

مجلة العلاقات العامة

الشرق الأوسط



معامل التأثير العربي لعام ٢٠١٩ = ١.٥٠

معامل التأثير "أرسيف" لعام ٢٠١٩ = ٠.١٣٢١

دورية علمية محكمة بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة - السنة الثامنة - العدد السادس والعشرون - يناير / مارس ٢٠٢٠م

... ص ١١

**أولاً- اعتماد المجلة لعام ٢٠١٩م من المجلس الأعلى للجامعات في مصر
ثانياً- بحوث باللغة العربية:**

- **رؤية النخبة الأكاديمية في تحقيق مفهوم الجودة بأقسام العلاقات العامة بالجامعات السعودية**
أ.د. عزة مصطفى الكحكي (جامعة أم القرى)
زينب أبو عمر فضل الحق الرمضاني (جامعة أم القرى) ... ص ١٥
- **تعرض المغتربين للصحف الإلكترونية المصرية وعلاقته بتشكيل اتجاهاتهم نحو تحرير سعر الصرف:
دراسة ميدانية على عينة من المصريين المقيمين في المملكة العربية السعودية**
د. محمد بسيوني جبريل (جامعة الأزهر) ... ص ٥٩
- **فاعلية الأفلام التربوية القصيرة في خفض التمر الإلكتروني لدى طلاب المرحلة الثانوية**
د. إيمان عاشور سيد حسين (جامعة المنيا) ... ص ١٠٧
- **العوامل المؤثرة على الصورة الذهنية المدركة لوظيفة العلاقات العامة: دراسة ميدانية على عينة من طالبات قسم
الإعلام بجامعة أم القرى**
أ.م.د. رشا عبد الرحيم مزروع (جامعة أم القرى)
شيماء إبراهيم مسرحي (جامعة أم القرى) ... ص ١٥٣
- **العلاقة بين اتجاهات الشباب نحو إعلانات المشاهير ونيتهم الشرائية للمنتج المعلن عنه: دراسة ميدانية**
د. ميرهان محسن محمد السيد طنطاوي (جامعة فاروس) ... ص ١٨٧
- **الاتجاهات البحثية الحديثة نحو توظيف الإعلام الجديد في العلاقات العامة والدبلوماسية العامة:
ورقة تحليلية من المستوى الثاني**
عماد المديفر (جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية)
أسامة المحيا (جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية)
هاني الغامدي (جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية)
إبراهيم الرشدي (جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية) ... ص ٢٢٩
- **استخدام المؤسسات التطوعية الإماراتية لمواقع التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة العمل التطوعي:
دراسة تطبيقية علي القائم بالاتصال**
نورة أحمد يوسف محمد (جامعة الشارقة) ... ص ٢٦١
- ثالثاً- ملخصات بحوث باللغة الإنجليزية:**
- **استخدام قنوات الأخبار (العربية والجزيرة) لتويتر لنشر الأخبار العاجلة**
حسن أحمد أبو شريفة (جامعة جازان) ... ص ٢٩٣

(ISSN 2314-8721)

الشبكة القومية للمعلومات العلمية والتكنولوجية

(ENSTINET)

بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر

رقم الإيداع بدار الكتب: ٢٠١٩/٢٤٢٨٠

جميع الحقوق محفوظة ٢٠٢٠ @ APRA

الوكالة العربية للعلاقات العامة

www.jprr.epra.org.eg

الهيئة الاستشارية

أ.د. علي السيد عجوة (مصر)

أستاذ العلاقات العامة المتفرغ والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

أ.د. ياس خضير البياتي (العراق)

أستاذ الإعلام بجامعة بغداد ووكيل عميد كلية المعلومات والإعلام والعلوم الإنسانية جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا

أ.د. حسن عماد مكاوي (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - العميد السابق لكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د. محمد معوض إبراهيم (مصر)

أستاذ الإعلام المتفرغ بجامعة عين شمس وعميد معهد الجزيرة العالي لعلوم الإعلام

أ.د. سامي السيد عبد العزيز (مصر)

أستاذ العلاقات العامة والاتصالات التسويقية - العميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

أ.د. عبد الرحمن بن حمود العناد (السعودية)

أستاذ العلاقات العامة والإعلام بقسم الإعلام كلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د. محمود يوسف مصطفى عبده (مصر)

أستاذ العلاقات العامة والوكيل السابق لكلية الإعلام لثئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة - جامعة القاهرة

أ.د. سامي عبد الرؤوف محمد طابع (مصر)

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د. شريف درويش مصطفى اللبان (مصر)

أستاذ الصحافة - وكيل كلية الإعلام لثئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة سابقاً - جامعة القاهرة

أ.د. جمال عبد الحي عمر النجار (مصر)

أستاذ الإعلام بكلية الدراسات الإسلامية للبنات - جامعة الأزهر

أ.د. بركات عبد العزيز محمد عبد الله (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - وكيل كلية الإعلام للدراسات العليا والبحوث - جامعة القاهرة

أ.د. عابدين الدردير الشريف (ليبيا)

أستاذ الإعلام وعميد كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الزيتونة - ليبيا

أ.د. عثمان بن محمد العربي (السعودية)

أستاذ العلاقات العامة والرئيس السابق لقسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د. وليد فتح الله مصطفى بركات (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون ووكيل كلية الإعلام لثئون التعليم والطلاب سابقاً - جامعة القاهرة

أ.د. تحسين منصور رشيد منصور (الأردن)

أستاذ العلاقات العامة في كلية الإعلام بجامعة اليرموك

أ.د. محمد عبد الستار البخاري (سوريا)

بروفيسور متفرغ بقسم العلاقات العامة والدعاية، كلية الصحافة، جامعة ميرة أولوغ بيك القومية الأوزبكية

أ.د. علي قسايسية (الجزائر)

أستاذ دراسات الجمهور والتشريعات الإعلامية بكلية علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر ٣

أ.د. رضوان بو جمعة (الجزائر)

أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر

أ.د. هشام محمد عباس زكريا (السودان)

أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الملك فيصل

مؤسسها

ورئيس مجلس الإدارة

د. حاتم محمد عاطف

رئيس EPRA

رئيس التحرير

أ.د. علي السيد عجوة

أستاذ العلاقات العامة والعميد

الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

رئيس اللجنة العلمية بـ EPRA

مديرا التحرير

أ.د. محمد معوض إبراهيم

أستاذ الإعلام بجامعة عين شمس

والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة سيناء

رئيس اللجنة الاستشارية بـ EPRA

أ.د. محمود يوسف مصطفى

أستاذ العلاقات العامة والوكيل السابق بكلية الإعلام لثئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة جامعة القاهرة

مساعدو التحرير

أ.د. رزق سعد عبد المعطي

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام واللسن جامعة مصر الدولية

أ.م.د. ثريا محمد السنوسي (تونس)

أستاذ مشارك بكلية الاتصال جامعة الشارقة

أ.م.د. سهاد عادل جاسم (العراق)

أستاذ مساعد العلاقات العامة بكلية الآداب الجامعة المستنصرية

أ.م.د. فؤاد علي سعدان (اليمن)

الأستاذ المساعد ورئيس قسم العلاقات العامة كلية الإعلام - جامعة اليرموك

د. نصر الدين عبد القادر عثمان (السودان)

أستاذ العلاقات العامة المساعد في كلية الإعلام جامعة عجمان

مدير العلاقات العامة

المستشار/ السعيد سالم خليل

السديقي اللغوي

علي حسين الميهي

صبري محمد سليمان

مدققا اللغة العربية

د. السيد عبد الرحمن علي

مدقق اللغة الإنجليزية

أستاذ العلاقات العامة المساعد في كلية الإعلام جامعة السويس

المراسلات

الجمعية المصرية للعلاقات العامة

جمهورية مصر العربية - الجيزة - الدقي

بين السرايات - ١ شارع محمد الرغبى

إصدارات الوكالة العربية للعلاقات العامة

جمهورية مصر العربية - المنوفية - شبين الكوم

رمز بريدي: ٣٢١١١ صندوق بريدي: ٦٦

Mobile: +201141514157

Fax: +20482310073 Tel: +2237620818

www.jprr.epra.org.eg

Email: jprr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

جميع حقوق الطبع والنشر محفوظة
للوكالة العربية للعلاقات العامة

لا يجوز، دون الحصول على إذن خطي من الناشر، استخدام أي من المواد التي تتضمنها هذه المجلة، أو استنساخها أو نقلها، كلياً أو جزئياً، في أي شكل وبأية وسيلة، سواء بطريقة إلكترونية أو آلية، بما في ذلك الاستنساخ الفوتوجرافي، أو التسجيل أو استخدام أي نظام من نظم تخزين المعلومات واسترجاعها، وتطبق جميع الشروط والأحكام والقوانين الدولية فيما يتعلق بانتهاك حقوق النشر والطبع للنسخة المطبوعة أو الإلكترونية.

الترقيم الدولي للنسخة المطبوعة
(ISSN 2314-8721)

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية
(ISSN 2314-873X)

الشبكة القومية المصرية للمعلومات العلمية والتكنولوجية
(ENSTINET)

بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر
رقم الإيداع: ٣٠١٩ / ٢٤٢٨٠

ولتقديم طلب الحصول على هذا الإذن والمزيد من الاستفسارات، يرجى الاتصال برئيس مجلس إدارة الجمعية المصرية للعلاقات العامة (الوكيل المفوض للوكالة العربية للعلاقات العامة) على العنوان الآتي:

APRA Publications

Al Arabia Public Relations Agency, Egypt, Menofia
Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.
Postal code: 32111 Post Box: 66

Or

Egyptian Public Relations Association, Egypt, Giza,
Dokki, Ben Elsarayat -1 Mohamed Alzoghby st. of Ahmed Elzayat St.

بريد إلكتروني: jpr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

موقع ويب: www.jpr@epra.org.eg - www.apr.agency

الهاتف : 818 - 02-376-20 (+2) - 151 - 14 - 15 - 0114 (+2) - 157 - 14 - 15 - 0114 (+2)

فاكس : 73 - 048-231-00 (+2)

المجلة مفهرسة ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية التالية:



مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط

Journal of Public Relations Research Middle East

التعريف بالمجلة:

مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط دورية علمية تنشر أبحاثاً متخصصة في العلاقات العامة وعلوم الإعلام والاتصال، بعد أن تقوم بتحكيمها من قِبل عدد من الأساتذة المتخصصين في نفس المجال، بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة، أول جمعية علمية مصرية متخصصة في العلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة).
والمجلة ضمن مطبوعات الوكالة العربية للعلاقات العامة المتخصصة في التعليم والاستشارات العلمية والتدريب.

- المجلة معتمدة بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر، ولها ترقيم دولي ورقم إيداع ومصنفة دولياً لنسختها المطبوعة والإلكترونية من أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة، كذلك مصنفة من لجنة الترقّيات العلمية تخصص الإعلام بالمجلس الأعلى للجامعات في مصر.
- أول دورية علمية محكمة في التخصص على مستوى الوطن العربي والشرق الأوسط، وأول دورية علمية عربية في تخصص (الإعلام) تحصل على معامل التأثير العربي Arab Impact Factor بمعامل تأثير = ١.٤٨ بنسبة ١٠٠٪ في تقرير عام ٢٠١٨م للمؤسسة الأمريكية " NSP نشر العلوم الطبيعية " برعاية اتحاد الجامعات العربية.
- المجلة فصلية تصدر كل ثلاثة أشهر خلال العام.
- تقبل المجلة نشر عروض الكتب والمؤتمرات وورش العمل والأحداث العلمية العربية والدولية.
- تقبل المجلة نشر إعلانات عن محركات بحث علمية أو دور نشر عربية أو أجنبية وفقاً لشروط خاصة يلتزم بها المعلن.
- يُقبل نشر البحوث الخاصة بالتّرقّيات العلمية - وللباحثين المتقدمين لمناقشة رسائل الماجستير والدكتوراه.
- يُقبل نشر ملخصات الرسائل العلمية التي نوقشت، ويُقبل نشر عروض الكتب العلمية المتخصصة في العلاقات العامة والإعلام، كذلك المقالات العلمية المتخصصة من أساتذة التخصص من أعضاء هيئة التدريس.

قواعد النشر:

- أن يكون البحث أصيلاً ولم يسبق نشره.
- تقبل البحوث باللغات: (العربية - الإنجليزية - الفرنسية) على أن يُكتب ملخص باللغة الإنجليزية للبحث في حدود صفحة واحدة إذا كان مكتوباً باللغة العربية.
- أن يكون البحث في إطار الموضوعات التي تهتم بها المجلة في العلاقات العامة والإعلام والاتصالات التسويقية المتكاملة.
- تخضع البحوث العلمية المقدمة للمجلة للتحكيم ما لم تكن البحوث قد تم تقييمها من قِبل اللجان والمجالس العلمية بالجهات الأكاديمية المعترف بها أو كانت جزءاً من رسالة أكاديمية نوقشت وتم منح صاحبها الدرجة العلمية.
- يُراعى اتباع الأسس العلمية الصحيحة في كتابة البحث العلمي ومراجعته، ويُراعى الكتابة ببنت (١٤) Simplified Arabic والعناوين الرئيسية والفرعية Bold، وهوامش الصفحة من جميع الجهات

- (٢٠٥٤)، ومسافة (١) بين السطور، أما عناوين الجداول (١١) بنوع خط Arial.
- يتم رصد المراجع في نهاية البحث وفقاً للمنهجية العلمية بأسلوب متسلسل وفقاً للإشارة إلى المراجع في متن البحث وفقاً لطريقة APA الأمريكية.
- يقدم الباحث عدد (٢) نسخ مطبوعة من البحث ونسخة إلكترونية على CD مكتوبة بصيغة Word مصحوبة بسيرة ذاتية مختصرة عنه.
- في حالة قبول البحث للنشر بالمجلة يتم إخطار الباحث بخطاب رسمي بقبول البحث للنشر. أما في حالة عدم قبول البحث للنشر فيتم إخطار الباحث بخطاب رسمي وإرسال جزء من رسوم نشر البحث له في أسرع وقت.
- إذا تطلب البحث إجراء تعديل بسيط فيلتزم الباحث بإعادة إرسال البحث معدلاً خلال أسبوع من استلام ملاحظات التعديل، وإذا حدث تأخير منه فسيتم تأجيل نشر البحث للعدد التالي، أما إذا كان التعديل جذرياً فيرسله الباحث بعد ١٥ يوماً من إرسال الملاحظات له.
- يرسل الباحث مع البحث ما قيمته ٢٠٠٠ جنيه مصري للمصريين من داخل مصر، ومبلغ \$٥٠٠ للمصريين المقيمين بالخارج والأجانب، مع تخفيض لمن يحمل العضوية العلمية بالجمعية. وتخفيض (٥٠٪) من الرسوم لطلبة الماجستير والدكتوراه. يتم بعدها إخضاع البحث للتحكيم من قِبل اللجنة العلمية.
- يتم رد نصف المبلغ للباحثين من داخل وخارج مصر في حالة رفض هيئة التحكيم البحث وإقرارهم بعدم صلاحيته للنشر بالمجلة.
- لا يزيد عدد صفحات البحث عن (٣٥) صفحة A4- في حالة الزيادة تحتسب الصفحة بـ ٢٠ جنيهاً مصرياً للمصريين داخل مصر وللمقيمين بالخارج والأجانب \$٥.
- يتم تقديم خصم خاص من قيمة النشر العلمي لعضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة من المصريين والجنسيات الأخرى بنسبة (١٠٪) ولأى عدد من المرات خلال العام.
- يُرسل للباحث عدد (٢) نسخة من المجلة بعد نشر بحثه، وعدد (٥) مستلة من البحث الخاص به.
- ملخص رسالة علمية (ماجستير) ٢٥٠ جنيهاً للمصريين ولغير المصريين \$١٥٠.
- ملخص رسالة علمية (الدكتوراه) ٣٥٠ جنيهاً للمصريين ولغير المصريين \$١٨٠. على أن لا يزيد ملخص الرسالة عن ٨ صفحات.
- ويتم تقديم خصم (١٠٪) لمن يشترك في عضوية الجمعية المصرية للعلاقات العامة. ويتم إرسال عدد (٣) نسخ من المجلة بعد النشر للباحث على عنوانه بالبريد الدولي.
- نشر عرض كتاب للمصريين ٧٠٠ جنيه ولغير المصريين \$٣٠٠، ويتم إرسال عدد (٣) نسخ من المجلة بعد النشر لصاحب الكتاب على عنوانه بالبريد الدولي السريع. ويتم تقديم خصم (١٠٪) لمن يشترك في عضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة.
- بالنسبة لنشر عروض تنظيم ورش العمل والندوات من داخل مصر ٦٠٠ جنيه، ومن خارج مصر \$٣٥٠. بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- بالنسبة لنشر عروض المؤتمرات الدولية من داخل مصر ٨٥٠ جنيهاً ومن خارج مصر \$٤٥٠ بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- جميع الآراء والنتائج البحثية تعبر عن أصحاب البحوث المقدمة وليس للجمعية المصرية للعلاقات العامة أو الوكالة العربية للعلاقات العامة أي دخل بها.
- تُرسل المشاركات باسم رئيس مجلس إدارة المجلة على عنوان الوكالة العربية للعلاقات العامة - جمهورية مصر العربية - المنوفية - شبين الكوم - تقاطع شارع صبري أبو علم مع شارع الأمين، رمز بريدي: ٣٢١١١ - صندوق بريدي: ٦٦، والإيميل المعتمد من المجلة jpr@epra.org.eg، أو إيميل رئيس مجلس إدارة المجلة ceo@apr.agency بعد تسديد قيمة البحث وإرسال صورة الإيصال التي تفيد ذلك.

الافتتاحية

في بداية العام الثامن ومنذ بداية إصدارها في أكتوبر/ ديسمبر من عام ٢٠١٣م، يتواصل صدور أعداد المجلة بانتظام ليصدر منها خمسة وعشرون عددًا متتابعين، تضم أبحاثًا ورؤى علمية متعددة لأساتذة ومتخصصين وباحثين من مختلف دول العالم.

وبما أن المجلة أول دورية علمية محكمة في بحوث العلاقات العامة بالوطن العربي والشرق الأوسط — وهي تصدر بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة) — وجد فيها الأساتذة الراغبون في تقديم إنتاجهم للمجتمع العلمي بكافة مستوياته ضالته المنشودة للنشر على النطاق العربي وبعض الدول الأجنبية التي تصل إليها المجلة من خلال مندوبيها في هذه الدول، وكذلك من خلال موقعها الإلكتروني. فقد تحصّلت المجلة على أول معامل تأثير عربي (AIF) للدوريات العلمية العربية المحكمة في تخصص (الإعلام) على مستوى الجامعات والمؤسسات العلمية التي تصدر محتوى باللغة العربية بمعدل = ١.٣٤. في عام ٢٠١٦م، ومعدل ١.٥٠ في عام ٢٠١٩م، والمعامل تابع لمؤسسة النشر الأمريكية العالمية (NSP) دار نشر العلوم الطبيعية Natural Publishing Sciences واتحاد الجامعات العربية. وكذلك نجحت المجلة في الحصول على معايير اعتماد معامل "أرسيف Arcif" المتوافقة مع المعايير العالمية والتي يبلغ عددها ٣١ معيارًا، وصنفت المجلة في تخصص العلوم الاجتماعية "متداخلة التخصصات" على المستوى العربي ضمن الفئة "الأولى Q1" وهي الفئة الأعلى. كما صنّفت كذلك في تخصص "الإعلام والاتصال" على المستوى العربي ضمن الفئة "الثانية Q2" وهي الفئة الوسطى المرتفعة، كذلك تصدرت المجلة الدوريات العلمية المحكمة المتخصصة في التصنيف الأخير للمجلس الأعلى للجامعات في مصر، والذي اعتمدها في الدورة الحالية للجنة الترقيات العلمية تخصص "الإعلام" وتقييمها بـ (٦) درجات من (٧). وأصبحت المجلة متاحة على قاعدة البيانات العربية الرقمية "معرفة" وكذلك أصبحت المجلة ضمن قائمة المجلات العلمية المحكمة التي تصدر باللغة العربية المستوفية لمعايير الانضمام لقواعد البيانات العالمية، والتي تم مراجعتها من وحدة النشر بعمادة البحث العلمي بجامعة أم القرى.

والمجلة مفهرسة حاليًا ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية: (EBSCO HOST - دار المنظومة - العبيكان - دار نشر العلوم الطبيعية الأمريكية وقاعدة البيانات العربية الرقمية "معرفة").

وفي العدد السادس والعشرين من المجلة نقدم للباحثين في الدراسات الإعلامية والمهتمين بهذا المجال بحوثًا ورؤى علمية للأساتذة ولأساتذة المشاركين والمساعدین وكذلك الباحثين، مقدمة للنشر العلمي بهدف تكوين رصيد للباحثين من أعضاء هيئة التدريس للتقدم للترقية، أو الباحثين لمناقشة الدكتوراه والماجستير.

ففي البداية نجد تقرير اعتماد المجلة لعام ٢٠١٩م من قبل المجلس الأعلى للجامعات في مصر بالتعاون مع الشبكة القومية للمعلومات العلمية والتكنولوجية بأكاديمية البحث العلمي وبنك المعرفة المصري.

وعلى صعيد البحوث الواردة في العدد " السادس والعشرين" من المجلة نجد:-

بحثاً مقدماً من جامعة أم القرى بالمملكة العربية السعودية تحت عنوان: "رؤية النخبة الأكاديمية في تحقيق مفهوم الجودة بأقسام العلاقات العامة بالجامعات السعودية"، وهو مقدم من: أ.د. عزة مصطفى الكحكي، من مصر، زينب أبو عمر الرمضاني، من السعودية.

وقدم: د. محمد بسيوني جبريل، من مصر، جامعة الأزهر، - دراسة ميدانية على عينة من المصريين المقيمين في المملكة العربية السعودية - عن: "تعرض المغتربين للصحف الإلكترونية المصرية وعلاقته بتشكيل اتجاهاتهم نحو تحرير سعر الصرف".

ومن جامعة المنيا قدمت: د. إيمان عاشور سيد حسين، من مصر، بحثاً بعنوان: "فاعلية الأفلام التربوية القصيرة في خفض التتمر الإلكتروني لدى طلاب المرحلة الثانوية".

ومن جامعة أم القرى كذلك قدمت كل من: أ.م.د. رشا عبد الرحيم مزروع، من مصر، وشيماء إبراهيم مسرحي، من السعودية دراسة ميدانية مشتركة على عينة من طالبات قسم الإعلام بجامعة أم القرى بعنوان: "العوامل المؤثرة على الصورة الذهنية المدركة لوظيفة العلاقات العامة". ومن جمهورية مصر العربية قدمت د. ميرهان محسن محمد السيد طنطاوي "جامعة فاروس"، بحثاً بعنوان: "العلاقة بين اتجاهات الشباب نحو إعلانات المشاهير ونيتهم الشرائية للمنتج المعلن عنه: دراسة ميدانية".

ومن السعودية قدم كل من: عماد المديفر، أسامة المحيا، هاني الغامدي، إبراهيم الرشدي، وهم باحثون دكتوراة في قسم العلاقات العامة بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية ورقة تحليلية من المستوى الثاني بعنوان: "الاتجاهات البحثية الحديثة نحو توظيف الإعلام الجديد في العلاقات العامة والدبلوماسية العامة".

ومن جزر القمر قدمت نورة أحمد يوسف محمد- جامعة الشارقة- بحثاً بعنوان: "استخدام المؤسسات التطوعية الإماراتية لمواقع التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة العمل التطوعي: دراسة تطبيقية علي القائم بالاتصال".

ومن جامعة جازان بالمملكة العربية السعودية قدم حسن أحمد أبو شريفة بحثاً باللغة الإنجليزية بعنوان: "استخدام قنوات الاخبار (العربية والجزيرة) لتويتر لنشر الاخبار العاجلة".

وهكذا فإن المجلة ترحب بالنشر فيها لمختلف الأجيال العلمية من جميع الدول. ومن المعلوم بالضرورة أن جيل الأساتذة وبحوثهم لا تخضع للتحكيم طبقاً لقواعد النشر العلمي المتبعة في المجالات العلمية.

أما البحوث المنشورة لأعضاء هيئة التدريس الراغبين في التقدم للترقي للدرجة الأعلى والطلاب المسجلين لدرجتي الدكتوراه والماجستير فتخضع جميعها للتحكيم من قِبل الأساتذة المتخصصين. وجميع هذه البحوث والأوراق العلمية تعبر عن أصحابها دون تدخل من هيئة تحرير المجلة التي تحدد المحكمين وتقدم ملاحظاتهم إلى أصحاب البحوث الخاضعة للتحكيم لمراجعة التعديلات العلمية قبل النشر.

وأخيراً وليس آخرًا ندعو الله أن يوفقنا لإثراء النشر العلمي في تخصص العلاقات العامة بشكل خاص والدراسات الإعلامية بشكل عام.

والله الموفق،،

رئيس تحرير المجلة

أ.د. علي عجوة

اعتماد المجلة لعام ٢٠١٩ م من المجلس الأعلى للجامعات في مصر





[الصفحة الرئيسية](#)

م	القطاع	اسم المجلة	اسم الجهة / الجامعة	نقاط المجلة	ISSN-P	ISSN-O
1	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	6.5	1110-9297	2682-292X
2	الدراسات الإعلامية	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	الجمعية المصرية للعلاقات العامة	6	2314-8721	2314-873X
3	الدراسات الإعلامية	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الاتصال	جامعة الأهرام الكندية	5	2536-9393	
4	الدراسات الإعلامية	مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	اتحاد الجامعات العربية	4	2356-9891	
5	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة جنوب الوادي	3.5	2536-9237	
6	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	اكاديمية الشروق	3.5	2357-0407	
7	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	جامعة القاهرة – مركز بحوث الرأي العام	3	2356-9131	
8	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإنذاعة والتلفزيون	جامعة القاهرة – مركز بحوث الرأي العام	3	2356-914X	
9	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	جامعة القاهرة – مركز بحوث الرأي العام	3	2356-9158	
10	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	جامعة القاهرة – مركز بحوث الرأي العام	3	1110-5836	
11	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الرأي العام	جامعة القاهرة – مركز بحوث الرأي العام	3	1110-5844	

حقوق الملكية الفكرية © 2020 محفوظة لوحدة نظم المعلومات الإدارية ودعم اتخاذ القرار بمركز الخدمات الالكترونية والمعرفية -المجلس الأعلى للجامعات

الاتجاهات البحثية الحديثة نحو توظيف الإعلام الجديد في العلاقات العامة والدبلوماسية العامة: ورقة تحليلية من المستوى الثاني

إعداد

عماد المديفر، أسامة المحيا، هاني الغامدي، إبراهيم الرشيدى^(*)

^(*) باحثون في مرحلة الدكتوراة بقسم العلاقات العامة في كلية الإعلام - جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.

الاتجاهات البحثية الحديثة نحو توظيف الإعلام الجديد في العلاقات العامة والدبلوماسية العامة: ورقة تحليلية من المستوى الثاني

أسامة المحيا

osmuhaya@gmail.com

جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

إبراهيم الرشيدى

ee2011r@gmail.com

جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

عماد المديفر

emad_9811@hotmail.com

جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

هانى الغامدى

hnhn2361@gmail.com

جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

ملخص:

تهدف هذه الورقة إلى التعرف على مدى انعكاس التطور الحاصل في تقنية المعلومات والاتصالات على دراسات العلاقات العامة المحلية والدولية، على حد سواء، من خلال رصد وتحليل ومقارنة أهم الاتجاهات البحثية والمداخل النظرية والأطر المنهجية لعينة من بحوث العلاقات العامة الرقمية، والدبلوماسية العامة في زمن الإعلام الجديد. وتعد هذه الورقة وصفية تحليلية، تتبع المنهجية النوعية، والكمية بحسب ما تقتضيه الحاجة، استخدم فيها الباحثون التحليل من المستوى الثاني (Secondary Analysis)، وتوصلوا إلى مجموعة من النتائج، أبرزها أن عينة الدراسات العربية في مجال العلاقات العامة الرقمية بدت مرتبكة نوعاً ما؛ إن من حيث أن غالبيتها كانت وصفية فقط لم تسبر أغوار الظاهرة بعمق، أو من حيث تشتت النظريات والمداخل المستخدمة رغم التشابه في المتغيرات التي تدرسها تلك البحوث، أو حتى ما لوحظ من ضعف نسبة كبيرة منها في الاستفادة من النظريات المطبقة في تحليل الظواهر، فضلاً عن اختفاء النظرية عن أخرى. في حين أن عينة الدراسات في مجال الدبلوماسية العامة تميزت بالرسوخ والتماسك والتراكم المعرفي المترابط، وأن التطور في مجال المعلومات وتقنية الاتصالات تسبب في إرباك في الممارسة ذاتها، وليس في بنية الدراسات العلمية، وأن العلماء في هذا الحقل يرونه إرباكاً إيجابياً، يصب في صالح الدفع باتجاه ضرورة تطوير الممارسة بما يحقق لها فرصة أكبر للنجاح إذا ما تم أخذ مصالح الجماهير الأجنبية وثقافتها ووجهات نظرها بالاعتبار، وهو ما ينسجم ونظريتي الامتياز، والحوار، ونموذج قرونيق الرابع. بيد أن الباحثين لاحظوا انغماس عينة دراسات الدبلوماسية العامة في هاجس دراسة ممارسة الدبلوماسية العامة وتطبيقاتها، والعمل على نقد وتطوير تلك الممارسات، وانشغالها بذلك عن دراسة الجماهير، والوسائل. وأن غالب دراسات الدبلوماسية العامة في العينة استخدمت تحليل المضمون، في الدراسات الكمية، أو تحليل الخطاب في الدراسات النوعية، وأن الدبلوماسية العامة لا تزال تفتقر للأطر النظرية الخاصة بها، لكن بسبب قرب مجالها من الاتصال الاستراتيجي السياسي، واهتمامها بدراسة القوائم بالاتصال؛ فقد كان استخدام نظريتي "وضع الأولويات" و "التأطير"، والجمع بينهما

كمدخل نظري، هو الأكثر شيوعاً. كما برز بشكل كبير استخدام نماذج قرونين الأربعة، لا سيما نموذجي الاتصال المزدوج غير المتوازن، والمتوازن، ونظرية الامتياز المعيارية، ونظرية الحوار، في العديد من دراسات الدبلوماسية العامة في العينة محل التحليل، ويرجع ذلك إلى ما أكده الباحثون إلى أنه ينبغي النظر إلى الدبلوماسية العامة كعلاقات عامة دولية، وأنه ثبت علمياً صحة استخدام نظريات العلاقات العامة، وأطرها العلمية في دراسات الدبلوماسية العامة.

مدخل لموضوع الورقة وأهميتها:

أفضت ثورة الاتصالات والمعلومات وما صاحبها من تطورات متتابة ومهولة في عالم الرقمنة والإنترنت، إلى تبدل في طبيعة المجال العام (Public Sphere) الذي يتفاعل عبره الأفراد والمنظمات مع بعضهم البعض، وانتقال الاتصال من الشكل الخطي الأحادي (الواحد إلى العديد)، إلى الشبكي التفاعلي (العديد إلى العديد). وأصبح العالم قرية صغيرة، فانفتحت فيه الحواجز والحدود، وأصبح صوت المواطن عابراً للقارات، يسمع من أي مكان في العالم، وأصبح لديه القدرة على التعبير عن آرائه في القضايا العامة، سياسية كانت أو تجارية أو خدمية وخلافه^(١). وبالتالي فقد أضحت من المنطقي انعكاس هذه التغيرات الجذرية في الطبيعة الاتصالية على مجال العلاقات العامة، كممارسات في المجال التطبيقي، أو كدراسات في المجال النظري، وأن تختلط، بشكل أو بآخر، العلاقات العامة المحلية بالدولية^(٢) العابرة للحدود.

وعليه يرى الباحثون في هذه الورقة أن من الواجب على المتخصصين في حقل العلاقات العامة إعادة التفكير في استراتيجياتهم الاتصالية سواءً أكان ذلك في السرد، أو في الأسلوب والممارسة، أو حتى في الإدارة، في ضوء التطور الحادث في التكنولوجيا الرقمية. وأنه حين يتم تناول حقل العلاقات العامة الواسع، وخاصة في هذا العصر الموسوم بالعولمة والمعلوماتية، فينبغي أن يشمل ذلك أيضاً العلاقات العامة الدولية، كأدبيات، وممارسات، بما في ذلك مجال "الدبلوماسية العامة"، والذي يمثل أحد أبرز أشكال العلاقات العامة الدولية، وأوسعها في المجال البحثي، لما تشكله من أهمية كبيرة اليوم لدى الحكومات، التي باتت تتنافس على قلوب وعقول الجماهير، تماماً كما تفعل المؤسسات مع جماهيرها من أصحاب المصلحة^(٣)، لا سيما مع بروز قوة تأثير الرأي العام حول العالم، وفي مختلف الدول، بغض النظر عما إن كانت ديمقراطية أو غير ديمقراطية. ويتفق ذلك مع ما ذهب إليه سارنقا "Saranga" الذي يرى بأن التحول إلى وسائل الإعلام عبر الإنترنت، وتحول وسائل الإعلام التقليدية لإنشاء مواقع إلكترونية لها، وكذلك الحال فيما يخص شبكات التواصل الاجتماعية مثل الفيسبوك وتويتر، أصبح يمثل اتجاهاً متنامياً بين الناس نحو الإنترنت باعتبارها أبرز وأهم مصادر الأخبار للعالم، وهذا يمثل فرصة فريدة من نوعها للدبلوماسية العامة لاخترق الرأي العام العالمي. إذ سمحت هذه الوسائل الجديدة بنشر الرسالة الإعلامية التي تريدها الدولة منبع الرسالة مباشرة للجمهور المتلقي دون الوساطة من قبل الصحافة أو "حارس البوابة"، كما يمكن من خلال هذه الوسائل أيضاً

نشر الرسالة المرادة بشكل غير مباشر عن طريق شخصيات مستقلة ومنظمات غير حكومية تضيف مزيداً من المصداقية على الرواية المراد إيصالها للجماهير، كما تتيح في ذات الوقت مخاطبة الجماهير مباشرة لإيصال صوت الدولة تجاه ما يتم تداوله من أخبار وأحداث تمس الدولة، لشرح وجهة نظرها، أو لفت الأنظار نحو الوجه المشرق للحياة في الدولة منبع الرسالة في حال تداول أخبار سلبية عنها، أو القيام بمؤتمرات صحفية مباشرة مع الجمهور، ونشر مقاطع فيديو لروايات تعزز رسالة الدولة، إذ أن الناس حول العالم على استعداد للسماع من مختلف الأطراف والتوصل للاستنتاجات بناءً على أسبابهم الخاصة^(٤) وهو ما يمكن قوله تماماً بالنسبة للمؤسسات بمختلف أشكالها، حكومية أو خاصة، محلية كانت أو متعددة الجنسيات. ومن هنا جاءت فكرة هذه الورقة، وأهميتها، في كونها تهدف إلى التعرف على مدى انعكاس هذا التطور الحاصل في تقنية المعلومات والاتصالات على دراسات العلاقات العامة المحلية والدولية، على حد سواء، من خلال تتبع وتحليل ومقارنة الاتجاهات البحثية والمداخل النظرية والأطر المنهجية لعينة من بحوث العلاقات العامة الرقمية، والدبلوماسية العامة في زمن الإعلام الجديد.

قضية الورقة وأهدافها:

تهدف هذه الورقة إلى رصد وتحليل ومقارنة الاتجاهات البحثية والمداخل النظرية والأطر المنهجية لعينة من بحوث العلاقات العامة المحلية والدولية، في عصر الرقمنة وشبكات التواصل الاجتماعي، ومدى انعكاس ثورة المعلومات والاتصالات على تلك الاتجاهات، في كل حقل على حدة من خلال:

- رصد وتحليل أهم القضايا والموضوعات التي حظيت باهتمام الباحثين في عينة الدراسات المختارة في مجالي العلاقات العامة، والدبلوماسية العامة في زمن الإعلام الجديد.
- رصد وتحليل أهم المداخل والاتجاهات النظرية في عينة الدراسات المختارة في مجالي العلاقات العامة، والدبلوماسية العامة في زمن الإعلام الجديد.
- رصد وتحليل أهم المناهج والأدوات والعينات في عينة الدراسات المختارة في مجالي العلاقات العامة، والدبلوماسية العامة في زمن الإعلام الجديد.
- تقديم رؤية نقدية حول ملائمة النظريات والمناهج والأدوات والعينات المستخدمة للمواضيع البحثية للعينة في دراسات العلاقات العامة، والدبلوماسية العامة في زمن الإعلام الجديد، ومدى تطبيقها لتلك النظريات المستخدمة وحجم الاستفادة منها في تحليل النتائج.

المنهجية:

وصفية تحليلية، تتبع المنهجية النوعية والكمية بحسب ما تقتضيه الحاجة، مستخدمة التحليل من المستوى الثاني (Secondary Analysis) والذي يقوم على إعادة توظيف البيانات والمعلومات المستخلصة من البحوث الإنسانية^(٥). ولتحقيق ذلك، قام الباحثون بداية، وفي إطار اجراءاتهم، بسرد

عينة الدراسة، ومراجعتها، وتحليلها تحليلًا أوليًا، من خلال تحديد عنوان الدراسة، وتاريخها، ووعاء النشر، وموضوعها ومشكلتها وأهدافها البحثية، وتساؤلاتها، وفرضياتها -إن وجدت لها فرضيات- وأطرها ومداخلها النظرية، ومنهجيتها، وعينتها، وأبرز نتائجها، تمهيداً للقيام بعمليات التحليل من المستوى الثاني. حيث تم تصنيف الدراسات إلى صنفين، صنف الدراسات التي عنت بالعلاقات العامة الرقمية، وصنف الدراسات التي تناولت الدبلوماسية العامة، ثم جرى تقسيم عرض نتائج التحليل من المستوى الثاني لهذه الدراسة إلى أربعة محاور، تشكل في مجموعها الأهداف العلمية الرئيسة لهذه الدراسة، وتمثلت في: محور يهتم برصد وتحليل أهم القضايا والموضوعات التي حظيت باهتمام الباحثين في عينة الدراسات المختارة في مجالي العلاقات العامة، والدبلوماسية العامة في زمن الإعلام الجديد، والآخر يهتم برصد وتحليل أهم المداخل والاتجاهات النظرية في عينة الدراسات المختارة في مجالي العلاقات العامة، والدبلوماسية العامة في زمن الإعلام الجديد، فيما كان المحور الثالث معني برصد وتحليل أهم المناهج والأدوات والعينات في عينة الدراسات المختارة في مجالي العلاقات العامة، والدبلوماسية العامة في زمن الإعلام الجديد، وجاء المحور الأخير ليقدم رؤية نقدية حول ملائمة النظريات والمناهج والأدوات والعينات المستخدمة للمواضيع البحثية للعينة في دراسات العلاقات العامة، والدبلوماسية العامة في زمن الإعلام الجديد، ومدى تطبيقها لتلك النظريات المستخدمة وحجم الاستفادة منها في تحليل النتائج. كما تم وضع التحليل الأولي للعينة والمتمثل في استعراض لكامل البحوث محل الدراسة، تم وضعه كملحق في نهاية الورقة.

مجتمع الورقة وعينتها:

تصنف عينة الدراسة ضمن العينات العمدية، الغرضية، حيث قام الباحثون باختيارها طبقاً لقضية الدراسة، وللغرض الذي تستهدف تحقيقه، وبحيث يتم اختيار الدراسات ضمن الإطار العام الذي تنطبق عليه صفات المجتمع محل الدراسة: "بحوث العلاقات العامة، والدبلوماسية العامة في زمن الإعلام الجديد"، وأن يراعى في عددها الإشباع المعلوماتي الذي يحقق أهداف هذه الورقة، وأن تغطي فترة زمنية معقولة، وتم تحديد مجال الدراسات منذ العام ٢٠٠٤م، وحتى اليوم.

وكانت عينة الدراسات المختارة والمتمثلة في (٢٦) دراسة موزعة على محورين وفق الجدول التالي:

العينة	محور البحوث
بحوث	العلاقات العامة الرقمية
	الدبلوماسية العامة
	١٥
	١١

نتائج التحليل:

أولاً: رصد وتحليل أهم القضايا والموضوعات التي حظيت باهتمام الباحثين في عينة الدراسات المختارة

أ. دراسات العلاقات العامة الرقمية

بما أن العلاقات العامة الرقمية هي وسط جديد لتطبيق العلاقات العامة، لذلك من المتوقع أن تتعدد القضايا والموضوعات التي تتناولها في بحوثها وأن لا تختلف كثيراً عن بحوث العلاقات العامة التقليدية، وعلى مستوى دراستنا هذه التي أحصت ١٥ دراسة في مجال العلاقات العامة الرقمية، ويمكن حصر القضايا والموضوعات البحثية كما يلي:

توجت أغلب البحوث إلى دراسة استخدامات شبكات التواصل بشكل عام وهذا ليس بغريب أن تسلك البحوث هذا الاتجاه الذي يسعى لدراسة الظواهر في هذا الوسط الجديد، وقد افترق الباحثون في دراستهم لهذا الاستخدام إلى فئتين، إذ توجت الأولى إلى دراسة استخدام ممارسي العلاقات العامة للتطبيقات الرقمية، وتوجه الآخرون لدراسة وتحليل المضمون الذي تنتشره إدارات العلاقات العامة من أجل التعرف على طبيعة الاستخدام.

فقد حظيت البحوث التي توجت لدراسة القائم بالاتصال والممارس للعلاقات العامة بالجزء الأكبر، فقد توجت ٤ دراسات إلى الممارس الحكومي في ٣ دول مختلفة، فنجد دراسة (الصيفي، ٢٠١٨م) اتجهت للممارس الحكومي في السعودية والتي قامت بدراسة استخدام موظفي العلاقات العامة لشبكات التواصل في إطار عدسة مبادئ الاتصال الحوارية "لكينت وتايلور" استناداً إلى فكرة أن الممارسين يسعون جاهداً للحوار والاتصال التفاعلي في اتجاهين، ودراسة (بوهزاع، ٢٠١٧م) في البحرين، ودراسة (منصور، ٢٠١٨م) في الأردن والتي درست استخدامات ممارسي العلاقات العامة الحكوميين لشبكات التواصل ودراسة (القاسمي، ٢٠١٧م) حيث اهتمت دراسته بتوظيف موظفي العلاقات العامة في الوزارات الحكومية للإعلام الجديد في سلطنة عمان. بينما توجت دراسات أخرى إلى الممارس للعلاقات العامة في القطاع الخاص مثل دراسة (منصور ومنصور، ٢٠١٤م) التي اتجهت في دراستها نحو ممارسي العلاقات العامة العاملين في القطاع الصحي الأردني، ودراسة (المزاهرة، ٢٠١٨م) التي اتجهت لدراسة الممارسين في القطاع التجاري ودراسة (البجباح، ٢٠١٧م) التي استهدفت ممارسي العلاقات العامة في شركات الطيران الليبية والتي اهتمت بطبيعة توظيف تكنولوجيا الاتصال وتأثير المستحدثات الاتصالية على ممارسة العلاقات العامة.

وتوجت دراسات أخرى إلى دراسة وتحليل المضمون الذي تنتشره إدارات العلاقات العامة من أجل التعرف على طبيعة استخدام شبكات التواصل وتكنولوجيا الاتصال الحديثة مثل: (الشهري، ٢٠١٩م) التي درست استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في القطاع الثالث في السعودية، أما

دراستي (الرويشد، ٢٠١٥م) و(حمزي، ٢٠١٨م) فقد توجهتا إلى دراسة الاستخدامات لشبكات التواصل في شركات الاتصال السعودية، وتوجهت دراسة (الفرم، ٢٠١٧م) إلى دراسة استخدامات المدن الطبية لشبكات التواصل الاجتماعي للتوعية بمرض كورونا، وأخيراً توجهت دراستان إلى استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في القطاع الحكومي، حيث درس (الصيفي، ٢٠١٨م) استخدامات الجامعات السعودية لشبكات التواصل ودرس (العجلاني، ٢٠١٦م) استخدامات الهيئات الحكومية لشبكات التواصل.

وتوجهت دراستان إلى مواضيع لم تتكرر مثل دراسة (العربي، ٢٠١٨م) التي توجهت إلى إدارة الأزمات عبر شبكات التواصل فهذه الدراسة ركزت على فهم آليات الاتصال الجديدة في استباق وإدارة الأزمات في زمن الأنترنت وكان السؤال الرئيسي لها كيف يمكن للقائم بالاتصال في المؤسسات أن يتجنب الأزمات. وأخيراً دراسة (أحمد، ٢٠١٩م) والتي توجهت لدراسة تأثير استخدام تكنولوجيا الاتصال في إدارة العلاقات العامة من وجهة نظر الجمهور الداخلي لشركة أرامكو.

ب. دراسات الدبلوماسية العامة

جاءت الدراسات في مجال الدبلوماسية العامة قريباً مما ذكر في العلاقات العامة الرقمية، إذ شكلت الدراسات التي تناولت القائم بالاتصال في الدبلوماسية العامة الجزء الأكبر، كدراسات (وانج ٢٠٠٤م، شيفير وغابي ٢٠٠٩م، بامينت ٢٠١٤م، آزادي ٢٠١٦م، كارغاب وأسبيرج ٢٠١٧م). تلتها دراسات توظيف شبكات التواصل الاجتماعي وتكنولوجيا الاتصال الحديثة في ممارسات الدبلوماسية العامة، كدراسات (المديفر ٢٠١٣م، ناتارجان ٢٠١٤م، شافيع سرافستاني وآخرون ٢٠١٩م). وبمرتبة موازية جاءت تلك الدراسات التي تناولت إدارة الدبلوماسية العامة للأزمات عبر الإعلام الجديد ووسائل التواصل الاجتماعي كدراسات (برودروس ورانجونيكولوبولوس ٢٠١٢م، شيفر ٢٠١٤م، جايان ٢٠١٣م). واهتمت غالبية تلك الدراسات في تحليل سرديات خطاب الدبلوماسية العامة الأمريكية، وممارساتها، تلتها سرديات خطاب الدبلوماسية العامة الإسرائيلية وكيفية ممارستها، ثم سرديات خطاب الدبلوماسية العامة الفلسطينية وممارساتها، وأخيراً الهندية والصينية واليونانية، فيما ركزت الدراسة الوحيدة التي تناولت الدبلوماسية العامة السعودية على التعرف على اتجاهات الممارسين سواء أكان ذلك نحو كيفية توظيفهم للإعلام الجديد في الدبلوماسية العامة، أو شكل وأسلوب الخطاب المتبع أو المراد اتباعه من وجهة نظرهم. وبالمحصلة فجميعها دراسات ركزت على ممارسات الدبلوماسية العامة وتطبيقاتها، ولم يتناول أي منها دراسة الجماهير.

ثانياً: رصد وتحليل أهم المداخل والاتجاهات النظرية في عينة الدراسات المختارة

أ. دراسات العلاقات العامة الرقمية:

أما عن أهم المداخل والاتجاهات النظرية في بحوث العلاقات العامة الرقمية فيمكن القول أن هناك تعدداً وتنوعاً في النظريات والمداخل المستخدمة في بحوث عينة الدراسة، وقد يعود السبب إلى حداثة البيئة الاتصالية ونموها الفائق الذي ساهم في حدوث هذا التنوع، فقد سعى الباحثون إلى التقيب في النظريات من أجل تفسير الظواهر.

وشهدت بعض البحوث المزاجية بين أكثر من نظرية واكتفى الكثير منها باستخدام نظرية واحدة، فنجد أن دراسة (القاسمي، ٢٠١٧م) قد استخدمت أربع نظريات، ودراستي (العجلاني، ٢٠١٦م) و(الفرم، ٢٠١٧م) قد استخدمتا ثلاث نظريات، ودراسات مثل (الرويشد، ٢٠١٥م) (الصيفي، ٢٠١٨م) (البجباح، ٢٠١٧م) قد مزجت بين نظريتين أو نظرية ونموذج، أما بقية البحوث فقد اكتفت باستخدام نظرية واحدة، في حين أن دراستي (الصيفي، ٢٠١٦م) و(المزاهرة، ٢٠١٨م) قد اعتمدتا على النظرية الموحدة لقبول واستخدام التقنية UTAUT التي تقوم على ثمانية نظريات ونماذج تتعلق بقبول التكنولوجيا.

ومن أجل التعرف على النظريات المستخدمة في بحوث العينة يمكن القول أن أكثر نظرية تم استخدامها هي نظرية انتشار المبتكرات الحديثة والتي استخدمت في البحوث التالية (العجلاني، ٢٠١٦م) و(عربي، ٢٠١٨م) و(القاسمي، ٢٠١٧م) و(الفرم، ٢٠١٧م) و(الرويشد، ٢٠١٥م) وقد يعود السبب في استخدام هذه النظرية نظراً لما توفره من إطار نظري يفسر استخدام القائم بالاتصال للتكنولوجيا الحديثة في اتصاله مع الجمهور الذي يفضل استخدام هذه التقنيات في تلقي المعلومات، ويمكن القول أن استخدام هذه النظرية جاء في البحوث التي درست استخدامات شبكات التواصل وهذا ما يدعم الرأي بمناسبة استخدامها.

وحلت نظرية العلاقات العامة الحوارية ثانياً في دراسات (حمزي، ٢٠١٨م) (الصيفي، ٢٠١٨م) (البجباح، ٢٠١٧م) (القاسمي، ٢٠١٧م) وذلك من أجل دراسة الطبيعة التي يطرحها الوسط الجديد في إتاحة الحوار بين المنظمة وجمهورها ويمكن القول أن استخدام هذه النظرية يأتي في سياق التعرف على هذا النمط الجديد مقارنة مع العلاقات العامة التقليدية. وهذا ينطبق على نماذج قرونين الأربعة التي سعت بعض الدراسات إلى استخدامها للتعرف على طبيعة الاتصال بين المنظمة وجمهورها، وقد درست هذا بحوث (الرويشد، ٢٠١٥م) (القاسمي، ٢٠١٧م) (الصيفي، ٢٠١٨م) في سعيها للتعرف على نموذج الاتصال الذي تطبقه الجهات في علاقاتها العامة الرقمية.

أما نظرية ثراء الوسيلة التي تقول أنه كلما زاد غموض المضمون والتبست معانيه، كلما كانت وسائل الإعلام الأكثر ثراءً هي الأنسب له ، فقد جاءت دراسات (الفرم، ٢٠١٧م) (القاسمي، ٢٠١٧م)

(العجلاني، ٢٠١٦م) (البجباح، ٢٠١٧م) مستخدمة هذه النظرية من أجل التعرف على الظاهرة وهل شبكات التواصل الاجتماعي تحوي ثراءً يمكنه إبراز جهود العلاقات العامة الرقمية؟، وهذا ما تبين بالفعل في نتائج الدراسات.

واعتمدت دراستا (الصيفي، ٢٠١٦م) و(المزاهرة، ٢٠١٨م) على النظرية الموحدة لقبول واستخدام التقنية UTAUT التي تعد إحدى النظريات التي تساعد في فهم العوامل المؤثرة في تقبل التكنولوجيا الحديثة حيث تقوم هذه النظرية على ثمانية نظريات ونماذج تتعلق بقبول التكنولوجيا، هي نظرية السلوك المخطط ونظرية انتشار المبتكرات، ونموذج الدافعية ونظرية التصرفات المسببة ونموذج قبول التقنية ونموذج استخدام أجهزة الكمبيوتر الشخصية ونظرية المعرفة الاجتماعية.

وتوافرت دراستان (منصور ومنصور، ٢٠١٤م) و(منصور، تحسين، ٢٠١٨م) اتخذتا من نظرية تقبل التقنية إطاراً نظرياً إذ ركزتا على دراسة تكنولوجيا الاتصال الحديثة كشكل من أشكال التجديد في المؤسسة وذلك على مستويين لتبني الفكرة من خلال الأفراد المستخدمين لهذه التكنولوجيا واستخدامها أو تطبيقها والذي يعبر عن تقبل الفكرة والشروع في تطبيقها.

وتفردت دراسة (الشهري، ٢٠١٩م) باستخدامها لنظرية الفجوة الرقمية والتي لم تتكرر في بحوث أخرى وقد جاءت دراسته إعادة لدراسة سابقة على القطاع الخاص من أجل تطبيقها على القطاع الخيري مدعماً مستشهداً بدراسات سابقة استخدمت هذه النظرية.

أما بقية الدراسات فقد اختارت نظريات مطروقة، ويتكرر استخدامها في بحوث العلاقات العامة، وجاء استخدامها لها من باب العرض فقط، إذ لم يتم التطرق لها في تساؤلات الدراسة ولا نتائجها مثل دراسة (الفرم، ٢٠١٧م) ونظرية التسويق الاجتماعي، ومدخل الاستخدامات والإشباع، وكذلك دراسة (العجلاني، ٢٠١٦م) ونظرية وسائل الاتصال كامتداد للحواس.

في حين أن ثلاث دراسات لم تستخدم نظرية في بنائها، مثل دراستي (بوهزاع، ٢٠١٧م) و(أحمد، ٢٠١٩م) إذ اعتمدتا فقط على الدراسات السابقة كإطار تم البناء عليه، ودراسة (لعربي، ٢٠١٨م) التي كانت دراسة كيفية لم يتم فيها إجراء دراسة تطبيقه إذ كانت تسعى إلى فهم آليات الاتصال الجديدة في استباق وإدارة الأزمات في زمن الإنترنت.

ويمكن القول بعد هذا الاستعراض أن هناك تنوعاً في النظريات المستخدمة في بحوث العلاقات العامة الرقمية، وأن هذا التنوع شمل نظريات تتعلق باستخدام التقنية كالنظرية الموحدة لقبول واستخدام التقنية ونظرية تقبل التقنية ونظرية الفجوة الرقمية ونظرية ثراء الوسيلة، وشمل غيرها من نظريات ونماذج العلاقات العامة كنظرية العلاقات العامة الحوارية ونماذج قرونق الأربعة، وشهدت البحوث استخدام نظريات اعلامية كنظرية وسائل الاتصال كامتداد للحواس ونظرية التسويق الاجتماعي، وكذلك مدخل الاستخدامات والإشباع.

ب. دراسات الدبلوماسية العامة

أما بشأن المداخل والاتجاهات النظرية في عينة الدراسة من بحوث الدبلوماسية العامة، فبالرغم من أن الأدبيات العلمية في بحوث الدبلوماسية العامة والعلاقات العامة الدولية ككل تتحدث عن الافتقار للنظرية المتخصصة في هذا المجال، إلا أن الباحثين في هذه الورقة وجدوا أن عينة دراسات الدبلوماسية العامة كانت أكثر تركيزاً وتبلوراً حول مداخل ونظريات محددة، تمثلت في نظرية الأجندة (وانج ٢٠٠٤م، شيفر وغابي ٢٠٠٩م، برودروس وفرانجونيكولوبولوس ٢٠١٢م)، والتأطير (وانج، ٢٠٠٤م، شيفر وغابي ٢٠٠٩م، برودروس وفرانجونيكولوبولوس ٢٠١٢م، سرفستاني وآخرون ٢٠١٩م)، بالدرجة الأولى، تلتها نماذج قرونيق الأربعة ونظرية الامتياز (زهانج ٢٠١٣م، المديفر ٢٠١٣م، ناتاراجان ٢٠١٤م، آزادي ٢٠١٦م، شافيع ٢٠١٩م)، وأدبيات القوة الناعمة (ناتاراجان ٢٠١٤م، شافيع ٢٠١٩م)، وأدبيات إدارة السمعة أثناء الأزمات بما في ذلك توظيف الاعلام الجديد في هذه العملية، كدراسة (برودروس وفرانجونيكولوبولوس، ٢٠١٢م)، ودراسة (شيفرو، ٢٠١٤م)، بالإضافة إلى نظرية الحوار (بامينت، ٢٠١٤م)، ونظرية اللعبة (زهانج، ٢٠١٣م)، وعرض الذات وتطويع الانطباع (المديفر، ٢٠١٣م). ويعزو الباحثون ذلك إلى طبيعة الفضاء العام الذي تعمل من خلاله الدبلوماسية العامة، كون هذا الفضاء ذي صلة وثيقة بالاتصال الاستراتيجي السياسي، الأمر الذي يجعل من نظريتي "وضع الأولويات" و "التأطير" في مقدم النظريات وأكثرها استخداماً، لا سيما في مجال الدبلوماسية العامة الإعلامية Mediated Public Diplomacy، وهو ما ينطبق كذلك على نظرية "اللعبة"، ونظرية "عرض الذات وتطويع الانطباع"، إلا أنهما أقل استخداماً نظراً لكون منشأهما في الأساس من حقول بحثية ليست إعلامية؛ فنظرية "اللعبة" تنتمي للدراسات السياسية والاقتصادية، فيما نظرية عرض الذات وتطويع الانطباع نبعت بالأساس من علم النفس الاجتماعي. أما بروز استخدام نماذج قرونيق الأربعة، ونظرية الامتياز، من جانب، ونظرية الحوار من جانب آخر؛ فذلك مرده إلى رؤية العلماء والباحثين إلى الدبلوماسية العامة باعتبارها فرعاً من فروع العلاقات العامة، وهو ما جعلهم يؤكدون بأنه يجدر "النظر للدبلوماسية الشعبية (العامة) من منظور العلاقات العامة كون ذلك يعد محفزاً ومنعشاً للأفكار ذات الصلة بمجال الدبلوماسية الشعبية (العامة)" (٦) وأزيد من ذلك، فقد أثبت علماء العلاقات العامة ملائمة استخدام نظرية الامتياز ونماذج قرونيق الأربعة في دراسة ممارسات الدبلوماسية العامة. (٧)

ثالثاً: رصد وتحليل أهم المناهج والأدوات والعينات في عينة الدراسات المختارة في مجالي العلاقات العامة، والدبلوماسية العامة في زمن الإعلام الجديد

أ. العلاقات العامة الرقمية

طغى المنهج الكمي في المناهج المستخدمة في جميع بحوث العلاقات العامة الرقمية (عينة الدراسة) ما عدا دراسة واحدة استخدمت المنهج الكيفي وهي دراسة (لعربي، ٢٠١٨م)، وهذا الإفراط نحو استخدام المنهج الكمي في رأينا أنه لا يخدم المجال البحثي كثيراً ما يعني تقلص الفرص في تطوير الأطر النظرية للباحثين المستقبليين، فالمنهج الكيفي قادر على بلورة النماذج والنظريات بشكل أكبر من المنهج الكمي، ويمكننا القول أن هذه البحوث اتسمت بأنها وصفية، وأن الاتجاه نحو المجال الوصفي فقط يعني أن البحث في العلاقات العامة الرقمية مازال يلامس السطح، ولم يتم سبر أغواره بعمق.

أما عن الأدوات البحثية التي استخدمتها هذه الدراسات، فقد جاءت الاستبانة أولاً بثمان دراسات وتحليل المضمون ثانياً بخمس دراسات ثم المقابلات المقننة أخيراً بدراسة واحدة.

أما عن الدراسات التي اعتمدت الاستبانة كأداة لها فنجد ثلاث دراسات اعتمدت على استقصاء كامل مجتمع الدراسة وهي دراسة (البجراح، ٢٠١٧م) من خلال المسح الشامل لكامل المجتمع بسبب صغر حجم العينة فقد استقصت ٥٠ ممارسة للعلاقات العامة في ٤ شركات هي الخطوط الجوية الليبية والخطوط الجوية الأفريقية والخطوط الجوية التركية والأجنحة الليبية للطيران. ودراسة (منصور، ٢٠١٤م) عبر مسح جميع الممارسين للعلاقات العامة في الوزارات والمؤسسات التي تعتمد في موازنتها على الحكومة في الأردن وبلغ إجمالي مجتمع الدراسة ١٢٥ ممارسة. ودراسة (منصور، ٢٠١٨م) وكان مجتمع دراستها جميع موظفي العلاقات العامة في القطاع الصحي البالغ عددهم ١٣٠ موظفاً وموظفة في ٣١ مستشفى داخل العاصمة الأردنية عمان.

أما الخمس دراسات المتبقية فقد استجوبت عينة من المجتمع فنجد أن دراسة (القاسمي، ٢٠١٧م) التي استخدمت الاستبانة من أجل استقصاء ١١١ موظفاً حكومياً في إدارات العلاقات العامة في وزارات ومؤسسات سلطنة عمان، وكذلك دراسة (بوهزاع، ٢٠١٧م) باستخدام عينة من ٢٥٠ شخصاً من أفراد ومنسوبي وزارة الداخلية البحرينية وكذلك أيضاً دراسة (الصيفي، ٢٠١٦م) والتي استخدمت عينة ١٣٢ ممارسة من ممارسي العلاقات العامة في القطاع الحكومي بالإضافة إلى دراسة (أحمد، ٢٠١٩م) التي استجوبت ٢٥٦ مفردة من موظفي شركة أرامكو -الجمهورية الداخلي-، وأخيراً دراسة (المزاهرة، ٢٠١٨م) التي استقصت ١٠٠ مفردة من ممارسي العلاقات العامة في الشركات التجارية الأردنية. وجاء استخدام هذه البحوث لهذه الأداة من أجل استقصاء الإجابات من الأفراد كأفضل أداة يمكنها استجواب هذه الأعداد الكبيرة ضمن عينة الدراسات.

وحل تحليل المضمون ثانياً بخمسة دراسات هي : (الرويشد، ٢٠١٥م) و(حمزي، ٢٠١٨م) واللتان حللتا حسابات شبكات التواصل لنفس العينة (شركة الاتصالات السعودية، موبايلى، زين) على اختلاف بينهما في نوع الشبكة التي تم تحليلها إذ اقتصرت دراسة حمزي على (تويتر) بينما دراسة الرويشد استهدفت تحليل شبكات تويتر وفيس بوك وإنستغرام لنفس العينة، وكذلك دراسة (العجلاني، ٢٠١٦م) التي قامت بتحليل مضمون حسابات ١٠ هيئات حكومية في شبكات التواصل، أما دراسة (الفرم، ٢٠١٧م) فقد قامت بتحليل حسابات تويتر ل ٥ مدن طبية كبرى في مدينة الرياض، وفي تويتر أيضاً قامت دراسة (الصيفي، ٢٠١٨م) بتحليل محتوى حسابات تويتر لجامعات الملك فيصل والملك عبدالعزيز والفيصل الأهلية.

وأخيراً نجد دراسة وحيدة (الشهري، ٢٠١٩م) التي اختارت المقابلات المقننة مع مسؤولي العلاقات العامة والاتصال في مؤسسات القطاع الثالث بغية التعرف على حجم الفجوة الرقمية لديهم من عدمها.

ب. الدبلوماسية العامة

باستثناء دراسة (المديفر، ٢٠١٣م)، التي دمجت بين أسلوب (المسح) الكمي، والأساليب الكيفية في جمع وتحليل المعلومات عبر (المقابلات المعمقة) و(المجموعات المركزة)، فقد كانت بقية الدراسات إما تعمل على (تحليل المضمون)، بالنسبة للبحوث التي اتبعت المنهج الكمي، كدراسة (وانج، ٢٠٠٤م)، و(شيفر وغابي، ٢٠٠٩م)، و(كارغاب وأسبيرج، ٢٠١٧م)، أو (تحليل الخطاب) بالنسبة للبحوث التي اتبعت المنهج النوعي، كدراسة (برودروس وفرانجونيكولوبولوس، ٢٠١٢م)، (بامينت، ٢٠١٤م)، (شيفر، ٢٠١٤م)، (ناتاراجان، ٢٠١٤م)، (آزادي، ٢٠١٦م)، (شافيع وآخرون، ٢٠١٩م). وكانت عينة (المديفر، ٢٠١٣م) من الممارسين للدبلوماسية العامة في وزارة الخارجية السعودية وممثلياتها في الخارج، فيما كانت عينة دراسة (وانج، ٢٠٠٤م) جميع المواد المنشورة في عينة من ثلاث صحف محلية في ولاية (أيوا) الأمريكية عن زيارة الرئيس الصيني السابق ضمن الحدود الزمانية للدراسة، أما بقية الدراسات فكانت عينتها من ضمن المحتوى والمضامين التي ينتجها ممارسو الدبلوماسية العامة، كما في دراسة (شيفر وغابي، ٢٠٠٩م) التي درست مضامين رسائل الدبلوماسية العامة الإسرائيلية والفلسطينية في الصحافة البريطانية والأمريكية ضمن حدثي (الانسحاب من غزة، والانتخابات العامة في السلطة الفلسطينية)، أو دراسة (بامينت، ٢٠١٤م) ودراسة (آزادي، ٢٠١٦م) التي تناولت عينتها مضامين رسائل الدبلوماسية العامة الأمريكية، أو دراسة (شيفرو، ٢٠١٤م) و(شافيع وآخرون، ٢٠١٩م) التي كانت عينتها مضامين خطاب الدبلوماسية العامة الإسرائيلية، أو (ناتاراجان، ٢٠١٤م) ورسائل الدبلوماسية العامة الهندية، أو دراسة (برودروس وفرانجونيكولوبولوس، ٢٠١٢م) التي درست خطاب الدبلوماسية العامة اليونانية أثناء فترة الأزمة

الاقتصادية التي حلت بالبلاد. كما تفردت دراسة الإيرانيون (شافيع وآخرون، ٢٠١٩م) بأن وسعت من عينتها لتشمل دراسة نوعية للتعرف على الشبكة الاجتماعية والعلمية والسياسية التي تتحرك من خلالها الدبلوماسية العامة الإسرائيلية داخل الولايات المتحدة الأمريكية، والعلاقات فيما بينها، بالإضافة لدراستهم لرسائل الدبلوماسية العامة الإسرائيلية في الولايات المتحدة الأمريكية.

رابعاً: رؤية نقدية حول ملائمة النظريات والمنهجيات والأدوات والعينات المستخدمة للمواضيع البحثية للعينة في الدراسات المختارة، ومدى تطبيقها لتلك النظريات وحجم الاستفادة منها في تحليل النتائج.

أ.دراسات العلاقات العامة الرقمية

أما عن مدى استفادة الباحث من تطبيق النظرية في تساؤلات ونتائج الدراسة فيمكن القول أن هناك تبايناً كبيراً بين الباحثين وحجم استفادتهم، وبعد استبعاد الدراسات التي لم تستخدم نظرية، فيمكن تقسيم البحوث إلى اتجاهين هما:

بحوث وظفت النظرية وربطتها مع نتائجها:

نتحدث هنا عن الباحث الذي جعل النظرية محوراً ترتكز عليه دراسة الظاهرة ابتداءً من التساؤلات والدراسات السابقة ومن ثم عرض وتفسير النتائج، وهذه الحالة نجدها في الباحثين الذين عنونوا بحوثهم في ضوء نظرية معينة، أو الباحثين الذين استقطبوا نظرية جديدة على دراسات الحقل البحثي، ما يمكننا من القول بأن هذه سمة طغت على بحوث عينة الدراسة، ومثال ذلك دراستا (الصيفي، ٢٠١٦م) و (المزاهرة، ٢٠١٨م) إذ اعتمدتا على النظرية الموحدة لقبول واستخدام التقنية UTAUT، ودراسة (الشهري، ٢٠١٩م) التي اعتمدت على نظرية الفجوة الرقمية، ودراسة (الرويشد، ٢٠١٥م) التي اعتمدت على نماذج قرونين الأربعة. أيضاً دراسة (الصيفي، ٢٠١٨م) التي اعتمد الباحث على نظريتي النماذج الأربعة للعلاقات العامة واستخدمها لوصف كيفية تطور العلاقات العامة وممارستها تاريخياً في الولايات المتحدة وكذلك نظرية الحوار واستناداً إلى فكرة أن الممارسين يسعون جاهدين للحوار والاتصال التفاعلي في اتجاهين في إطار جهود العلاقات العامة، وكذلك دراسة (حمزي، ٢٠١٨م) والتي اعتمدت على نظرية العلاقات العامة الحوارية، وأيضاً دراستا (منصور، ٢٠١٤م) و(منصور، ٢٠١٨م) في استخدامهما لنظرية تقبل التقنية.

بحوث وظفت النظرية ولم تربطها مع نتائجها:

أما المستوى الثاني من الدراسات فهي دراسات أخذت في عرض النظريات في إطارها من أجل العرض فقط، إذ لم يتم التطرق لها ولم تبرز في تساؤلات الدراسة ولا نتائجها، ولا أدل من ذلك

إلا إقحام بعض الباحثين لأكثر من نظرية، حيث وصلت في أحد الدراسات إلى ٣ نظريات وهذا مؤشر واضح على ضعف التماسك العلمي للبحث، الذي نبدي استغرابنا في رغبة الباحث الانطلاق من هذه النظريات الثلاث في معالجة ظاهرة مثل استخدام حسابات المدن الطبية في التوعية بمرض كورونا والذي ظهر جلياً في دراسة (الفرم، ٢٠١٧م)، أيضاً دراسة (القاسمي ٢٠١٧م) عن مستوى استخدام القائم بالاتصال في العلاقات العامة للإعلام الجديد حيث يمكن ربط النتائج بنظريتي ثراء وسائل الإعلام وانتشار المستحدثات لكن لم يكن هناك ذكر واضح أو ربط مؤثر لبقية النظريات لتوسعه البالغ وعدم التركيز على نظرية قائمة، وكذلك دراسة (العجلاني ٢٠١٦م) حيث استفاد الباحث من دراسة سابقة قريبة في وضع نظريات الدراسة الثلاث لكنه استفاد من اثنتين وذكر الثالثة لمجرد الذكر أيضاً دراسة (البجراح ٢٠١٧م) حيث اعتمد الباحث على نظريتي ثراء الوسيلة والاتصال الحوارية ونظرية الاتصال تعتمد على الجانب التحليلي الذي يتناول طبيعة الوصول للشبكة العنكبوتية وهذا يأتي خلافاً لتوظيف الباحث للنظرية في إطارها الإجرائي أيضاً اللبس الذي وقع فيه الباحث في استخدامه لمقاييس المبادئ الأساسية لنظرية الحوار في الاستبانة وليس الاتصال الحوارية أيضاً في النتائج اكتفى بعرض سطحي من وجهة نظر الممارسين ولم يربط النتائج بمشكلة البحث والفلسفة النظرية المستخدمة في الدراسة بشكل جيد مما أفقد الدراسة الثراء المعلوماتي المطلوب.

ب. دراسات الدبلوماسية العامة

أما في عينة دراسات الدبلوماسية العامة فقد بدت أطرها النظرية أكثر تماسكاً، وملاءمة للمشكلات البحثية، رغم أن غالبيتها لم تستند إلى نظرية واحدة، بل مزجت بين نظريتين أو أكثر، مركزة على بعض الأوجه والجزئيات من هذه النظرية أو تلك، ومغفلة أخرى، ولتؤلف بذلك إطارها النظري الخاص، وبما ينسجم ومشكلة الدراسة، ويحقق أهدافها، ويجيب عن تساؤلاتها، وبالتالي وفقت لحد بعيد في مناقشة نتائجها في ضوء تلك التوليفات، ساعدها في ذلك - ربما - أنها في غالبها دراسات اتبعت المنهجية النوعية.

ويعزو الباحثون في هذه الورقة لجوء بحوث الدبلوماسية العامة لهذا الأسلوب في الدمج والتوليف في الأطر النظرية إلى كون حقل دراسات الدبلوماسية العامة يفتقر بالأساس للأطر النظرية الخاصة به، الأمر الذي حدا بالدارسين فيه إلى استدعاء الأطر والنماذج والمداخل النظرية من حقول العلاقات العامة والاتصال، بشكل رئيس، ثم تلك المتوافرة في حقل السياسة وعلم النفس الاجتماعي بدرجة أقل، ثم التركيز على ما يتوافق ومشكلاتهم البحثية، وإعادة التوليف والمزج بينها. بيد أن ما لوحظ هو أن هذا المزج لم يفقد تلك الأطر النظرية المؤلفة، وتلك الدراسات بالعموم؛ ميزة الانسجام والترابط، والإفادة من النظريات والنماذج في بناء الدراسات، وبناء أدواتها، وتحليل بياناتها وتفسير نتائجها، لا سيما وأن هذه الدراسات لم تعمل بالأساس على اختبار فرضيات تلك النظريات، ولا

التحقق من العلاقات بين المتغيرات، بقدر ما سعت إلى الانطلاق منها كأرضية علمية مسلمة، بهدف وصف وتحليل ومقارنة الممارسات والتطبيقات القائمة، ونقدتها، على ضوء تلك النظريات والنماذج والمداخل باعتبارها مسلمات مختبرة ومتحقق منها سابقاً في الدراسات التي تناولتها في حقولها الأصلية. كما أن الغالبية العظمى منها كانت، وكما أسلفنا، دراسات نوعية، والتي هي في الأساس لا تختبر الفرضيات، بقدر ما تتعمق في فهم وتفسير الممارسات والظواهر. وهذا الأمر ينقلنا إلى المنهجيات والأدوات والعينات المستخدمة في العينة محل الدراسة، إذ وجد أن التنوع بين المنهجين النوعي والإمبريقي، أدى إلى تنوع في الأدوات المستخدمة في عمليات جمع وتحليل المعلومات ما بين الأدوات الإمبريقية، كالاستبانة، واستمارة تحليل المضمون، والأدوات النوعية، خاصة أسلوب تحليل الخطاب، وإن كانت الغلبة فيها بالعموم للأدوات النوعية. فيما تميزت دراسة (المديفر، ٢٠١٣م) بالمزاوجة بين الأدوات الإمبريقية والنوعية في آن معاً، فاستخدمت الاستبانة إمبريقياً، كما استخدمت المقابلات الشخصية المعمقة، والمجموعات المركزة، نوعياً، ووظفتها بشكل فعال للمساهمة في تفسير النتائج الكمية، وبهدف إثراء الدراسة، وإعطائها عمقاً أبعد أسهم في فهم أدق للنتائج. إلا أن ما يعيب هذه الدراسات في هذه العينة بالعموم أنها ركزت على دراسة الممارسات والتطبيقات للقائم بالاتصال (القائم بأنشطة الدبلوماسية العامة)، وأغفلت دراسة الجماهير وأصحاب المصلحة، كما أغفلت دراسة الوسائل الوسيطة، وطريقة عملها، الأمر الذي يجعل الصورة البانورامية العامة لدراسات هذا الحقل غير متوازنة، ويسودها الغموض في جوانب لا تقل أهمية عن دراسة القائم بالاتصال، خاصة إذا ما علمنا أن هذه الملاحظة تتفق والعديد من الدراسات التي نظرت في الأدبيات العلمية لحقل الدبلوماسية العامة، وأكدت تركيز الدراسات على الممارسين وممارساتهم، دون دراسة الجماهير، أو الوسائل.

خلاصة الاستنتاجات العامة:

يتضح مما سبق أن الدراسات في مجال العلاقات العامة الرقمية تشهد ارتباكاً في المشهد يتمثل في عدة مستويات، أولاً: اتجاه النسبة الأعظم منها إلى البحوث الوصفية فقط ما يعني أن البحث في العلاقات العامة الرقمية مازال يلامس السطح، ولم يتم سبر أغواره بعمق وهذا ظاهر في غلبة استخدامها للمنهج الكمي، ثانياً: تنوع النظريات والمداخل التي يستخدمها الباحثون مع التشابه في المتغيرات التي تدرسها تلك البحوث، ثالثاً: الضعف الملاحظ في نسبة كبيرة منها في الاستفادة من النظريات المطبقة في تحليل الظواهر فضلاً عن اختفاء النظرية عن بعض الدراسات، وأخيراً: نلاحظ عدم إبداء الباحثين لوجهة نظرهم تجاه النظريات المستخدمة مع الاختلاف الحاصل بين البيئة التي انتجت فيها الدراسة وبين البيئة التي يتم تطبيق الدراسة عليها، فضلاً عن عدم رصدنا لأي نموذج سواء كان جديداً أو معدلاً في الدراسات محل الدراسة.

أما عينة الدراسات في مجال الدبلوماسية العامة، فكشف تحليلها من المستوى الثاني جملة من النتائج العامة، والتي يمكن حصر أبرزها في نقاط كمايلي:-

(١) أن هناك رسوخاً وتماسكاً وتراكماً معرفياً مترابطاً في مشهد الدراسات في الدبلوماسية العامة في زمن الإعلام الجديد، وأن هذا التطور وهذه الثورة في مجال المعلومات وتقنية الاتصالات لم تتسبب - من حيث الدراسة والبنية العلمية - في حالة التبعثر، سواءً في الأطر والمداخل النظرية المستخدمة، أو في المنهجيات البحثية المتبعة، إذا ما قورنت بالإرباك الحاصل في عينة دراسات العلاقات العامة الرقمية. وربما قد تكون هذه النتيجة لا تعكس فروقاً في مدى تماسك أو ارتباك المشهد العلمي بين الدراسات في حقل العلاقات العامة الرقمية، وحقل دراسات الدبلوماسية العامة في زمن الإعلام الجديد، بقدر ما تعكس فروقاً في مستوى عينة الدراسات العربية والغربية، سيما إذا ما علمنا أن الغالبية العظمى من عينة دراسات الدبلوماسية العامة كانت دراسات عربية، فيما كانت الدراسات في عينة العلاقات العامة الرقمية محصورة بالدراسات العربية.

(٢) بيد أن هذه الثورة المعلوماتية في واقع الأمر، سببت الإرباك في مشهد الممارسة ذاتها، ممارسة الدبلوماسية العامة، وأن العلماء في هذا الحقل يرونه إرباكاً إيجابياً، يصب في صالح الدفع باتجاه ضرورة تطوير الممارسة بما يحقق لها فرصة أكبر للنجاح إذا ما تم أخذ مصالح الجماهير الأجنبية وثقافتها ووجهات نظرها بالاعتبار، وهو ما ينسجم ونظريتي الامتياز، والحوار، ونموذج قرونين الرابع.

(٣) اشتغال عينة دراسات الدبلوماسية العامة المغرب في هاجس دراسة ممارسة الدبلوماسية العامة وتطبيقاتها، والعمل على نقد وتطوير تلك الممارسات، وانشغالها بذلك عن دراسة الجماهير، والوسائل.

(٤) أن غالب الدراسات في العينة استخدمت تحليل المضمون، في الدراسات الكمية، أو تحليل الخطاب في الدراسات النوعية. وهو ما يؤكد النقطة السابقة، من اهتمامها بدراسة ممارسات القائم بالدبلوماسية العامة، دون دراسة الجماهير.

(٥) افتقارها للأطر النظرية الخاصة بها.

(٦) بسبب قرب مجالها من مجال الاتصال الاستراتيجي السياسي، واهتمامها بدراسة القائم بالاتصال؛ فقد كان استخدام نظريتي "وضع الأولويات" و"التأطير"، والجمع بينهما كمدخل نظري، هو الأكثر شيوعاً.

(٧) كما برز بشكل كبير استخدام نماذج قرونين الأربعة، لا سيما نموذجي الاتصال المزدوج غير المتوازن، والمتوازن، ونظرية الامتياز المعيارية، ونظرية الحوار، في العديد من دراسات الدبلوماسية العامة في العينة محل التحليل، ويرجع ذلك إلى ما أكده الباحثون إلى أنه ينبغي النظر إلى الدبلوماسية العامة كعلاقات عامة دولية، وأنه ثبت علمياً صحة استخدام نظريات العلاقات العامة، أطرها العلمية في دراسات الدبلوماسية العامة.

٨) ظهور استخدام نظرية علم النفس الاجتماعي "عرض الذات وتطوير الانطباع" في دراسات الدبلوماسية العامة، وقد كانت دراسات الدعاية قد سبقت إلى استخدامها، مما قد يشي بوجود تقارب بين الدعاية والدبلوماسية العامة، وإن كان الممارسون والباحثون في حقل الدبلوماسية العامة - على حد سواء - يرفضون هذا القول.

٩) لوحظ الاهتمام الكبير بسمعة الدولة وإدارتها في مجال دراسات الدبلوماسية العامة، ورغم ذلك، لم تتعمق الدراسات في تناول قياس سمعة الدول، فضلاً عن دراسة أثر هذه السمعة على ممارسات وتطبيقات ورسائل الدبلوماسية العامة.

الملاحق: استعراض عام لعينة الدراسة والمتمثلة في (٢٦) دراسة.

أ. دراسات العلاقات العامة الرقمية

١- دراسة الشهري (٢٠١٩م) وهي دراسة وصفية على عينة من المؤسسات الخيرية والتي أنت استكمالاً لما توصلت له نتائج الدراسات السابقة، فقد بنى الباحث دراسته على دراسة سابقة عن استخدامات القطاع الخاص لوسائل التواصل الاجتماعي بناءً على نظرية الفجوة الرقمية (النوع الثاني: ما بعد استخدام التقنية) والذي يفترض أن الجهات تستخدمها بالفعل، لكن يرغب أن يدرس هذا الاستخدام من حيث فعاليته، لذلك أراد الباحث أن يعيد هذه الدراسة باستخدام نفس النظرية على الجهات الخيرية، من أجل التعرف على الاستخدامات في إطار افتراضات نظرية الفجوة الرقمية (لما بعد الاستخدام) وكذلك التعرف على العوامل المؤثرة في ما بعد استخدامها. وأجرى الباحث دراسته بمقابلات علمية مقننة مع مسؤولي الاتصال في مؤسسات وجمعيات العينة، وذلك باستخدام المنهج الكمي واختار عينة عمدية من هذا المجتمع قوامها ١٠٠ مفردة تمثل ١٣% من إجمالي مفردات مجتمع الدراسة. وخلصت الدراسة إلى تلاشي الفجوة الرقمية لما بعد الاستخدام بين المؤسسات الخيرية والقطاع الخاص في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وأنه ظهرت فجوة رقمية لما بعد الاستخدام بين مؤسسات القطاع الخيري نفسها، وذلك بسبب التفاوت فيما بينها.

٢- دراسة الصيفي (٢٠١٦م) التي سعت إلى التعرف على مدى تبني ممارسي العلاقات العامة للإعلام الاجتماعي في المنظمات الحكومية في المملكة العربية السعودية، وتحديد العوامل المؤثرة في استخدامهم لأدوات الإعلام الاجتماعي في ضوء العناصر الخمسة للنظرية الموحدة لقبول واستخدام التقنية: النية السلوكية وسلوك الاستخدام والأداء المتوقع والجهد المتوقع والعوامل الاجتماعية والتسهيلات المتاحة.، وتنتمي هذه الدراسة الكمية إلى الدراسات الوصفية المسحية، واعتمدت الاستبانة كأداة لها، على عينة شبكية قوامها ١٣٢ مفردة من ممارسي العلاقات العامة في القطاع الحكومي. وتوصلت الدراسة إلى أن غالبية ممارسي العلاقات العامة في المنظمات الحكومية السعودية يتبنون استخدام وتوظيف الإعلام الاجتماعي في أعمال ومهام العلاقات العامة.

٣- دراسة المزاهرة (٢٠١٨م) والتي هدفت إلى التعرف على مدى توظيف ممارسي العلاقات العامة في القطاع التجاري الأردني لشبكات التواصل، ومن ثم التعرف على العوامل التي تؤثر في توظيفهم لهذه الشبكات في ضوء العناصر الخمسة للنظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا، وأجرى الباحث دراسته على عينة من ١٠٠ مفردة من ممارسي العلاقات العامة، وتنتمي هذه الدراسة للدراسات الوصفية معتمدة على منهج المسح وكان من أهم النتائج التي توصلت لها الدراسة أن ٤٨% ممن أجريت عليهم الدراسة يقومون بتوظيف شبكات التواصل في مجال عملهم، وأن شبكة الفيسبوك هي الأكثر استخداماً من قبل الممارسين من بين الشبكات الاجتماعية الأخرى، وقد توصلت الدراسة إلى وجود علاقة بين الأداء المتوقع والنية السلوكية، وإلى وجود علاقة بين كل من الأداء المتوقع والجهد المتوقع والتأثير المجتمعي، ووجود علاقة بين الجهد والتأثير المجتمعي والتسهيلات المتاحة، وأخيراً وجود علاقة ارتباطية بين التأثير المجتمعي والتسهيلات المتاحة والتي جاءت جميعها بمتوسطات حسابية وانحرافات معيارية بدرجات مرتفعة.

٤- دراسة الرويشد (٢٠١٩م) التي سعت للتعرف على استخدام شركات الاتصالات السعودية لشبكات التواصل تويتر وفيسبوك وإنستغرام كأداة للعلاقات العامة، واستخدمت هذه الدراسة المنهج الكمي في تحليل مضمون منشورات شبكات التواصل لشركات الاتصالات السعودية: شركة الاتصالات السعودية (STC)، موبيلي وزين، إذ شملت دراسة منشوراتها على تويتر وفيسبوك وإنستغرام، وطبقت الباحثة عناصر نظرية انتشار المبتكرات: الابتكار وقناة الاتصال والوقت والنظام الاجتماعي. بالإضافة إلى ذلك، تم تحليل المنشورات لتحديد نماذج العلاقات العامة التي يطبقها ممارسو العلاقات العامة (نماذج قرونين الأربعة) سواء كانت الوكالة الصحفية أو النشر أو النموذج المتوازن أو النموذج الغير متوازن. وقد خلصت الدراسة أن عنصري النظام الاجتماعي والابتكار من نظرية انتشار المبتكرات قد وجدا في منشورات شركة الاتصالات السعودية وموبيلي وزين. وعلاوة على ذلك، فإن نموذج الاتصال الأحادي (الوكالة الصحفية) ونموذج الاتصال ثنائي الاتجاه غير المتوازن هما أكثر النماذج شيوعاً الموجودة في منشورات شركة STC وموبيلي وزين. وأوصت الباحثة بأن يطبق ممارسو العلاقات العامة في شركة الاتصالات السعودية وموبيلي وزين النموذج المفقود (المتوازن ثنائي الاتجاه) للوصول إلى مستوى أعمق للتواصل بين المنظمات وأصحاب المصلحة فيها.

٥- دراسة الفرهم (٢٠١٧م) التي سعت للتعرف على مستوى استخدام وتوظيف المدن والمستشفيات الطبية بمدينة الرياض لشبكات التواصل الاجتماعي (يوتيوب، فيس بوك، تويتر) في التوعية حيال مرض كورونا. وتنتمي هذه الدراسة للدراسات الوصفية، واستخدم الباحث منهج المسح لمنصات شبكات التواصل (يوتيوب، تويتر، فيس بوك) للمدن الطبية في مدينة الرياض، وقد تناولت الدراسة عينة من حسابات ٥ مدن طبية كبرى في مدينة الرياض. مستخدماً أداة تحليل المضمون للرسائل

التوعوية المنشورة عبر الحسابات الرسمية. واختار الباحث في الإطار النظري الاعتماد على ٣ نظريات ومدخل واحد هي: نظرية انتشار الافكار والمستحدثات، ونظرية ثراء الوسيلة، ونظرية التسويق الاجتماعي، ومدخل الاستخدامات والإشباعات. وتوصلت الدراسة إلى أن ٦٠% من المدن الطبية بمدينة الرياض لم تستخدم شبكات التواصل في التوعية بمرض كورونا

٦- دراسة القاسمي (٢٠١٧م) التي هدفت إلى معرفة مستوى استخدام القائم بالاتصال في العلاقات العامة للإعلام الجديد في مقرات ووزارات سلطنة عمان. ولغرض تحقيق هدف الدراسة استعان الباحث بالمنهج الوصفي التحليلي، واستخدم الباحث أداتي الدراسة (الاستبانة) و(المقابلة)، حيث قام الباحث بتصميم استبانة خاصة لهذا الغرض، ولقد تكون مجتمع هذه الدراسة من موظفي العلاقات العامة في مقرات ووزارات سلطنة عمان، والبالغ عددهم (١١١) موظفاً، وتم استخدام أسلوب المسح الشامل واختار الباحث في الإطار النظري الاعتماد الكبير على: نظرية ثراء الوسيلة (ثراء وسائل الإعلام)، ونظرية انتشار المستحدثات في بعض جوانب الدراسة، ونماذج جرونج المستخدمة في ممارسة العلاقات العامة بالإضافة إلى نظرية الحوار بالعلاقات العامة ..

وقد جاءت النتيجة الأهم وهي تفاوت مستويات القائم بالاتصال للإعلام الجديد في العلاقات العامة في الوزارات في سلطنة عمان باختلاف أعمارهم وأن فئة الشباب هم الأكثر مرونة وتجاوباً.

٧- دراسة الصيفي (٢٠١٨م) التي تبحث في استخدام العلاقات العامة في الجامعات السعودية لشبكات التواصل الاجتماعي في إطار عدسة مبادئ الاتصال الحواري لكينت وتايلور ونماذج العلاقات العامة لجرونج وهانت وهو ما ذكره الباحث في شارح العنوان مباشرة وذلك من خلال تحليل محتوى مواقع جامعات الملك فيصل وجامعة الملك عبد العزيز وجامعة الفيصل الأهلية على موقع تويتر لمدة ثلاثة أشهر، واقتصرت هذه الدراسة على الجانب التحليلي فقط من الباحث. وتنتمي هذه الدراسة إلى مجموعة البحوث الوصفية وأعتمد الباحث على منهج المسح بالعينة وأعتمد الباحث هنا في إطاره النظري على نظرية النماذج الأربعة للعلاقات العامة واستخدمها لوصف كيفية تطور العلاقات العامة وممارستها تاريخياً في الولايات المتحدة وكذلك نظرية الحوار واستناداً إلى فكرة أن الممارسين يسعون جاهدين للحوار والاتصال التفاعلي في اتجاهين في إطار جهود العلاقات العامة، وتشير النتائج إلى أن الجامعات لا تتبع المخططات التي وضعها كينت وتايلور وجرونج وهانت لإدماج الحوار وتطبيق نماذج العلاقات العامة ذات الاتجاهين في جهودها، حيث لا تتبنى تماماً فكرة دمج القدرات الحوارية وميزات الاتصال في اتجاهين في نشاطها عبر تويتر، فطبقاً للتحليل ٦٠.٠% فقط من التغريدات طبقت الاتصال المتوازن في اتجاهين، وورد الاتصال غير المتوازن في اتجاهين في ٣.٤% فقط من التغريدات، ولم تظهر ردود الفعل الحوارية سوى في ١٦% من التغريدات ولم يتم الاستجابة لتعليقات الجمهور واستفساراته سوى في ٠.٤%، ومن ثم فمجرد التواجد على تويتر ليس كافياً، لأن جني ثماره يعتمد على مدى فعالية واستراتيجية الجمهور لاستخدامه.

٨-دراسة بن لعربي (٢٠١٨م) التي ركزت على فهم آليات الاتصال الجديدة في استباق وإدارة الأزمات في زمن الإنترنت، إنطلاقاً من البحث في خصائص الشبكات الاجتماعية كظاهرة حديثة في إنتاج علاقات جديدة (العلاقة مع الزمن، العلاقة مع الآخر، العلاقة مع السلطة) تسببت في ظهور اتجاهات جديدة انعكست على ملكية المعرفة التكنولوجية والسيطرة على الموارد وموازين القوة بالمقابل غيرت الشبكات الاجتماعية من عمق طبيعة الأزمات التي تصنف ضمن خانة الأزمات المحتملة، حيث صار الحديث عن المخاطرة الدائمة، التي أثرت بدورها على منظومة العلاقات بين المؤسسات وجمهورها، وجعلت الكلمة المقدسة من نصيب مستخدمي الإنترنت. لقد ساهمت الشبكات الاجتماعية في ظهور بيئة اتصال اجتماعية جديدة تتسم بالاتصال غير المتناسق واضعة حداً لاحتكار الساسة، واستخدم هنا الباحث المنهج الوصفي ولم يذكر نظرية محددة أو يربط البحث بنموذج واضح وأن كان البحث من خلال بعض نتائجه يشير إلى نظرية الفجوة بين مستخدم الإنترنت الجماعي والمنظمة وكذلك انتشار المستحدثات في بعض جوانب الدراسة. كانت الأزمات والممارسة الاتصالية لها الجانب الأكبر في هذا البحث من خلال تركيزه على أزمة نوتيلو ونستلة، وكانت جميع تساؤلات البحث تدور في فلك الواب خصائصه وتغييراته والدور الاتصالي. وكان من أبرز نتائج هذا البحث هو تحول الواب من وسيلة اتصال حول الأزمة إلى مصدر ممكن لإنتاج الأزمة وهو ماعجل بظهور الأزمات و أهمية إعداد مخططات اتصال أزمات رقمية.

٩- دراسة العجلاني (٢٠١٦م) وسعى الباحث فيها إلى تحقيق مجموعة من الأهداف تتمثل في التعرف على واقع استخدام العلاقات العامة في الهيئات الحكومية لشبكات التواصل الاجتماعي وكذلك تحديد شبكات التواصل الاجتماعي الأبرز التي يمكن توظيفها في القيام بمهام العلاقات العامة والتعرف على دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في العلاقات العامة بالهيئات الحكومية كأمر رئيسية للبحث، واتبع الباحث المنهج الوصفي الكيفي والمنهج المسحي من خلال مسح شبكات التواصل الاجتماعي وإدارات العلاقات العامة في الهيئات الحكومية كعينة له وبلغ عددها ١٠ هيئات حكومية وطبق الباحث هنا أسلوب العينة المعيارية باستبعاد الهيئات ذات الجمهور المحدود وليس لها اتصال مع الجمهور. واستخدم الباحث في هذا البحث ثلاث نظريات رأى أنها تخدم بحثه من خلال قراءة في أوراق الدراسات السابقة فقط وهنا رأى استخدام هذه النظريات الثلاث من بحث واحد مشابه، وهي نظرية انتشار المبتكرات الحديثة ونظرية ثراء وسائل الإعلام ونظرية وسائل الاتصال كامتداد للحواس ورأى أن هذه النظريات ترتبط ارتباطاً وثيقاً بموضوع الدراسة وتسهم في بناء إطارها النظري ويمكن الاستناد عليها في تفسير النتائج.

١٠- دراسة البجراح (٢٠١٧م) التي تناولت مجالاً بحثياً جديداً لم يأخذ نصيبه الكافي في الدراسات العلمية في الوطن العربي فالكتابة عن تأثير المستحدثات الاتصالية على ممارسة العلاقات العامة عادة ما يأتي في موضوعات مستهلكة فهدفت هذه الدراسة للتعرف على طبيعة توظيف تكنولوجيا الاتصال

في شركات الطيران العاملة في ليبيا ، وذلك من خلال استخدام العلاقات العامة للمواقع الإلكترونية وصفحات الفيس بوك الرسمية لهذه الشركات ، وكيف أثرت هذه الوسائل في الأداء المهني لممارسي العلاقات العامة ، بعدما أضافت إليهم هذه الوسائل أدوات جديدة للتواصل مع الجماهير، من خلال الفضاءات الحوارية التي تخلق الاتصال الحواري التفاعلي، بين المؤسسة وجماهيرها، ومدى مساهمة هذه الأدوات في بناء علاقات طويلة الأمد مع الجماهير، وكذلك التعرف على أهم المعايير التي يتوقف عليها اختيار ممارسي العلاقات العامة لهذه الوسائل. واعتمد الباحث في هذه الدراسة على المنهج المسحي، بينما اعتمدت الدراسة على نظريتي ثراء الوسيلة والاتصال الحواري كمدخل نظرية للدراسة. وتوصلت الدراسة إلى أن وجود تأثيرات إيجابية للوسائل التكنولوجية على أداء ممارسي العلاقات العامة في الشركات محل الدراسة، وهذه التأثيرات تظهر بشكل أكبر في صفحات الفيس بوك من المواقع الإلكترونية كما أظهرت الدراسة أن المواقع الإلكترونية وصفحات الفيس بوك هي وسائل مفيدة في أنشطة العلاقات العامة، وذلك لأن العلاقات العامة وظيفية إدارية ذات طبيعة اتصالية. أيضاً أن العلاقات العامة في شركات محل الدراسة تعتمد على استراتيجية الحوار في اتصالها مع الجمهور وهنا الباحث يتضح أنه أمال عنق النتائج باتجاه إطاره النظري في بعض نتائجه.

١١- دراسة حمزي (٢٠١٨م) والتي طبقت نظرية العلاقات العامة الحوارية واستخدم المنهج الكيفي، وكان مجتمع دراسته شركات الاتصالات في السعودية العينة (STC، موبايلي، زين) واستخدم أداة تحليل المضمون وتوصلت نتائج دراسته إلى أن يعمل تويتر كأداة لتوفير المعلومات ونشر الإعلانات وغيرها من أنواع المعلومات من قبل ممارسي العلاقات العامة في شركات الاتصالات السعودية، وأن ممارسي العلاقات العامة يعتمدون علي تويتر لنشر العروض والإعلانات والأخبار والمعلومات المفيدة وأوضحت النتائج أن الإعلانات هي التغيرات الأكثر شيوعاً تليها الأخبار ثم المعلومات المفيدة.

١٢- دراسة بوهزاع (٢٠١٧م) والتي استخدمت منهج المسح الإعلامي، وكان مجتمع دراستها دوائر العلاقات العامة والإدارات الخدمية في وزارة الداخلية ٣٥٠٠ عينة الدراسة ٢٥٠ مفردة من أفراد ومنسوبي الداخلية ١٣٨ ذكوراً ١٣٨ إناثاً من كافة المحافظات من نوفمبر ٢٠١٧م إلى ديسمبر ٢٠١٧م، وأداة جمع البيانات كانت الاستبانة، وأظهرت نتائج الدراسة أن (٧٣.٦%) من عينة الدراسة قيموا أداء الحكومة الإلكترونية في مملكة البحرين بأنه ممتاز، وأن (٨٣.٦%) عينة الدراسة يعتقدون أن تطبيق معايير الحكومة الإلكترونية يعد ضرورة إدارية، وأن (٨٥.٦%) عينة الدراسة يعتقدون أن الحكومة الإلكترونية تغطي كافة الجوانب والقطاعات الخدمية في البحرين، وأظهرت النتائج وجود وسيلتين بشكل أساسي تراها العينة مناسبة لإعلامها بنشاطات الوزارة وإدارتها وهي الاتصال الشخصي بنسبة (٧٠.٨%) والمراسلات الإلكترونية بنسبة (٦٤.٤%) .

١٣- دراسة أحمد (٢٠١٧م) التي استخدمت منهج المسح، وكانت عينته الجمهور الداخلي لشركة "أرامكو" السعودية العينة عينة عشوائية منتظمة ٢٥٦ مفردة من المجتمع الكلي، والأداة الاستبانة،

أظهرت النتائج سعي شركة "أرامكو" إلى الصعود والتطور والمواكبة والتكنولوجية بما يحقق نهضة ورفاهية المجتمعات حيث أن نسبة ٦٩.٦% تؤكد أن وسائل الاتصال والتكنولوجيا في السعودية تستخدم بشكل شامل. كما أوضحت الدراسة أن تطور تكنولوجيا الاتصال المستمر يفرض على شركة "أرامكو" ضرورة التغير المستمر بما يساير ويسابق هذا التطور وأن نسبة ٨٣.٩% تبين أن العاملين بشركة "أرامكو" يتعاملون بشكل جيد مع الإمكانيات المتوفرة لديهم

١٤- "دراسة منصور (٢٠١٨م) والتي استخدم بها الباحث نظرية إدارة التغير، ونظرية مقاومة التغير، المنهج الوصفي التحليلي والمنهج الفرعي المسح الميداني لاختبار فروض الدراسة، والاستبانة لجمع المعلومات، أظهرت النتائج أن آراء ممارسي العلاقات العامة بخصوص استخدام ومدى تأثير تكنولوجيا الاتصال على اداراتهم جاءت كبيرة مما يعكس إحساساً بأهمية استخدام التكنولوجيا، ويدفعهم إلى استخدامها بهدف زيادة فعالية تطبيقها في وظائف العلاقات العامة، وكذلك وجود أثر لاستخدام تكنولوجيا الاتصال على إنتاجية العلاقات العامة، وتطوير الموارد البشرية العاملة في العلاقات العامة، وأظهرت النتائج كذلك وجود أثر لاستخدام تكنولوجيا الاتصال على قاعدة معلومات وبيانات للعلاقات العامة تسهل عليهم الوصول للمعلومات والتواصل مع الجمهور لتأدية رسائلهم.

١٥- دراسة منصور ومنصور (٢٠١٤م) والتي استخدمت المنهج الوصفي التحليلي، وكان مجتمع دراستها جميع موظفي العلاقات العامة البالغ عددهم ١٣٠ موظفاً وموظفة في ٣١ مستشفى داخل العاصمة عمان، واستخدمت الاستبانة لجمع المعلومات، أظهرت النتائج أن إدارات العلاقات العامة تستخدم تكنولوجيا الاتصال بمتوسط حسابي مرتفع (٢.٤٦) وتستخدم تكنولوجيا الاتصال في وظائف العلاقات العامة حسب الترتيب التالي: التخطيط، الاتصال، البحوث والتقويم من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة، أثبت تحليل الانحدار بالنتائج وجود أثر لاستخدام تكنولوجيا الاتصال على وظائف العلاقات العامة حيث فسر معامل التحديد ما نسبة (٣.٧٢)، ومجال الاتصال حيث فسر معامل التحديد ما نسبته (٣.٦٣)، ومجال الإتصال حيث فسر معامل التحديد ما نسبته (٣.١٧) ومجال وظيفة التقويم حيث فسر معامل التحديد ما نسبته (٣.١٨) من التغيرات التي تطرأ على وظائف العلاقات العامة.

ب. دراسات الدبلوماسية العامة

١- دراسة "جان وانج" (٢٠٠٤م) والتي صنف الباحث هذه الدراسة بأنها تأتي ضمن بحوث الدبلوماسية العامة والاتصال الاستراتيجي في العلاقات العامة الدولية، وتهدف إلى أخذ زيارة الدولة التي قام بها الرئيس الصيني في ذلك الوقت (جيانغ زيمين) إلى الولايات المتحدة في عام ١٩٩٧م كحالة مناسبة لدراسة القيم الإخبارية والأطر والأحكام التي تطلقها الصحافة المحلية الأمريكية في تغطيتها لهذا الحدث الرئيس للدبلوماسية العامة، ومناقشة فعالية استخدام زيارات رؤساء الدول كأدوات أو وسائل للدبلوماسية العامة. وحيث استخدمت الدراسة أداة تحليل المضمون لعينة من الصحف المحلية الأمريكية خلال فترة الزيارة، فقد بُني إطارها النظري على أدبيات العلاقة بين التغطية

الإعلامية وأنشطة الدبلوماسية العامة، وانعكاس ذلك على صورة الدول، إنطلاقاً من مفاهيم نظريتي "البروز" - أو ترتيب الأولويات - و"التأطير"؛ للإجابة على تساؤلات الدراسة، والتي تمثلت في: تحديد مدى وضوح "أو بروز" زيارة الرئيس الصيني السابق "جيانغ" للولايات المتحدة في الصحافة المحلية الأمريكية؟ وما هي الموضوعات والقضايا البارزة المتعلقة بزيارته في الصحافة المحلية الأمريكية؟ وإلى أي مدى كانت التغطية الصحفية المحلية انتقادية أو مؤيدة للصين؟. وتركز الدراسة على جانبين من جوانب الصورة الإعلامية للدولة: البروز والتأطير. وقد قارن الباحث بين نتائج دراسته الحالية، ودراسة سابقة تناولت زيارة الرئيس الصيني الأسبق "دينغ شياو بينج" العام ١٩٧٩م. وحيث فسر النتائج في ضوء مفهومي "البروز"، و"التأطير"؛ فقد كشفت الدراسة بأنه وبالرغم من جهود العلاقات العامة الصينية، إلا أن صورة الصين لم تتحسن في التغطية الصحفية المحلية، ورد ذلك إلى وجود رأي عام أمريكي سابق للزيارة، يحمل صورة سلبية لحقوق الإنسان في الصين، كشفته استطلاعات الرأي، وتحليل مضمون صورة الصين في الصحافة الأمريكية. وقد سلطت هذه الدراسة الضوء على الدور المهم والحاسم الذي تلعبه الصحافة المحلية في إدارة الإدراك المعرفي والسمعة لبلد ما في نظر جمهور أجنبي، وجادلت بأن الجانب المحلي ليس مهماً فقط في دراسة الدبلوماسية العامة ووسائل الإعلام الأمريكية، ولكن أيضاً أهمية ذلك لبناء الاستراتيجيات والتكتيكات للدبلوماسية العامة الأمريكية في الخارج.

٢- دراسة "تامر شيفر" و"إتاي أغابي" (٢٠٠٩م) والتي ركزت - بحسب الباحثين - على التنافس على بناء الأجندة العالمية وبناء الإطار كنشاط استراتيجي مركزي لعمليات الدبلوماسية العامة، وخاصة الدبلوماسية العامة الإعلامية، بهدف تحسين صورتها على الساحة الدولية، إنطلاقاً من مفاهيم نظريتي "بناء الأجندة" و"التأطير". ويعدها الباحثان أول دراسة تحلل التنافس والصراع المتعدد الأطراف حول الأجندة وبناء الأطر في وسائل الإعلام الأجنبية، في تغطيتها لحدثين استراتيجيين، وصلتها بالدبلوماسية العامة الإعلامية وأنشطتها: إنسحاب إسرائيل من غزة، والانتخابات العامة في السلطة الفلسطينية. وقد تم من خلال هذه الدراسة تحليل مدى نجاح الجهات الفاعلة والمتصارعة في الترويج لأجندتها وتأطيراتها لهذين الحدثين في وسائل الإعلام الأمريكية والبريطانية، الأمر الذي كشف عن ساحة إعلامية معقدة تضم الخصوم والحكومات الأجنبية ووسائل الإعلام نفسها كفاعلين وقوى متنافسة ومتصارعة، كل منهم يحاول الترويج لأجندته وأطره. ولوحظ أن التطابق الثقافي والسياسي بين البلد الأجنبي وأحد الخصوم يعطي هذا الخصم ميزة على الفاعل المنافس. ورغم ذلك، لا يزال يتعين على الممثل المنافس أو الفاعل المنافس أن يستمر في الصراع ليقاوم أجندة وتأطيرات الحكومات الأجنبية والمؤسسات الإعلامية. كما كشفت الدراسة أن المبادر بالحديث عن الحدث، وتغذية وسائل الاعلام بالمعلومات عنه، قد يكون ناجحاً جداً في السيطرة على بناء الأجندة، والتأثير على الأطر خلال فترة بروز الحدث. وتلفت الدراسة إلى أن هذا النجاح يعتمد على الخصائص الطبيعية للحدث أو الخبر.

بمعنى آخر، كلما ارتبط الحدث الذي تم إطلاقه بقيم وسائط الأخبار (على سبيل المثال، الأحداث الدرامية والعاطفية والسلبية)، كلما نجح المنشئ في الترويج لأجندته. كما بينت النتائج وجود علاقة قوية بين أجندة حكومة بلد ما وأجندة وسائل إعلامها. وبالتالي، من أجل إملاء الأجندة، يُطلب من الخصم ليس فقط صياغة قصة واضحة ولكن أيضاً لبدء حدث يلبي مطالب وسائل الإعلام ويرتبط بأجندة الحكومات الأجنبية، مع الإدراك بأن التغطية الإعلامية المتعاطفة شرط أساسي للتأثير السياسي، وأن المعركة من أجل الوصول إلى وسائل الإعلام في البلدان الأجنبية عنصر رئيس في الصراعات السياسية الحديثة؛ إذ يمكن تعريف "الهيمنة" على أنها ميزة الوصول إلى الموارد المحدودة، وأهم مورد محدود في مجال الاتصال السياسي هو اهتمام وسائل الإعلام، وأن للمنافسة على اهتمام وسائل الإعلام بعدين: التنافس على الوصول إلى وسائل الإعلام (أي تلقي اهتمام وسائل الإعلام) والتنافس على تأطير وسائل الإعلام (أي التحكم في الإصدار المحدد من الواقع المقدم من وسائل الإعلام) والبعد الأول يمثل بناء الأجندة، والثاني بناء الأطر.

٣- دراسة "فيليبوس برودوس" و"كريستوس فرانجونيكولوبولوس" (٢٠٠٩م) والتي تهتم بعملية وضع الأجندة، والحوار، والاتصال السياسي الاستراتيجي مع الجماهير، وأهداف وأدوات وأساليب الدبلوماسية العامة، لا سيما في زمن الإعلام الجديد ووسائل التواصل الاجتماعية الحديثة. ويرى الباحثون أن الوضع الحالي لأنشطة الدبلوماسية العامة يكشف تركيزها في الغالب على صياغة الروابط الثقافية والتعليمية وتعزيز القيم، ولكن ليس السياسات، وبالتالي فإن هذه الدراسة تطلب إعادة النظر في الدبلوماسية العامة عبر أسلوبين جوهريين؛ أولاً: التركيز على القضايا العالمية الأكثر أهمية (وضع الأجندة)، وثانياً: توظيف العمليات الخطابية العميقة (التأطير). وبالتالي فإن هذه الدراسة تسعى إلى نقل التركيز من موضوع الروابط الثقافية والتعليمية وتعزيز القيم، نحو التركيز على الطريقة التي يمكن بها للدبلوماسية العامة أن تعزز المجال العام العالمي فيما يتعلق بالقضايا السياسية والحرية والعميقة في العصر الحالي. كما تناقش الدراسة عملية تطوير الخطاب الاستراتيجي للدبلوماسية العامة، للوصول إلى الصيغة المفضلة، وتقترح طرقاً لتعزيز شرعية وكفاءة السياسات الخارجية للدول فيما يتعلق بالتعامل مع الأزمة الاقتصادية اليونانية وقضية الإدارة الاقتصادية.. حيث تطبق الدراسة على كيفية تعامل الدبلوماسية العامة اليونانية تجاه أزمتها الاقتصادية كدراسة حالة.

٤- دراسة "جيمس بامينت" (٢٠١٤م) والتي رأى فيها الباحث بأن الولايات المتحدة الأمريكية تحتفظ أو تحظى تاريخياً بعلاقة فريدة ومعقدة وديناميكية بالفضاء الجيوسياسي الدولي. اعتباراً من مبدأ مونرو Monroe Doctrine^(٨)، إلى حدود الحرب الباردة كسياسة الاحتواء والانفراج، حيث سعت الولايات المتحدة الأمريكية إلى تحديد موقفها وموقعها الجيوسياسي فيما يتعلق بالدول الأخرى من

(٨) يتحدث مبدأ مونرو عن استقلال كل دول نصف الكرة الغربي ضد التدخل الأوروبي بغرض اضطهادهم، أو التدخل في تقرير مصيرهم. وأن الأوروبيين الأمريكيين لا يجوز اعتبارهم رعايا مستعمرات لأي قوى أوروبية في المستقبل. والقصد من هذا البيان هو أن الولايات المتحدة لن تسمح بتكوين مستعمرات جديدة في الأمريكتين، بالإضافة إلى عدم السماح للمستعمرات التي كانت قائمة بالتوسع في حدودها.

خلال "السرد" الذي كان بمثابة نقاط مرجعية شعبية لتفسير التحولات في علاقات القوى الدولية. ثم يتساءل الباحث: لماذا، إذن، لم تعد الولايات المتحدة الأمريكية قادرة على إنتاج قصة مقنعة عبر الفضاء الجيوسياسي في القرن الحادي والعشرين؟ ويعمل هذا البحث على دراسة أمثلة تاريخية للخطاب الجيوسياسي الذي تستخدمه الولايات المتحدة في الترويج لسياساتها الخارجية، في سعي إلى استكشاف مسألة: "لماذا فشلت روايات ما بعد ١١ سبتمبر في تقديم بناء ناجح للرواية السردية والصراع الشعبي ضد الاتحاد السوفيتي". ويختتم بإبراز أمثلة تاريخية يمكن الاستفادة منها لإعادة تجديد الخطاب الاستراتيجي والسرد الاستراتيجي للدبلوماسية العامة الأمريكية لتحقيق الهدف المطلوب. ويخلص إلى أن الروايات الاستراتيجية الأكثر نجاحًا هي تلك التي تتفاوض حول المسؤولية المشتركة على الحيز الجيوسياسي بدلاً من تلك التي تحاول المطالبة بالسيطرة عليها. فإذا كانت الدبلوماسية العامة تتعلق أساسًا بإنشاء تعريفات مشتركة للمشكلات الدولية كذريعة لتحديد الحلول المشتركة، فيمكن أن تكون الروايات الاستراتيجية السردية عبارة عن مجموعة أدوات مركزية لإيجاد توافق في الآراء.

٥- دراسة "برديجت رينولدز شيفير" (٢٠١٤م) وهي دراسة كيفية اعتمدت أسلوب تحليل الخطاب، تناولت توسط أنشطة الدبلوماسية العامة في سرد رواية "أسطول الحرية غزة" العام ٢٠١٠م، حيث يرى الباحث بأنه وفي عالم أصبح متصلاً ببعضه البعض بكل سهولة عبر الشبكات على الإنترنت؛ فإن إدارة السمعة الوطنية أضحت جزءاً أساسياً من الدبلوماسية العامة الوسيطة وجزءاً فريداً من التواصل بين الثقافات. وأنه وفي ٣١ أيار (مايو) ٢٠١٠م، "انتهك أسطول الحرية لغزة الحصار الإسرائيلي" قبالة ساحل قطاع غزة، الأمر الذي أسفر عن سقوط تسع ضحايا. وبالتالي فإن الغرض من هذه الدراسة هو التحليل الخطابي لاستكشاف كيفية محاولة إسرائيل لإدارة سمعتها أثناء الحادث. تم إجراء التحليل الخطابي بأسلوب تحليل بختين Mikhail Bakhtin لاستكشاف مفاهيم الخطاب الجدلي السياسي وتعزيز البحث في القواعد السياسية، إنطلاقاً من أدبيات (القوة الناعمة). وقد كشفت نتائج الدراسة عن إخفاقات الدبلوماسية العامة عندما يتم تجاهل التوترات الأساسية، وأساس المشكلات والقضايا، وعندما يُظهر الخطاب عدم الرغبة في التفاوض من خلال هذه التوترات والقضايا الحرجة.

٦- دراسة فؤاد آزادي (٢٠١٦م) والتي يختبر ويحلل البحث من خلالها الإطار السائد الذي يدفع ويحرك مبادرات الدبلوماسية العامة الأمريكية، ويرى أن "الدبلوماسية العامة الأمريكية تنفقر إلى الشرعية الأخلاقية، بغض النظر عن بعض التغييرات الهيكلية الرئيسية القصيرة". واستناداً إلى مراجعته وتحليله لممارسات الدبلوماسية العامة السابقة للولايات المتحدة، إنطلاقاً من نماذج قرونين الأربعة لممارسات العلاقات العامة، وجد أن هذه الجهود والممارسات الأمريكية تميزت أساساً بتدفق المعلومات باتجاه واحد، وأنها ركزت على إدارة الصور. وباستخدام نظريات الهيمنة والاستثنائية الأمريكية والاستشراق والإمبريالية الثقافية، يضع الباحث إطاراً نظرياً لتحليل الدبلوماسية العامة.

ويقترح أنه ولكي تتخطى الدبلوماسية العامة الدعاية، فإنها بحاجة إلى أن تغير من أسلوبها في الاتصال من النموذج الأحادي إلى النموذج المزدوج الاتجاه والتماثلي المتوازن.

٧ دراسة "مارتن كارغاب" و"سيباستيان أسبيرج" (٢٠١٧م) التي يرى من خلالها الباحثان أن روسيا، شأنها شأن العديد من الدول المعاصرة، تأخذ الدبلوماسية العامة على محمل الجد، منذ إنشائها لشبكة تلفزيون روسيا اليوم Russia Today في عام ٢٠٠٥م (الآن "RT")، وقد وسعت الحكومة الروسية عملياتها لتشمل مواقع Sputnik الإخبارية بالعديد من اللغات، والأنشطة والفعاليات عبر وسائل التواصل الاجتماعي. ومع ذلك، فقد اتُهمت موسكو أيضاً بالانخراط في "أنشطة سرية" - السلوك الذي يشار إليه تاريخياً باسم "التدابير الفعالة" في معجم الاستخبارات السوفياتية (KGB) حول الحرب السياسية. وفي هذه الدراسة، يقدم الباحثان أدلة تطبيقية من خلال الممارسات الروسية حول كيفية تحرك روسيا منذ عام ٢٠١٤م نحو تفضيلها اتخاذ "تدابير فعالة" تجاه السويد، والتي يعرفها الباحثان بأنها " بلد صغير في منطقة أوروبية مهمة من الناحية الجغرافية السياسية"، فيما تُعرف "التدابير الفعالة" بأنها "عرقلة قدرة الدولة المستهدفة على توليد الدعم العام في متابعة سياساتها". وتنفذ التدابير الفعالة سراً، بناءً على مبدأ القابلية للإنكار المعقول، حيث تكون النتيجة المرجوة هي اتخاذ القرارات في اتجاه مواتٍ أو على الأقل غير ضار بالكرملين. وتعتمد التدابير الفعالة على التضليل، من خلال النشر المتعمد للرسائل المزيفة والمرسومة بعناية في نظام الاتصال الخاص بالمجموعة المستهدفة من أجل خداع نخب اتخاذ القرار أو الرأي العام في البلد المستهدف. ويعمل الباحثان، ومن خلال دراسة أطر الرسائل الروسية، على تحليل حالة عدم الوضوح في الحدود ما بين الدبلوماسية العامة و"التدابير الفعالة" - الأنشطة السرية - ومحاولة إبراز الفروق بينهما، وتوثيق بعض الظواهر كالتزوير والتضليل والتهديدات العسكرية، والعمل على تحديد عوامل التأثير في إستراتيجية السياسة الخارجية الروسية. ويخلص الباحثان إلى أن "الهدف الأسمى" للسياسة الروسية تجاه السويد وبحر البلطيق الأوسع هو الحفاظ على الوضع الحالي للجغرافيا الاستراتيجية لهذه المنطقة، والذي يتطابق مع الأوامر الأمنية التي تعمل على التقليل من وجود أي دواعٍ لنفوذ الناتو في المنطقة.

٨- دراسة "جاين زهانج" (٢٠١٣م) والتي تقترح بأنه ينبغي النظر لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الدبلوماسية العامة بأنه يجب أن يكون أولاً عملية لإدارة القضايا الاستراتيجية (SIM). استخدم الباحث نظرية اللعبة، ونماذج قرونين الأربعة للعلاقات العامة، بالإضافة إلى الأدبيات العلمية التي درست العلاقة بين الدبلوماسية العامة ووسائل التواصل الاجتماعي الحديثة. وبتطبيق الدراسة على حالتين عمليتين للمشكلة، حدد البحث أربع مراحل لعملية إدارة القضايا الاستراتيجية، وهي: تشكل المشكلة وتخمرها ومن ثم الانتقال إلى مرحلة الانتشار الواسع في الفضاء العام، المرحلة الاستباقية، المرحلة التفاعلية، وتراجع المشكلة، ثم مرحلة تشكل المشكلة من جديد. ووجد الباحث أن وسائل التواصل الاجتماعي هي أدوات تكتيكية إلى حد كبير في المرحلتين الأولى والأخيرة. لكنها قد

تصبح أدوات استراتيجية في المراحل الاستباقية والتفاعلية، والتي قد يستخدمها الدبلوماسيون لتعزيز اتجاه الانتشار المواتي، ووضع الأجندة، والمساهمة في تأطيرها، والاستجابة للصراع. بالإضافة إلى ذلك، ويجادل الباحث بأنه يجب إعادة تقييم مفهوم (المشاركة) مع الجماهير في أسلوب إدارة الدبلوماسية العامة للأزمات باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، في إطار الدوافع المتبينة بدلاً من أن تكون في إطار الحوار المتساوي.

٩- دراسة المديفر (٢٠١٣م) التي يشير من خلالها إلى أن عملية نشر المعلومات أضحت اليوم أهم من أي وقت مضى، سيما مع التطور السريع في البنية التحتية لتقنية المعلومات والاتصالات، والتي حولت طبيعة نقل المعلومات من أسلوب (الواحد - العديد) إلى النموذج التفاعلي. فتضاءل دور "حارس البوابة"، واهتزت أركان "ترتيب الأجندة" ببروز العديد من الفاعلين المستخدمين لهذه البنية الجديدة، كما برزت قوة الرأي العام. ويرى الباحث بأن "دائمة الصمت" ازدادت خطورتها في توجيه الرأي العام نحو تبني اتجاهات قد تكون غير مبنية على حقائق؛ ما يعني أن على الحكومات أن تكون أكثر تفاعلاً، وتلتفت للدبلوماسية الشعبية، وخاصة عبر الإنترنت، لتدعيم قواها الناعمة. سعت الدراسة لفتح الطريق في هذا المجال والتعرف على اتجاهات العاملين في الخارجية السعودية نحو توظيف الإعلام الجديد في الدبلوماسية الشعبية. وهي دراسة وصفية، مسحية، جمعت بياناتها بأدوات كمية ونوعية، وتبنت الإطار النظري المؤلف من "الإمّياز" في العلاقات العامة الدولية، و"عرض الذات، وتطوير الانطباع"، بالإضافة للأدبيات والدراسات السابقة ذات الصلة، والتي تم الاستناد إليها ضمن الإطار النظري للدراسة، والذي فسرت نتائجها في ضوءه. وكشفت إيجاباً قوياً نحو توظيف الإعلام الجديد في الدبلوماسية الشعبية كما كشفت تفضيلاً لتطبيقات محددة. أبرزها الموقع الإلكتروني الرسمي للوزارة، وكتابة النصوص في موسوعة الويكيبيديا، فاستخدام خدمات الردود والتعليقات على الأخبار في المواقع الإلكترونية لوسائل الإعلام على شبكة الإنترنت والمشاركة عبر تويتر. كما كشفت الدراسة عن الاستراتيجيات التي يميل إليها المبحوثون في عرض الذات وتطبيع الانطباع، وأنها "فريدة" تعكس سياسة المملكة السامية التي لا تنزل لمستوى مواجهة الخصوم بأساليبهم الدعائية، بل تتسامى عن ذلك، وتبرز ما تقوم به من أعمال بشكل غير مبالغ فيه، ولا يعينها مهاجمة من يهاجمها بقدر ما يعينها العمل ذاته في خدمة القضايا الدينية والإنسانية النبيلة، وأن تُرى أفعالها لا مجرد أقوالها علة المسرح الدولي، وهو الأسلوب الذي تستخدمه في عرض الذات: أن يعرفها المجتمع الدولي كما هي. كما كشفت الدراسة عن المضامين المفضلة، في مقدمها إبراز خدمات المملكة وعنايتها بضيوف الرحمن، كما برز الاتجاه القائل بضرورة تسليط الضوء على الإرث التاريخي والحضاري. وبينت الدراسة المعوقات الرئيسة التي تحول دون وصول الخارجية السعودية للامتياز في الدبلوماسية الشعبية، وتحقيق استفادة أكثر فاعلية بما يوفره الإعلام الجديد من امتيازات اتصالية.

١٠- دراسة "كالاتميكا ناتاراجان" (٢٠١٤م) حيث يشير فيها الباحث إلى أن الدول تسعى إلى إيضاح هويتها وتبيان مصالحها في السياسة الخارجية عبر النظام الدولي، كما تسعى إلى التأثير على تصورات الآخرين واتجاهاتهم، وتهيئة بيئة مناسبة يتم من خلالها تحقيق التفهم والاعتراف بشرعية أهدافها وفعاليتها وتحركاتها على المسرح الدولي. وفي عصر تقنيات الاتصال الجماهيري ووسائل الإعلام الجديدة، أصبحت مبادرات الدبلوماسية العامة تستخدم "الرقمنة" والدبلوماسية العامة الرقمية لتوصيل هذه الروايات والخطابات السردية للدبلوماسية العامة. وبالتالي فإن هذا البحث يدرس كيف استفادت الهند من هذه البيئة الإعلامية الجديدة في دبلوماسيتها العامة، وفق مفاهيم "القوة الناعمة"، ونموذج الاتصال المزدوج في العلاقات العامة. وأظهرت الدراسة بأنه ينبغي أن تفهم الدبلوماسية العامة الرقمية على أنها مجموعة كبيرة وواسعة من الممارسات التي تشكل جزءاً لا يتجزأ من الدبلوماسية نفسها: لتوصيل أهداف وقرارات السياسة الخارجية، وبناء سرد استراتيجي للسياسة الخارجية الهندية ومواجهة السرد المضاد للمصالح الهندية. كما تبرز الدراسة أهمية أخذ متغير التنشئة الاجتماعية و"السرد الاجتماعي السائد" في الدولة المستهدفة، بالاعتبار، عند صياغة السرد الاستراتيجي للدبلوماسية العامة، باعتبار هذا المتغير مرشحاً يؤثر على تلقي الجماهير الأجنبية لرسائل الدبلوماسية العامة، وتفسيره لها، وأنه ينبغي الحذر من الصور المبسطة لخطاب الدبلوماسية العامة باعتباره مجرد دعاية، أو رسائل يتم تلقيها بشكل سلبي من قبل الجماهير. وبالتالي فإن ذلك يعتبر تقييداً لقدرة الدولة على سرد استراتيجي يختلف جذرياً عن التفاهات والتوقعات السائدة عن الدولة مصدر الخطاب لدى جماهير الدولة المستهدفة. وأن من الأهمية بمكان تحليل كيفية توصيل هذه الأفكار وسرديات الدبلوماسية العامة لتصبح سائدة. إذ أن أولئك الذين يفهمون كيف يتم بناء مثل هذا الخطاب "وكيفية تشكيله من المرجح أن يحملوا مفاتيح السلطة في القرن القادم". كما تؤكد الدراسة بأن سرديات الدبلوماسية العامة- ورواية السرد الخاص ببلد آخر - لا تأتي ببساطة من مجرد إطلاقها، أو إرسالها من قبل الدولة صاحبة الجهود في الدبلوماسية العامة، ولكن من قبولها (وتكرارها) من قبل بلدان / ممثلين آخرين.

١١- دراسة "سرافستاني" وآخرون (٢٠١٩م) حيث تكشف الدراسة أن جهود الدبلوماسية العامة الإسرائيلية في الولايات المتحدة تهدف إلى حشد الدعم الشعبي الأمريكي للسياسة الخارجية الإسرائيلية. وتسعى هذه الدراسة إلى تحديد طريقة تعاطي الدبلوماسية العامة الإسرائيلية مع الشبكات الاجتماعية (وسائل التواصل الاجتماعية) وتوظيفها للوصول إلى الجماهير داخل الولايات المتحدة. وباستخدام الأطر والمفاهيم النظرية للدبلوماسية العامة ذات العلاقة بالشبكات الاجتماعية (الاتصال ثنائي الاتجاه)، والسرد الاستراتيجي (التأطير)؛ يحاول الباحثون فهم كيفية استخدام استراتيجية الشبكة (الدبلوماسية العامة الرقمية) وتعميم المعلومات لإنشاء سرد (خطاب) استراتيجي. لذلك، تم تطبيق طريقتين للتحليل، الأول يعنى بتحليل أسلوب تعاطي الدبلوماسية العامة الإسرائيلية مع الشبكات

الاجتماعية في الولايات المتحدة، من خلال الإجابة عن التساؤلات حول هيكل دبلوماسية إسرائيل العامة غير الحكومية تجاه الولايات المتحدة؟ أي الأفراد والمنظمات غير الحكومية تشارك في شبكة الدبلوماسية العامة؟، وكيف ترتبط بإسرائيل؟، وكيف ترتبط المنظمات المؤيدة لإسرائيل في الولايات المتحدة ببعضها البعض؟، وأي الأفراد والمنظمات أكثر فاعلية في شبكة الدبلوماسية العامة لإسرائيل؟. أما طريقة التحليل الثانية فتعتمد على تحليل المضامين (السرد) التي تنتجها تلك الجهات. حيث يقصد بالسرد "القصص الإخبارية المقنعة التي يمكن أن تفسر الأحداث بشكل مقنع، وما يمكن استخلاصه منها". ووجدت الدراسة إلى أنه وفي نموذج الدبلوماسية العامة الإسرائيلية، يتباين أسلوب الاتصال عبر الشبكات الاجتماعية الذي يعتمد على الحوار والتفاعل، مع أسلوب السرد الاستراتيجي والخطاب الاستراتيجي المتبنى من قبل الحكومة. وبالتالي، صحيح أنه يتم تطبيق أشكال جديدة من الاتصال مع الجماهير عبر وسائل التواصل الاجتماعية الشبكية، إلا أن استراتيجية الخطاب هي ذاتها المستخدمة في الاستراتيجيات القديمة. ويحدد البحث أربعة أنواع من الجهات الفاعلة التي تطبق تقنيات الدبلوماسية العامة الإسرائيلية الجديدة، تمثلت في: الجهات الحكومية الإسرائيلية الرسمية (كالبعثات الدبلوماسية والقنصلية، ووزارة الخارجية)، والمنظمات الإسرائيلية غير الحكومية، ومراكز البحث والتفكير الإسرائيلية، والفاعلون المستقلون من الأفراد كأساتذة الجامعات، والباحثين، والمدراء والرؤساء التنفيذيين في الشركات والمؤسسات الخاصة. كما عمل البحث على تشريح السرد الاستراتيجي الذي يوظفونه في التأثير على الجمهور الأمريكي لخدمة المصالح الإسرائيلية. وخلصت الدراسة إلى أنه وعلى الرغم من الجهود المبذولة لتطبيق أشكال جديدة من الدبلوماسية العامة، باستخدام أسلوب (الشبكات الاجتماعية على سبيل المثال) إلا أن إنتاج ونشر السرد الاستراتيجي والخطاب الاستراتيجي للدبلوماسية العامة الإسرائيلية في الولايات المتحدة لا يزالان بذات الأسلوب الحكومي المنغلق للغاية، مما يدل على استمرار ذات الأشكال والأساليب التقليدية القديمة للدبلوماسية العامة- التي هي أقرب للأساليب الدعائية منها للدبلوماسية العامة-.

المراجع :

١. أحمد، ابن عوف حسن (٢٠١٧) "تأثير استخدام تكنولوجيا الاتصال في إدارة العلاقات العامة" دراسة حالة على شركة ارامكو في المملكة العربية السعودية ، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط العدد ٢١.
٢. آزادي، فؤاد (٢٠١٦) الدبلوماسية العامة الأمريكية: دراسة نظرية. مجلة الفنون، والقانون، والاجتماع، المجلد ٤٦، العدد ١، ص: ٢١-١٣.
٣. بامينت، جيمس (٢٠١٤) سرديات الخطاب الاستراتيجي في الدبلوماسية العامة للولايات المتحدة: الحساسية الجيوسياسية. مجلة الاتصال الشعبي، العدد ١٢، ص: ٦٤-٤٨.
٤. البجراح، سليم (٢٠١٧) تأثير تكنولوجيا الاتصال في تطوير اداء العلاقات العامة "دراسة تطبيقية على عينة من شركات الطيران العاملة في ليبيا"، مجلة بحوث العلاقات العامة ، العدد ١٦ .
٥. برودروس، فيليبوس؛ وفرانجونيكلوبولوس، كريستوس (٢٠١٢) إعادة التركيز على الدبلوماسية العامة: الحاجة إلى خطاب استراتيجي للدبلوماسية العامة. مجلة الدبلوماسية وإدارة شؤون الدولة، العدد ٢٣، ص: ٧٤٥-٧٢٨.

٦. بن لعربي، يحي (٢٠١٨) إدارة اتصال الأزمات في زمن الشبكات الاجتماعية الرقمية تحولات نظرية ونماذج علمية، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، العدد ٢٠.
٧. بوهزاع، أحمد يوسف عبداللطيف (٢٠١٧) "دور العلاقات العامة في الارتقاء بواقع الإدارات العامة في وزارة الداخلية من خلال تطبيق الحكومة الإلكترونية" دراسة وصفية على عينه من الإدارات الخدمية في وزارة الداخلية، مجلة بحوث العلاقات العامة، بحث ماجستير، عام ٢٠١٧.
٨. جايان، زهانج (٢٠١٣) أسلوب الإدارة الاستراتيجية للأزمات (SIM) باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الدبلوماسية العامة. مجلة SAGE لدراسات السلوك الأمريكي العدد ٥٧ (٩)، ص: ١٣١٢ - ١٣٣١.
٩. حمزي، عمر يحي (٢٠١٨) "استخدام تويتر من قبل ممارسي العلاقات العامة في حملات شركات الاتصالات السعودية" دراسة تحليلية لبعض تدوينات شركات الاتصالات، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، العدد ٢٤.
١٠. الرويثد، سجا (٢٠١٥)، استخدام المنظمات الحكومية والخاصة لوسائل التواصل الاجتماعي في السعودية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة بوابي شيت، أمريكا.
١١. شافيع سرافستاني، فاطمة؛ رضا عاملي، سعيد؛ آزادي، فؤاد (٢٠١٩) الدبلوماسية العامة الإسرائيلية تجاه الولايات المتحدة: الشبكة وأسلوب الخطاب. المجلة الآسيوية للاتصال، المجلد ٢٩، العدد ٢، ص: ١٨١-٢٠٠.
١٢. الشهري، ياسر (٢٠١٩) استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي في المؤسسات الخيرية، المجلة العربية للإعلام والاتصال، العدد ٢١.
١٣. شيفرو، بريدجيت (٢٠١٤) الدبلوماسية العامة الإعلامية: أسطول الحرية غزة (٢٠١٠) كدراسة حالة. مجلة الاتصال بين ثقافي، المجلد ٣٤، العدد ٢، ص: ١٣٤-١٥٠.
١٤. شيفير، تامر؛ وغابي، إتي (٢٠٠٩) الدبلوماسية العامة الإعلامية: صراع استراتيجي حول بناء الأجندة والتأطير على المستوى العالمي. مجلة الاتصال السياسي، العدد (٢٦) ص: ٤٤٧-٤٦٧.
١٥. الصيفي، حسن نيازي (٢٠١٦)، تبني ممارسي العلاقات العامة للإعلام الاجتماعي في المنظمات الحكومية السعودية، المجلة العربية للإعلام والاتصال، العدد ١٥.
١٦. الصيفي، حسن نيازي (٢٠١٨) استخدام العلاقات العامة في الجامعات لشبكات التواصل الاجتماعي "دراسة تحليلية لموقع تويتر في إطار نظرية الحوار ونماذج العلاقات العامة"، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، العدد ٢١.
١٧. العجلاني، علي (٢٠١٦) استخدام العلاقات العامة لشبكات التواصل الاجتماعي دراسة تطبيقية على الهيئات الحكومية في المملكة العربية السعودية، ماجستير.
١٨. عياد، خيرت معوض (٢٠١٠) اتجاهات ممارسي العلاقات العامة نحو استخدام الانترنت. الرابط: http://3alagat.blogspot.com/2014/01/blog-post_8804.html
١٩. الفرم، خالد (٢٠١٧) استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية لمرض كورونا دراسة تطبيقية على المدن الطبية ومستشفياتها الحكومية في مدينة الرياض، مجلة بحوث العلاقات العامة، العدد ١٤.
٢٠. القاسمي، سلطان (٢٠١٧) مستوى استخدام القائم بالاتصال في العلاقات العامة للإعلام الجديد مجلة بحوث العلاقات العامة، العدد ١٤.
٢١. كارغاب، مارتين؛ و أسبيرج، سيباستيان (٢٠١٧) استراتيجية روسيا للتأثير من خلال الدبلوماسية العامة و"إجراءاتها الفعالة": القضية السويدية. مجلة الدراسات الإستراتيجية، المجلد ٤٠، العدد ٦، ص: ٧٧٣-٨١٦.
٢٢. المنيفر، عماد (٢٠١٣) اتجاهات المؤسسات الدبلوماسية العربية نحو توظيف الإعلام الجديد في الدبلوماسية الشعبية: دراسة مسحية للممارسين في الخارجية السعودية. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الملك سعود، الرياض.
٢٣. المزاهرة، منال هلال (٢٠١٨) توظيف ممارس العلاقات العامة لشبكات التواصل الاجتماعي القطاع الاردني أنموذجاً، المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية المجلد ١١ العدد ٣.
٢٤. منصور، حسين وهيا تحسين منصور (٢٠١٤) "أثر تطبيقات تكنولوجيا الاتصال علي وظائف العلاقات العامة في القطاع الصحي الأردني" دراسة وصفية تحليلية على جميع موظفي العلاقات العامة، - المنشورة في مجلة دراسات المجلد ٤١، ملحق ٢، ٢٠١٤م.

٢٥. منصور، تحسين منصور رشيد (٢٠١٨)، "تأثير تكنولوجيا الاتصال على أداء العلاقات العامة دراسة تطبيقية على الادارة الحكومية الأردنية" دراسة وصفية مسحية تحليلية على جميع مارسى العلاقات العامة في الوزارات والمؤسسات في الأردن"، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط العدد ٢٤.

٢٦. ناتاراجان، كالاثيكا (٢٠١٤) الدبلوماسية العامة الرقمية والخطاب الاستراتيجي لله. مجلة التحليل الاستراتيجي، المجلد ٣٨، العدد ١، ص: ٩١-١٠٦.

٢٧. النامي، عبدالرحمن (٢٠١٩)، الاتجاهات الحديثة في دراسات وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيراتها الاجتماعية والمعرفية على الشباب الخليجي. بحث غير منشور. قسم العلاقات العامة، كلية الإعلام والاتصال، جامعة الإمام محمد بن سعود. الرياض.

٢٨. وانج، جان (٢٠٠٤) الدبلوماسية العامة الإستراتيجية والصحافة المحلية: تغطية "زيارة رئيس النولة" في عناوين الصحف الأمريكية. مجلة العلاقات العامة، العدد ٣٠، ص: ١١-٢٤.

29.Saranga, David(2009) "The use of new media in public diplomacy", Article (Online) Available on: <<http://onej.org/analysis/1209-7the-use-of-new-media-in-public-diplomacy>> or<<http://www.onejerusalem.org/2009/06/the-use-of-new-media-in-public.php>

الهوامش:

(١) عياد، خيرت معوض (٢٠١٠) اتجاهات ممارسي العلاقات العامة نحو استخدام الانترنت. الرابط:

http://3alagat.blogspot.com/2014/01/blog-post_8804.html

(٢) العلاقات العامة الدولية.

(٣) المديفر، عماد (٢٠١٣). اتجاهات المؤسسات الدبلوماسية العربية نحو توظيف الاعلام الجديد في الدبلوماسية الشعبية. رسالة ماجستير غير

منشورة، الرياض، جامعة الملك سعود ص: ٣٥.

(4) Saranga, David(2009) "The use of new media in public diplomacy", Article (Online) Available on: <<http://onej.org/analysis/1209-7the-use-of-new-media-in-public-diplomacy>> or<<http://www.onejerusalem.org/2009/06/the-use-of-new-media-in-public.php>

(٥) النامي، عبدالرحمن (٢٠١٩)، الاتجاهات الحديثة في دراسات وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيراتها الاجتماعية والمعرفية على الشباب

الخليجي. بحث غير منشور. قسم العلاقات العامة، كلية الإعلام والاتصال، جامعة الإمام محمد بن سعود. الرياض. ص: ٥.

(٦) المديفر، عماد (٢٠١٣). مرجع سابق. ص: ٤١.

(7) Yun, Seong-Hun (2008), "Cultural Consequences on Excellence in Public Diplomacy", Journal of Public Relations Research, 20:207-230.

public diplomacy, focusing on criticized and developed the practice rather than studying of the masses and the means. Most of public diplomacy studies in the sample used content analysis, in quantitative studies, or in qualitative studies. The public diplomacy still lacked its own theoretical frameworks, but because of its close to strategic political communication and its interest in the study of the communicative. They use the "Agenda setting" and "framing" theories and their combination as a theoretical input have been the most common. Also there was a significant use of Four models of public relations of the use of the four models of Grunig, mainly the two-way asymmetrical and symmetrical models, excellence theory, and the theory of dialog in many public diplomacy studies, owing to the emphasis that public diplomacy should be viewed as international public relations, and that public relations theories have been scientifically proven to be used in public diplomacy.

Key words: New Media - Public Relations - Public Diplomacy - Meta analysis.

Modern Research Trends towards Employing New Media in Public Relations and Public Diplomacy: Second Level Analytical Paper

Emad Almudaifar

emad_9811@hotmail.com

*PhD researcher in public relations
College of Mass Communication
Imam Muhammad bin Saud University*

Osamh Al-Muhaya

osmuhaya@gmail.com

*PhD researcher in public relations
College of Mass Communication
Imam Muhammad bin Saud University*

Hani Al-Ghamdi

hnhn2361@gmail.com

*PhD researcher in public relations
College of Mass Communication
Imam Muhammad bin Saud University*

Ibrahim Al-Rashidi

ee2011r@gmail.com

*PhD researcher in public relations
College of Mass Communication
Imam Muhammad bin Saud University*

Abstract

This paper aims to identify how the development of information and communication technology reflects on both public relations and international public relations studies, by monitoring, analyzing and comparing the most important research trends, theoretical approaches and methodological frameworks for a sample of digital public relations research, and public diplomacy in the new media era.

This paper is an analytical description, following the qualitative and quantitative methodology as needed, in which researchers used the second-level analysis (Meta analysis) to reach a series of results, most notably that the sample of Arab studies in the field of digital public relations seemed somewhat fragmented; the majority of were descriptive studies, the depths of the phenomenon have not been explored in depth, or in terms of the dispersion of the theories and approaches despite the similarities in the variables studied by that research, or even the weakness of some of them in the use of theories applied in the analysis of phenomena, as well as the disappearance of the theory from another.

While the sample of studies in the field of public diplomacy has been characterized by entrenched, coherent, and knowledge accumulation, development in information and communication technology has confused practice itself, not the structure of scientific studies, and scientists see it as a positive confusion, that drives toward the need to develop practice with a greater chance of success if foreign public interests, culture, and perspectives are taken into considerations, consistent with theories: excellence and dialog, in addition to the forth model of Grunig.

However, the researchers noted that the sample of public diplomacy studies was immersed in the obsession with studying the practice and application of

All rights reserved.

None of the materials provided on this Journal or the web site may be used, reproduced or transmitted, in whole or in part, in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or the use of any information storage and retrieval system, except as provided for in the Terms and Conditions of use of Al Arabia Public Relations Agency, without permission in writing from the publisher.

And all applicable terms and conditions and international laws with regard to the violation of the copyrights of the electronic or printed copy.

ISSN for the printed copy

(ISSN 2314-8721)

ISSN of the electronic version

(ISSN 2314-873X)

Egyptian National Scientific & Technical Information Network
(ENSTINET)

With the permission of the Supreme Council for Media Regulation in Egypt
Deposit number : 24380 /2019

To request such permission or for further enquires, please contact:

APRA Publications

Al Arabia Public Relations Agency

Arab Republic of Egypt,

Menofia - Shibben El-Kom - Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.

Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

Or

Egyptian Public Relations Association

Arab Republic of Egypt,

Giza, Dokki, Ben Elsarayat -1 Mohamed Al Zoghbi St.

Email: ceo@apr.agency - jprr@epra.org.eg

Web: www.apr.agency, www.jprr.epra.org.eg

Phone: (+2) 0114 -15 -14 -157 - (+2) 0114 -15 -14 -151 - (+2) 02-376-20 -818

Fax: (+2) 048-231-00 -73

The Journal is indexed within the following international digital databases:



- References are monitored at the end of research, according to the methodology of scientific sequential manner and in accordance with the reference signal to the board in a way that APA Search of America.
- The author should present a printed copy and an electronic copy of his manuscript on a CD written in Word format with his/her CV.
- In case of accepting the publication of the manuscript in the journal, the author will be informed officially by a letter. But in case of refusing, the author will be informed officially by a letter and part of the research publication fees will be sent back to him soon.
- If the manuscript required simple modifications, the author should resent the manuscript with the new modifications during one week after the receipt the modification notes, and if the author is late, the manuscript will be delayed to the upcoming issue, but if there are thorough modifications in the manuscript, the author should send them after 15 days.
- The publication fees of the manuscript for the Egyptians are: 2000 L.E. and for the Expatriate Egyptians and the Foreigners are: 500 \$.with 50% discount for Masters and PhD Students.
- If the referring committee refused and approved the disqualification of publishing the manuscript, an amount of 1000 L.E. will be reimbursed for the Egyptian authors and 250 \$ for the Expatriate Egyptians and the Foreigners.
- The manuscript does not exceed 35 pages of A4 size. 20 L.E. will be paid for an extra page for the Egyptians and 5 \$ for Expatriate Egyptians and the Foreigners authors.
- A special 10 % discount of the publication fees will be offered to the Egyptians and the Foreign members of the Fellowship of the Egyptian Public Relations Association for any number of times during the year.
- Three copies of the journal and three Extracted pieces from the author's manuscript after the publication.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Master's Degree) are: 250 L.E. for the Egyptians and 150 \$ for the Foreigners.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Doctorate Degree) are: 350 L.E. for the Egyptians and 180 \$ for the Foreigners. As the abstract do not exceed 8 pages and a 10 % discount is offered to the members of the Egyptian Society of Public Relations. Three copies of the journal will be sent to the author's address.
- Publishing a book offer costs LE 700 for the Egyptians and 300 \$US for foreigners.
- Three copies of the journal are sent to the author of the book after the publication to his/her address. And a 10% discount is offered to the members of the Egyptian Society of Public Relations.
- For publishing offers of workshops organization and seminars, inside Egypt LE 600 and outside Egypt U.S. \$ 350 without a limit to the number of pages.
- The fees of the presentation of the International Conferences inside Egypt: 850 L.E. and outside Egypt: 450 \$ without a limitation of the number of pages.
- All the research results and opinions express the opinions of the authors of the presented research papers not the opinions of the Al Arabia Public Relations Agency or the Egyptian Public Relations Association.
- Submissions will be sent to the chairman of the Journal.

Address:

Al Arabia Public Relations Agency,
Arab Republic of Egypt, Menofia, Shibn El-Kom, Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.
Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

And also to the Journal email: jpr@epra.org.eg, or ceo@apr.agency, after paying the publishing fees and sending a copy of the receipt.

Journal of Public Relations Research Middle East

It is a scientific journal that publishes specialized research papers in Public Relations, Mass Media and Communication after peer refereeing these papers by a number of Professors specialized in the same field under a scientific supervision of the Egyptian Public Relations Association, which considered the first Egyptian scientific association specialized in public relations, (Member of the network of scientific Associations in the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo).

The Journal is part of Al-Arabia Public Relations Agency's publications, specialized in education, scientific consultancy and training.

- The Journal is approved by the Supreme Council for Media Regulation in Egypt. It has an international numbering and a deposit number. It is classified internationally for its both printed and electronic versions by the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo. In addition, it is classified by the Scientific Promotions Committee in the field of Media of the Supreme Council of Universities in Egypt.
- It is the first arbitrate scientific journal with this field of specialization on the Arab world and the Middle East. Also, the first Arab scientific journal in the specialty of (media) which obtained the Arab Impact Factor with a factor of 1.48 = 100% in the year of 2018G report of the American Foundation NSP "Natural Sciences Publishing" Sponsored by the Arab Universities Union.
- This journal is published quarterly.
- The journal accepts publishing books, conferences, workshops and scientific Arab and international events.
- The journal publishes advertisements on scientific search engines, Arabic and foreign publishing houses according to the special conditions adhered to by the advertiser.
- It also publishes special research papers of the scientific promotion and for researchers who are about to defend master and Doctoral theses.
- The publication of academic theses that have been discussed, scientific books specialized in public relations and media and teaching staff members specialized scientific essays.

Publishing rules:

- It should be an original Manuscripts that has never been published.
- Arabic, English, French Manuscripts are accepted however a one page abstract in English should be submitted if the Manuscripts is written in Arabic.
- The submitted Manuscripts should be in the fields of public relations and integrated marketing communications.
- The submitted scientific Manuscripts are subject to refereeing unless they have been evaluated by scientific committees and boards at recognized authorities or they were part of an accepted academic thesis.
- The correct scientific bases of writing scientific research should be considered. It should be typed, in Simplified Arabic, 14 points font for the main text. The main and sub titles, in Bold letters. English Manuscripts should be written in Times New Roman.
- References are mentioned at the end of the Manuscripts in a sequential manner.

Founder & Chairman

Dr. Hatem Moh'd Atef

EPRA Chairman

Editor in Chief

Prof. Dr. Aly Agwa

Professor of Public Relations & former Dean of Faculty
of Mass Communication - Cairo University
Head of the Scientific Committee of EPRA

Editorial Managers

Prof. Dr. Mohamed Moawad

Media Professor at Ain Shams University & former Dean
of Faculty of Mass Communication - Sinai University
Head of the Consulting Committee of EPRA

Prof. Dr. Mahmoud Youssef

Professor of Public Relations & former Vice Dean
Faculty of Mass Communication - Cairo University

Editorial Assistants

Prof. Dr. Rizk Abd Elmoaty

Professor of Public Relations
Misr International University

Dr. Thouraya Snoussi (Tunisia)

Associate professor of Mass Communication &
Coordinator College of Communication
University of Sharjah (UAE)

Dr. Suhad Adil (Iraq)

Associate Professor of Public Relations
Mass Communication Department
College of Arts - Al-Mustansiriyah University

Dr. Nasr Elden Othman (Sudan)

Assistant Professor of Public Relations
Faculty of Mass Communication & Humanities Sciences
Ajman University (UAE)

Dr. Fouad Ali Saddam (Yemen)

Associate Professor & Head Dep. of Public Relations
Faculty of Mass Communication
Yarmouk University (Jordan)

Public Relations Manager

Alsaeid Salm

English Reviewer

Dr. El-Sayed Abdel-Rahman

Assistant Professor of Public Relations
Faculty of Mass Communication
Suez University

Arabic Reviewers

Ali Elmehy

Sabri Suleiman

Address

Egyptian Public Relations Association

Arab Republic of Egypt
Giza - Dokki - Ben Elsarayat - 1 Mohamed Al Zoghbi St.

Publications: Al Arabia Public Relations Agency

Arab Republic of Egypt
Menofia - Shiben El-Kom - Postal Code: 32111 - P.O. Box: 66

Mobile: +201141514157

Fax: +20482310073

Tel: +2237620818

www.jprr.epra.org.eg

Email: jprr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

Advisory Board **

IPRR.ME

Prof. Dr. Aly Agwa (Egypt)

Professor of Public Relations and former Dean of the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

Prof. Dr. Yas Elbaiaty (Iraq)

Professor of Journalism at the University of Baghdad, Vice Dean of the Faculty of Media and Information
and Humanities, Ajman University of Science

Prof. Dr. Hassan Mekawy (Egypt)

Professor of radio and television - Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Mohamed Moawad (Egypt)

Media professor at Ain Shams University & former Dean of Faculty of Mass Communication - Sinai
University

Prof. Dr. Samy Abd Elaziz (Egypt)

Professor of public relations and marketing communications for the former Dean of the Faculty of
Information, Cairo University

Prof. Dr. Abd Elrahman El Aned (KSA)

Professor of Media and Public Relations Department of the Faculty of Media Arts - King Saud University

Prof. Dr. Mahmoud Yousef (Egypt)

Professor of Public Relations - Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Samy Taya (Egypt)

Professor and Head of Public Relations Faculty of Mass Communication - Cairo University

Prof. Dr. Gamal Abdel-Hai Al-Najjar (Egypt)

Professor of Media, Faculty of Islamic Studies for Girls, Al-Azhar University

Prof. Dr. Sherif Darwesh Allaban (Egypt)

Professor of printing press & Vice- Dean for Community Service at the Faculty of Mass
Communication, Cairo University

Prof. Dr. Barakat Abdul Aziz Mohammed (Egypt)

Professor of radio and television & Vice- Dean of the Faculty of Mass Communication for
Graduate Studies and Research, Cairo University

Prof. Dr. Othman Al Arabi (KSA)

Professor of Public Relations and the former head of the media department at the Faculty of Arts - King
Saud University

Prof. Dr. Abden Alsharef (Libya)

Media professor and dean of the College of Arts and Humanities at the University of Zaytuna - Libya

Prof. Dr. Waled Fathalha Barakat (Egypt)

Professor of Radio & Television and Vice- Dean for Student Affairs at the Faculty of Mass
Communication, Cairo University

Prof. Dr. Tahseen Mansour (Jordan)

Professor of Public Relations at the Faculty of Mass Communication, Yarmouk University

Prof. Dr. Mohamed Elbokhary (Syria)

Professor, Department of Public Relations and Publicity, School of Journalism, University of MF Uzbek
national Ulugbek Beck

Prof. Dr. Ali Kessaissia, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

Prof. Dr. Redouane BoudJema, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

Prof. Dr. Hisham Mohammed Zakariya, (Sudan)

Professor of Mass Communication at King Faisal University - Former Dean of the Faculty of Community
Development at the University of the Nile Valley, Sudan.

**Abstracts of Arabic Researches:**

- **Prof.Dr. Azza Mostafa Elkahkey** - Umm Al-Qura University
Zainab Abo Omar Fadul Al-Hq AbdulKarim Al-Ramadhani - Umm Al-Qura University
 Vision of the Academic Elite in Achieving the Concept of Quality in Public Relations Departments in the Saudi Universities 7
- **Dr. Mohammad Basyouny Gebril** - Al-Azhar University
 Expatriates' Exposure to Egyptian Electronic Newspapers and its Relationship to Shaping their Attitudes towards Floating the Pound Exchange Rate: A Field Study on a Sample of Egyptians Residing in the Kingdom of Saudi Arabia 8
- **Dr. Eman Ashour Sayed Hussein** - Minia University
 Effectiveness of the Short Educational Films in Reducing Cyber Bullying among High School Students 9
- **Dr. Rasha Abdel Rahim Mazroua** - Umm Al-Qura University
Shaimaa Ebrahim Al-masrahi - Umm Al-Qura University
 The Factors Affecting on the Perceptive Image of Public Relations Function: A Field Study on a Sample of Students from the Department of Media at Umm Al-Qura University 10
- **Dr. Merhan Mohsen Tantawi** - Pharos University
 The Relationship between Youth Attitudes towards Celebrities Advertisement and their Purchasing Intention for the Advertised Product: A field Study 12
- **Emad Almudaifar** - Al Imam Mohamad Ibn Saud Islamic University
Osamh Al-Muhaya - Al Imam Mohamad Ibn Saud Islamic University
Hani Al-Ghamdi - Al Imam Mohamad Ibn Saud Islamic University
Ibrahim Al-Rashidi - Al Imam Mohamad Ibn Saud Islamic University
 Modern Research Trends towards Employing New Media in Public Relations And Public Diplomacy: Second Level Analytical Paper 13
- **Noora Ahmad Youssef Mohamad** - University of Sharjah
 The Usage of Emirati Voluntary Organizations of Social Media to Spread the Culture of Volunteerism: An Applied Study on the Communicator 15

English Researches:

- **Hassan Ahmed Abusharifah** - Jazan University
 The Usage of Al-Arabiya and Al-Jazeera News Channels of Twitter to Disseminate Breakdown News 16