرعية

(اتفاقية الاطار الاستراتيجي بين العراق وامريكا) على المرتبة الثانية وبتكرار (١٤) وبنسبة (٢٥%) وهكذا جاءت بقية الفئات حسب تسلسلها وتكراراتها.

٥- (التواصل مع المنظمات الدولية):

جدول (٧) يبين الفئات الفرعية للفئة الرئيسية (التواصل مع المنظمات الدولية).

المرتبة	%	ك	الفئات الفرعية	ت
الاولى	٤٠%	١٨	تشكيل اللجنة العليا لاغاثة النازحين	١
الثانية	٢٩%	١٣	اعادة الاندماج والتنمية المجتمعية	٢
الثالثة	١٨%	٨	وضع الحلول المستدامة للنزوح الداخلي	٣
الرابعة	١٣%	٦	ملف الهجرة واوضاع الجالية العراقية	٤
	١٠٠%	٤٥		المجموع

يتضح من الجدول حصول الفئة الفرعية (تشكيل اللجنة العليا لاغاثة النازحين) على المرتبة الاولى وبتكرار (١٨) وبنسبة (٤٠%) اهتمام الصفحة بقضايا النازحين والتنسيق مع المنظمات الدولية لوضع آلية لاغاثة النازحين على المستوى المحلي، كما جاءت فئة (اعادة الاندماج والتنمية المجتمعية) على المرتبة الثانية وبتكرار (١٣) وبنسبة (٢٩%) وهكذا جاءت بقية الفئات حسب تسلسلها وتكراراتها.

٦- (قمة جدة للأمن والتنمية):-

جدول (٨) يبين الفئات الفرعية للفئة الرئيسية (قمة جدة للأمن والتنمية)

المرتبة	%	ك	الفئات الفرعية	ت
الاولى	٤٣%	١٦	الربط الخليجي والتزويد الكهربائي	١
الثانية	٢٧%	١٠	التحديات الاقليمية في المنطقة	٢
الثالثة	١٩%	٧	تعزيز السلام والاستقرار	٣
الرابعة	١١%	٤	تنفيذ المشاريع الاستراتيجية	٤
	١٠٠%	٣٧		المجموع

يتضح من الجدول اعلاه حصول فئة (الربط الخليجي والتزويد الكهربائي) على اعلى مرتبة وبتكرار (١٦) وبنسبة (٤٣%) وهذا ما اكدته الصفحة في اهتمامها حول التزويد الكهربائي مع دول الخليج نتيجة معاناة العراقيين من ازمة الكهرباء لمدة سنوات كثيرة، كما جاءت فئة (التحديات الاقليمية في المنطقة) على المرتبة الثانية وبتكرار (١٠) وبنسبة (٢٧%)

وهكذا جاءت بقية الفئات حسب تسلسلها وتكراراتها.

٧- (حوار الاديان بين العراق والفاثيكان):-

جدول (٩) يبين الفئات الفرعية للفئة الرئيسية (حوار الاديان بين العراق والفاثيكان)

المرتبة	%	ك	الفئات الفرعية	ت
الاولى	٤١.٥%	١٢	الاجتماع الثالث لحوار الاديان بين العراق والفاثيكان	١
الثانية	٣١%	٩	الاستعدادات العراقية لتحضير مؤتمر حوار الاديان	٢
الثالثة	١٧%	٥	خلق آليات تعزيز اواصر العلاقات بين العالمين الاسلامي والمسيحي	٣
الرابعة	١٠%	٣	التسيق بين دواوين الاوقاف الدينية ومجلس حوار الاديان	٤
	١٠٠%	٢٩		المجموع

يتضح من الجدول (٩) حصول فئة (الاجتماع الثالث لحوار الاديان بين العراق والفاثيكان) على المرتبة الاولى وبتكرار (١٢) وبنسبة (٤١.٥%) اذ توضح الصفحة الترتيبات والاستعدادات لمؤتمر حوار الاديان بين العالمين الاسلامي والمسيحي وضرورة توحيد الخطاب الديني، بينما جاءت فئة (الاستعدادات العراقية لتحضير مؤتمر حوار الاديان) على المرتبة الثانية وبتكرار (٩) وبنسبة (٣١%) وهكذا جاءت بقية الفئات حسب تسلسلها وتكراراتها.

٨- (تشكيل الحكومة العراقية):-

جدول (١٠) يبين الفئات الفرعية للفئة الرئيسية (تشكيل الحكومة العراقية).

المرتبة	%	ك	الفئات الفرعية	ت
الاولى	٤٦%	١١	ضرورة المصالحة الوطنية	١
الثانية	٢٩%	٧	تذليل العقبات التي تواجه تشكيل الحكومة	٢
الثالثة	١٧%	٤	تنسيق وتوحيد الجهود الوطنية	٣
الرابعة	٨%	٢	الاسراع في تشكيل الحكومة	٤
	١٠٠%	٢٤		المجموع

يتضح من الجدول اعلاه حصول فئة (ضرورة المصالحة الوطنية) على المرتبة الاولى بتكرار (١١) وبنسبة (٤٦%) الى ضرورة الاهتمام بالمصالحة الوطنية وتوحيد القوى السياسية في العراق الى الاسراع بتشكيل الحكومة العراقية، وكما جاءت بقية الفئات حسب

تسلسلها وتكراراتها.

ثانياً: فئة اساليب توظيف الإعلام الرقمي للعلاقات العامة الدولية:-
جدول (١١) يبين الفئات الفرعية لأساليب العلاقات العامة الدولية.

ت	الفئات الفرعية	ك	%	المرتبّة
١	الدعاية الدولية	٦٦	٤١%	الاولى
٢	المؤتمرات عن بعد	٣٨	٢٤%	الثانية
٣	الدبلوماسية الرقمية	٢٤	١٥%	الثالثة
٤	الزيارات	١٣	٨%	الرابعة
٥	الندوات	٩	٦%	الخامسة
٦	الورش	٧	٤%	السادسة
٧	المهرجانات	٣	٢%	السابعة
المجموع		١٦٠	١٠٠%	

يوضح الجدول (١١) حصول فئة (الدعاية الدولية) على اعلى مرتبة بتكرار (٦٦) وبنسبة (٤١%) اذ كان اهتمامات الصفحة الى الدعاية الدولية في عمل العلاقات العامة الدولية من اتفاقيات ومذكرات تفاهم ودورات ومهرجانات ومؤتمرات وبقية اعمال التمثيل الدبلوماسي، وهكذا جاءت بقية الفئات حسب تسلسلها وتكراراتها.

ثالثاً: فئة أنشطة توظيف الإعلام الرقمي للعلاقات العامة الدولية:-

جدول (١٢) يوضح الفئات الفرعية لأنشطة توظيف الإعلام الرقمي للعلاقات العامة الدولية.

ت	الفئات الفرعية	ك	%	المرتبّة
١	المفاوضات	٥٧	٣٦%	الاولى
٢	الخطابات	٤٤	٢٧%	الثانية
٣	البيانات الصحفية	٣٥	٢٢%	الثالثة
٤	الحملات الإعلامية	١١	٧%	الرابعة
٥	الاعلانات الرسمية	٨	٥%	الخامسة
٦	الاتصال بوسائل الإعلام	٥	٣%	السادسة
المجموع		١٦٠	١٠٠%	

يتضح من الجدول اعلاه حصول فئة (المفاوضات) على المرتبة الاولى بتكرار (٥٧) وبنسبة (٣٦%) الى اهتمام الصفحة في عقد المفاوضات الدولية التي تهتم الشأن الدولي والتركيز على القضايا الحيوية والمصيرية في عمل الدولة العراقية، وهكذا جاءت بقية الفئات

حسب تسلسلها وتكراراتها.

رابعاً: فئة استراتيجيات الاتصال للعلاقات العامة الدولية:-

جدول (١٣) يوضح استراتيجيات الاتصال للعلاقات العامة الدولية.

المرتبة	%	ك	الفئات الفرعية	ت
الاولى	٣٨%	٦١	الاستراتيجية التفاعلية	١
الثانية	٣٣%	٥٣	استراتيجية بناء العلاقات	٢
الثالثة	١٦%	٢٥	استراتيجية الإعلام	٣
الرابعة	١٧%	٢١	استراتيجية الحوار	٤
	١٠٠%	١٦٠		المجموع

يتضح من الجدول اعلاه حصول فئة (الاستراتيجية التفاعلية) على المرتبة الاولى بتكرار (٦١) وبنسبة (٣٨%) للطبيعة التفاعلية لموقع الفيسبوك في وزارة الخارجية على توظيف تقنيات الإعلام الرقمي التي تتيحها هذه الصفحة. وهكذا بقية الفئات حسب تسلسلها وتكراراتها.

خامساً : فئة مصادر المعلومات للإعلام الرقمي للعلاقات العامة الدولية:-

جدول (١٤) يوضح مصادر المعلومات للإعلام الرقمي للعلاقات العامة الدولية

المرتبة	%	ك	الفئات الفرعية	ت
الاولى	٤٤%	٧١	وزير الخارجية	١
الثانية	٢٦.٥%	٤٢	موظف مسؤول	٢
الثالثة	١٥%	٢٤	رئيس دولة	٣
الرابعة	٨%	١٣	وسائل الإعلام	٤
الخامسة	٥%	٨	انترنت ومواقع التواصل الاجتماعي	٥
السادسة	١.٥%	٢	وكالات اخبارية	٦
	١٠٠%	١٦٠		المجموع

يتضح من الجدول اعلاه حصول فئة (وزير الخارجية) على المرتبة الاولى بتكرار (٧١) وبنسبة (٤٤%) اذ ان اغلب مصادر المعلومات تؤخذ من قبل وزير الخارجية في التصريحات والبيانات الصحفية وهي تعد مصدر رسمي للصفحة ،وهكذا بقية الفئات حسب تسلسلها وتكراراتها.

المحور الثاني : فئات الشكل (كيف قيل؟):-

تضمنت فئات الشكل في تحليل صفحة وزارة الخارجية على الفيسبوك لفئات رئيسية بلغت عددها (٦) فئات رئيسية وفئات فرعية (٢٦) فئة وفيما يلي عرض مفصل لنتائج التحليل :-

أولاً: فئة الفنون الصحفية:-

جدول (١٥) يوضح الفنون الصحفية للإعلام الرقمي للعلاقات العامة الدولية

ت	الفئات الفرعية	ك	%	المرتبة
١	الخبر الصحفي	٧٦	٤٧.٥%	الاولى
٢	التقرير الاخباري	٥٢	٣٢.٥%	الثانية
٣	التحقيق الصحفي	٢٠	١٢.٥%	الثالثة
٤	المقال الصحفي	٩	٥.٥%	الرابعة
٥	العمود الصحفي	٣	٢%	الخامسة
المجموع		١٦٠	١٠٠%	

يتضح من الجدول (١٥) ان فئة (الخبر الصحفي) قد حصلت على المرتبة الاولى بتكرار (٧٦) وبنسبة (٤٧.٥%) اذ تبين الصفحة اعتمادها على الخبر الصحفي في نشر منشوراتها الخاصة في عمل العلاقات العامة الدولية والتمثيل الدبلوماسي لها ، كما جاءت فئة (التقرير الاخباري) على المرتبة الثانية بتكرار (٥٢) وبنسبة (٣٢.٥%) وهكذا بقية الفئات وحسب تراتيباتها في الجدول.

ثانياً: فئة الوسائط المتعددة:-

جدول (١٦) يوضح الوسائط المتعددة للإعلام الرقمي للعلاقات العامة الدولية

ت	الفئات الفرعية	ك	%	المرتبة
١	الملفات الصوتية والصورية	٧٤	٤٦%	الاولى
٢	مواقع التواصل الاجتماعي	٦٣	٣٩%	الثانية
٣	البريد الالكتروني	١٧	١١%	الثالثة
٤	محركات البحث	٦	٤%	الرابعة
المجموع		١٦٠	١٠٠%	

يتضح من الجدول اعلاه حصول فئة (الملفات الصوتية والصورية) على اعلى مرتبة بتكرار (٧٤) وبنسبة (٤٦%) وذلك يثبت ان منشورات صفحة وزارة الخارجية كانت موثقة بالصوت والصورة لمختلف النشاطات التي تقوم بها العلاقات العامة الدولية في الوزارة بينما

حصلت فئة (مواقع التواصل الاجتماعي) على المرتبة الثانية بتكرار (٦٣) وبنسبة (٣٩%) اذ كانت صفحة الوزارة مدعمة بالموقع الالكتروني صفحة الفيسبوك حساب تويتر حسب الانستغرام قناة التليغرام وقناة اليوتيوب وهكذا بقية الفئات وحسب ترتيباتها في الجدول.

ثالثاً: فئة وسائل الأبرز:-

جدول (١٧) يوضح وسائل الابراز للإعلام الرقمي للعلاقات العامة الدولية

ت	الفئات الفرعية	ك	%	المرتبة
١	خصائص الملفات نص مع صورة	٨١	٥٠.٥%	الاولى
٢	استخدام رسوم ومخططات وخرائط	٣٣	٢٠.٥%	الثانية
٣	روابط الكترونية	٢٧	١٧%	الثالثة
٤	استخدام اطارات او ارضية شبك	١٩	١٢%	الرابعة
المجموع				١٦٠

يتضح من الجدول اعلاه حصول فئة (خصائص الملفات نص مع صورة) على المرتبة الاولى بتكرار (٨١) وبنسبة (٥٠.٥%) وذلك يدل ان منشورات صفحة وزارة الخارجية كانت مدعمة بنص مع صورة لمنشوراتها في عمل العلاقات العامة الدولية، بينما جاءت فئة (استخدام رسوم ومخططات وخرائط) على المرتبة الثانية بتكرار (٣٣) وبنسبة (٢٠.٥%) اي ان صفحة الوزارة كانت ترفق احياناً مع نصوص منشوراتها خرائط توضيحية ورموز توضح مضمون المنشور، وهكذا بقية الفئات حسب تراتبيتها في الجدول.

رابعاً: فئة امكانيات التفاعل:-

جدول (١٨) يوضح امكانيات التفاعل للإعلام الرقمي للعلاقات العامة الدولية

ت	الفئات الفرعية	ك	%	المرتبة
١	اعجابات	٧٧	٤٨%	الاولى
٢	تعليقات	٥١	٣٢%	الثانية
٣	مشاركات	٢٧	١٧%	الثالثة
٤	استطلاعات الرأي العام	٥	٣%	الرابعة
المجموع				١٦٠

يتضح من الجدول اعلاه حصول فئة (اعجابات) على المرتبة الاولى بتكرار (٧٧) وبنسبة (٤٨%) اذ حازت هذه الفئة على اعلى امكانيات التفاعل للإعلام الرقمي عن طريق الإعجابات في الدخول الى الموقع بينما جاءت فئة (التعليقات) على المرتبة الثانية بتكرار

(٥١) وبنسبة (٣٢%) وهكذا جاءت بقية الفئات حسب تراتيبيها في الجدول.

خامساً: فئة اساليب العرض:-

جدول (١٩) يوضح اساليب العرض للاعلام الرقمي للعلاقات العامة الدولية

المرتبة	%	ك	الفئات الفرعية	ت
الاولى	٤١%	٦٦	نص مقترن بمقطع فيديو	١
الثانية	٣٢.٥%	٥٢	نص مقترن بصورة تكون ثابتة في الصفحة	٢
الثالثة	٢٢.٥%	٣٦	مضمون نصي في الصفحة	٣
الرابعة	٢.٥%	٤	نص مقترن بصورتين متداخلتين	٤
الخامسة	١.٥%	٢	نص مقترن باكثر من صورة	٥
	١٠٠%	١٦٠		المجموع

يتضح من الجدول اعلاه حصول فئة (نص مقترن بمقطع فيديو) على المرتبة الاولى بتكرار (٦٦) وبنسبة (٤١%) اذ كانت اغلب منشورات صفحة الفيسبوك لوزارة الخارجية مصحوبة بمقطع فيديو مع النص ، بينما جاءت فئة (نص مقترن بصورة تكون ثابتة في الصفحة) على المرتبة الثانية بتكرار (٥٢) وبنسبة (٣٢.٥%) وهكذا بقية الفئات حسب تراتيبيها في الجدول.

سادساً: فئة الجمهور المستهدف:-

جدول (٢٠) يوضح الجمهور المستهدف للإعلام الرقمي للعلاقات العامة الدولية

المرتبة	%	ك	الفئات الفرعية	ت
الاولى	٣٣%	٥٣	الجمهور العام	١
الثانية	٢٩.٥%	٤٧	المنظمات الدولية	٢
الثالثة	٢١.٥%	٣٤	الهيئات الدبلوماسية	٣
الرابعة	١٦%	٢٦	الحكومات	٤
	١٠٠%	١٦٠		المجموع

يتضح من الجدول اعلاه ان فئة (الجمهور العام) حصلت على المرتبة الاولى بتكرار (٥٣) وبنسبة (٣٣%) مما يوضح ان مضامين الصفحة كانت موجهة الى الجمهور العام سواء كان المحلي او العالمي للتعرف على القضايا والامور المتعلقة بالشأن المحلي او الدولي، بينما جاءت فئة (المنظمات الدولية) على المرتبة الثانية بتكرار (٤٧) وبنسبة

(٢٩.٥%) اذا ان عمل العلاقات العامة الدولية يصب في المنظمات الدولية وهكذا جاءت بقية الفئات حسب ترتيبها في الجدول.

نتائج الفرضيات

الفرضية الأولى: توجد فروق معنوية دالة بين مصادر المعلومات للإعلام الرقمي للعلاقات العامة الدولية وبين أنشطة توظيف الإعلام الرقمي للعلاقات العامة الدولية في الموقع محل الدراسة.

جدول (٢١) يبين العلاقة بين مصادر المعلومات للإعلام الرقمي للعلاقات العامة الدولية وبين أنشطة توظيف الإعلام الرقمي للعلاقات العامة الدولية في الموقع محل الدراسة.

ت	مصادر المعلومات	ك	%	انشطة توظيف الإعلام الرقمي	ك	%
١	وزير الخارجية	٧١	%٤٤.٤	المفاوضات	٥٧	%٣٥.٦
٢	موظف مسؤول	٤٢	%٢٦.٢٥	الخطابات	٤٤	%٢٧.٥
٣	رئيس دولة	٢٤	%١٥	البيانات الصحفية	٣٥	%٢١.٩
٤	وسائل الإعلام	١٣	%٨.١	الحملات الإعلامية	١١	%٦.٩
٥	انترنيت ومواقع التواصل الاجتماعي	٨	%٥	الاعلانات الرسمية	٨	%٥
٦	وكالات اخبارية	٢	%١.٢٥	الاتصال بوسائل الإعلام	٥	%٣.١
	المجموع	١٦٠	%١٠٠	المجموع	١٦٠	-

قيمة كا = ٣٥.٧٤٢ = القيمة الجدولية (23.21)، درجة الحرية = ١٠ مستوى

المعنوية ٠.٠١ دال إحصائياً.

يتضح من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة احصائية بين مصادر المعلومات للإعلام الرقمي للعلاقات العامة الدولية وبين أنشطة توظيف الإعلام الرقمي للعلاقات العامة الدولية في الموقع الإلكتروني محل الدراسة ، حيث كانت قيمة كا المحسوبة (٣٥.٧٤٢) أكبر من القيمة الجدولية (23.21) وعند مستوى دلالة (٠.٠١) ودرجة حرية (١٠)، ويعني ذلك وجود علاقة دالة إحصائياً بين مصادر المعلومات للإعلام الرقمي للعلاقات العامة الدولية وبين أنشطة توظيف الإعلام الرقمي للعلاقات العامة الدولية في الموقع الإلكتروني محل الدراسة.

الفرضية الثانية: توجد فروق معنوية دالة بين الوسائط المتعددة للإعلام الرقمي

للعلاقات العامة الدولية وبين امكانيات التفاعل للإعلام الرقمي في الموقع محل الدراسة.
جدول (٢٢) يبين العلاقة بين الوسائط المتعددة للإعلام الرقمي للعلاقات العامة الدولية
وبين امكانيات التفاعل للإعلام الرقمي في الموقع محل الدراسة.

ت	الوسائط المتعددة	ك	%	امكانيات التفاعل	ك	%
١	الملفات الصوتية والصورية	٧٤	٤٦.٣%	اعجابات	٧٧	٤٨.١%
٢	مواقع التواصل الاجتماعي	٦٣	٣٩.٤%	تعليقات	٥١	٣١.٩%
٣	البريد الالكتروني	١٧	١٠.٦%	مشاركات	٢٧	١٦.٩%
٤	محرركات البحث	٦	٣.٨%	استطلاعات الرأي العام	٥	٣.١%
	المجموع	١٦٠	١٠٠%	المجموع	١٦٠	-

قيمة كا = ٢٨.٤٥٧ القيمة الجدولية (16.81)، درجة الحرية = ٦ مستوى
المعنوية ٠.٠١ دال إحصائياً.

يتضح من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة احصائية بين الوسائط المتعددة
للإعلام الرقمي للعلاقات العامة الدولية وبين امكانيات التفاعل للإعلام الرقمي في الموقع
محل الدراسة، حيث كانت قيمة كا ٢٨.٤٥٧ أكبر من القيمة الجدولية
(16.81) وعند مستوى دلالة (٠.٠١) ودرجة حرية (٦)، ويعني ذلك وجود علاقة دالة
إحصائياً بين الوسائط المتعددة للإعلام الرقمي للعلاقات العامة الدولية وبين امكانيات التفاعل
للإعلام الرقمي في الموقع محل الدراسة.

الاستنتاجات:-

١. افصحت نتائج الدراسة حصول فئة تعزيز العلاقات الثنائية الاقليمية والدولية على المرتبة
الاولى في اهتمامات صفحة وزارة الخارجية العراقية عبر الفيسبوك ، اذ كانت عمل
العلاقات العامة الدولية يصب في تعزيز التعاون الدبلوماسي والثقافي والاقتصادي
والاجتماعي والتعليمي بكافة مجالاتها ويعد محاولة لقياس فاعلية توظيف تقنيات الإعلام
الرقمي في العلاقات العامة الدولية.

٢. استنتج الباحث بأن وزارة الخارجية العراقية استخدمت اساليب توظيف الإعلام الرقمي
للعلاقات العامة الدولية واعطتها اهمية قصوى في الدعاية الدولية لجميع انشطتها

واساليبها التي تمارسها في العمل الدبلوماسي مع المنظمات والمجتمعات والدول والحكومات.

٣. وضحت الدراسة ان تنوع أنشطة توظيف الإعلام الرقمي للعلاقات العامة الدولية عبر منصة الفيسبوك للوزارة الى اهتمامها بالمفاوضات التي تحدث بين الدول كنظام عمل للمؤسسة الدبلوماسية في عمل العلاقات العامة الدولية.

٤. انحصرت الاستراتيجيات الاتصالية للعلاقات العامة الدولية عبر منصة وزارة الخارجية العراقية على الاستراتيجية التفاعلية في خلق مساحات تفاعلية للحوار والنقاش والتي كانت الأكثر استخداماً عبر منصة الفيسبوك للوزارة.

٥. ان اعتماد صفحة الفيسبوك على مصادر المعلومات للإعلام الرقمي للعلاقات العامة الدولية تمثل بوزير الخارجية الذي هو المسؤول الاول عن عمل الوزارة بالتفاوض والتصريحات والبيانات التي تمثل عمل العلاقات العامة الدولية في الوزارة.

٦. ان ابرز الفنون الصحفية التي استخدمتها الصفحة الالكترونية في وزارة الخارجية في نشر مضامينها الخبر الصحفي الذي يتضمن تفاصيل اكثر في عرض المواضيع التي تخص عمل العلاقات العامة الدولية.

٧. ان اغلب مضامين منشورات صفحة وزارة الخارجية عبر الفيسبوك كانت موجهة الى الجمهور العام سواء المحلي او الدولي للاطلاع على عمل الوزارة في التمثيل الدبلوماسي الذي يمثل جوهر العلاقات العامة الدولية.

٨. استطاعت وزارة الخارجية من توظيف تقنيات الإعلام الرقمي بكافة فونه ونشاطاته في عمل العلاقات العامة الدولية لأنها اصبحت سمة العصر الجديد في التقنيات الدولية والمواثيق والمعاهدات التي تحدث بين الدول.

التوصيات :-

١. ضرورة توظيف استخدامات الإعلام الرقمي في عمل العلاقات العامة الدولية من منظور جديد يرتبط بتحليل الممارسات والاساليب الاتصالية للمؤسسات الدبلوماسية عبر منصات الرسمية بمواقع التواصل الاجتماعي.

٢. تعد الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة الدولية هي احد أهم ادوات هذه المؤسسات في القيام بالأدوار المنوطة بها على المستوى الدولي عبر توظيفها عن طريق الإعلام الرقمي.



٣. القيام بدراسات تهتم بالعلاقات العامة الدولية كحقل جديد على الساحة الدولية والإعلامية لمحاولة تقديم المعرفة اللازمة عبر هذا الحقل والاستفادة منها بالثقافات العربية والدولية.
٤. ضرورة الاهتمام بنشاطات واساليب العلاقات العامة الدولية عبر المنصات الرسمية للمنظمات الدبلوماسية لأنها اداة فعالة لتسويق اعمال المؤسسة.

المصادر:

- سعد سلمان المشهداني(٢٠١٩) : منهجية البحث العلمي، (عمان : دار اسامة للنشر والتوزيع).
- عمار الطيب (٢٠٠٧) :البحث العلمي ومناهجه في العلوم الاجتماعية والسلوكية، (عمان،: دار المناهج للنشر والتوزيع)،
- حميد جاعد محسن (٢٠٠٤) : اساسيات البحث العلمي،. (بغداد، شركة الحضارة للطباعة والنشر).
- سمير محمد حسين (١٩٩٩) : بحوث الإعلام ، دراسات في منهج البحث العلمي، ط٢، (القاهرة، عالم الكتب).
- جبر مجيد حميد (١٩٩١) : طرق البحث الاجتماعي، (الموصل: دار الكتب للطباعة والنشر).
- *اسماء خبراء الإعلام هي :
- ا.د علي جبار الشمري - جامعة بغداد- كلية الإعلام-قسم العلاقات العامة
- ا.د سعد سلمان المشهداني - جامعة تكريت - قسم الإعلام.
- ا.د عرسان يوسف عرسان - الجامعة العراقية - كلية الإعلام- قسم العلاقات العامة.
- ا.د محسن عبود كشكول - الجامعة العراقية - كلية الإعلام- قسم الصحافة.
- ا.م. د صباح عواد محمد - الجامعة العراقية- كلية الإعلام- قسم العلاقات العامة.
- محمد عبد الجبار (٢٠٠٤) : البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، (بيروت: عالم الكتب للطباعة والتوزيع).
- شيماء ذو الفقار زغيب (٢٠٠٩) : مناهج البحث الاستعمالات الاحصائية في الدراسات الإعلامية ، (القاهرة: دار اللبنانية المصرية).
- محمد عبد الحميد (٢٠٠٠) : البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، (القاهرة: عالم الكتب).
- محسن عبود كشكول (٢٠٢٠) :مناهج البحث الإعلامي ، (بغداد: دار الهاشمي للطباعة).
- تاريخ الدخول ٢٠٢٢/٨/١٧ <http://an.encyelopedia.titanica.com>
- حسن رضا النجار (٢٠١٧) :الإعلام الرقمي واتجاهاته الحديثة، (الامارات :دار الكتاب الجامعي).
- راسم محمد الجمال (٢٠٠٩) :العلاقات العامة الدولية والاتصال بين الثقافات: (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية).
- اسلام احمد عثمان (٢٠١٩) :فعالية الانشطة الاتصالية للعلاقات العامة الدولية بالمنظمات الدبلوماسية في تسويق الهوية الوطنية: جامعة بني سويف: كلية الإعلام - قسم العلاقات العامة والاعلان.



- سجي خضير عباس (٢٠٢١) : اساليب العلاقات العامة الدولية في بناء صورة الدولة عبر الفضاء الالكتروني: (جامعة بغداد، كلية الإعلام، مجلة الباحث الإعلامي). العدد ٥١.
- خلف كريم كيوش (٢٠٢١) : المحتوى الاتصالي للدبلوماسية الشعبية الاسرائيلية في منظور العلاقات العامة الدولية (جامعة بغداد، كلية الإعلام، مجلة الباحث العلمي)، العدد ٥٢.
- حسن رضا النجار - المرجع السابق،
- فيفيان عبدالله الغامدي (٢٠١٢) : التوافق والتناظر بين الإعلام التقليدي والإعلام الرقمي، ورقة بحثية مقدمة الى وزارة الإعلام والامن الالكتروني: جامعة الامير ثابت العربية للعلوم الاسلامية.
- محمود عالم الدين (٢٠١٤) : الإعلام الرقمي الجديد، البيئة والوسائل: (مصر الجديدة: السحاب للنشر والتوزيع)
- محمد عبد الحميد (٢٠٠٧) :الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت (القاهرة : عالم الكتب).
- خالد بن عبدالله الحلوه (٢٠١٢) :الإعلام الجديد وتأثيراتها في تشكيل الرأي العام (الرياض: جامعة الملك سعود).
- منال هلال المزاهرة (٢٠١٥) : العلاقات العامة الدولية، (عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع).
- عدنان ابو عمشة (٢٠٠٦) : مجتمع المعلومات يفرض صياغة جديدة للعملية الإعلامية، مجلة المعلوماتية، العدد ٦.
- Zaharan. R.(20١5). The challenge from the 4th quadrat of relational public diplomacy model.<http://idoj.org>.
- فتحة ليبيتم، الدبلوماسية الالكترونية بين الفاعلية ومحدودية التأثير (مصر ، شوؤن الاوسط)،
- SamBlack (1993): the essentials of public Relations, Koqan iage Limited , London.
- طارق شريف يونس (٢٠٠٨): ادارة العلاقات العامة ومفاهيم ومبادئ وسياسات، (عمان: اثراء للنشر والتوزيع)،
- M,Hughculbertson (2008): international public Relations, Newjersay.
- Xin zhanga (2013): public diplomacy meets social medias Astudy of the U.S embassy bloags and micro,
- Wak Field (2011): word – class, public Relations one Decade the Doesther model stil Apply.
- [www/http//mofa.gov.iq](http://www.mofa.gov.iq).
- حساب الفيسبوك [http:// www.facebook.com/MoFA.IQ](http://www.facebook.com/MoFA.IQ)

English Reference

- Adnan Abu Amscha (2006): The information society imposes a new formulation of the media process, Informatics



Magazine, No. 6.

- Ammar Al-Tayeb (2007): Scientific research and its methods in the social and behavioral sciences, (Amman: Dar Al-Mahraj for Publishing and Distribution).
- Fatiha Laytam, Electronic Diplomacy between Effectiveness and Limited Influence (Egypt, Middle East Affairs),
- Hamid Jaid Mohsen (2004): Basics of Scientific Research. (Baghdad, Al Hadara Printing and Publishing Company).
- Hassan Reda Al-Najjar - previous reference,
- Hassan Reda Al-Najjar (2017): Digital media and its modern trends, (Emirates: University Book House).
- Islam Ahmed Othman (2019): The effectiveness of communication activities of international public relations in diplomatic organizations in marketing national identity: Beni Suef University: Faculty of Information - Department of Public Relations and Advertising.
- Jabr Majeed Hamid (1991): Social Research Methods, (Mosul: Dar Al-Kutub for Printing and Publishing).
- Khalaf Karim Kiush (2021): The communicative content of Israeli popular diplomacy from the perspective of international public relations (University of Baghdad, College of Information, Al-Baheth Al-Alami Magazine), Issue 52.
- Khalid bin Abdullah Al-Hilweh (2012): New media and their effects on shaping public opinion (Riyadh: King Saud University).
- M, Hugh Culbertson (2008): international public Relations, New Jersey.
- Mahmoud Alam El-Din (2014): New digital media, environment and means: (Heliopolis: Al-Sahab Publishing and Distribution)
- Manal Hilal Al-Mazahra (2015): International Public Relations, (Amman: Dar Al-Masirah for Publishing and Distribution).
- Mohamed Abdel Hamid (2007): Communication and Media on the Internet (Cairo: World of Books).
- Mohsen Abboud Kashkul (2020): Media Research Methods, (Baghdad: Dar Al-Hashemi Printing).
- Mother. Dr. Sabah Awad Muhammad - Iraqi University - College of Information - Department of Public Relations.
- Muhammad Abdel Hamid (2000): Scientific Research in Media Studies, (Cairo: Alam al-Kutub).
- Muhammad Abdel-Jabbar (2004): Scientific Research in Media Studies, (Beirut: World of Books for Printing and Distribution).
- Prof. Dr. Ali Jabbar Al-Shammari - University of Baghdad - College of Information - Department of Public Relations
- Prof. Dr. Arsan Youssef Arsan - Iraqi University - College of Information - Department of Public Relations
- Prof. Dr. Mohsen Abboud Kashkul - Iraqi University - College of Information - Department of Journalism
- Prof. Dr. Saad Salman Al-Mashhadani - Tikrit University - Department of Media



- Rasem Muhammad Al-Gammal (2009): International Public Relations and Intercultural Communication: (Cairo: Al-Dar Al-Masriyya Al-Libaniyah).
- Saad Salman Al-Mashhadani (2019): Scientific Research Methodology, (Amman: Dar Osama for Publishing and Distribution).
- Saja Khusair Abbas (2021): International public relations methods in building the state's image through cyberspace: (University of Baghdad, College of Information, Media Researcher Magazine). Issue 51.
- Samir Muhammad Hussein (1999): Media Research, Studies in Scientific Research Methodology, 2nd edition, (Cairo, Alam al-Kutub).
- Shaima Zulfiqar Zogheib (2009): Research Methods and Statistical Uses in Media Studies (Cairo: Dar Al-Lubnaniya Al-Misriyah).
- Tariq Sharif Younis (2008): Public relations management, concepts, principles and policies, (Amman: Ithraa Publishing and Distribution),
- The names of the media experts are:
- Vivian Abdullah Al-Ghamdi (2012): Compatibility and dissonance between traditional media and digital media, a research paper submitted to the Ministry of Information and Electronic Security: Prince Thabet Arab University for Islamic Sciences.
- Wak Field (2011): word – class, public Relations one Decade the Doesther model stil Apply.
- Xin zhanga (2013): public diplomacy meets social medias Astudy of the U.S embassy bloags and micro,