

الرأي العام والدبلوماسية (التقليدية والعامّة والرقمية): علاقة معقدة وتفاعل وتأثير تبادلي د. على محمد القرني

أستاذ مساعد معهد الأمير سعود الفيصل للدراسات الدبلوماسية

ملخص:

تطورت العلاقة بين الرأي العام والدبلوماسية لتصبح محورا رئيسياً للدراسات الحديثة في مجال العلاقات الدولية. لقد دأبت الجهات الدولية (دول ومنظمات) على تشكيل الرأي العام بما يتماشى مع مصالحها، ولم يكن سهلاً تصور التفاعل الكبير بين الرأي العام وتوجهات السياسة الخارجية كما هو حاصل الآن، حيث باتت الدبلوماسية تعتمد بشكل كبير على مستوى اهتمام الجمهور الذي لا يمكن تحقيقه إلا عبر وسائل الإعلام الجماهيرية. والحقيقة أن مفهوم "القوة الناعمة" الذي طرحه البروفيسور جوزيف ناي كان الأفضل تعبيراً عن جوهر هذه العلاقة. وعليه، تقدم الدراسة الحالية، من خلال تحليل للأطر النظرية والأمثلة التاريخية والحالات المعاصرة، رؤى حول الدور المحوري الذي تضطلع به وسائل الإعلام الجماهيرية في هذا السياق. كما تقوم الدراسة من خلال النتائج التي توصلت لها بالكشف عن أسلوب مبتكر للدبلوماسيين في التواصل مع الجمهور، والترويج لسياسة بلدانهم عبر عدد من الطرق الحديثة وأهمها المنصات الرقمية. كما تبين الدراسة عدد من التحديات مثل انتشار المعلومات المضللة، والتفاوت بين آراء الجمهور العابرة، وأهداف السياسة الخارجية للدول والتي غالباً ما تكون طويلة المدى. كما تظهر الدراسة بأنه - وبالرغم من هذه التحديات - إلا أن هناك فرص لتعزيز القوة الناعمة من خلال الدبلوماسية العامة وتبني استراتيجيات من شأنها تعزيز نفوذ الدولة في عالم متسارع ومتربط بشكل غير مسبوق.

كلمات مفتاحية: الرأي العام، الدبلوماسية، الدبلوماسية العامة، الدبلوماسية

الرقمية، القوة الناعمة.

Abstract:

The in-depth relationship between public opinion and international diplomacy has become a central focus for modern scholars of international relations. Actors across the world (states and multilateral organizations) have always sought to influence public sentiment for their own ends, but the intense interplay between public opinion and the conduct of foreign affairs in the present era was scarcely imaginable just a few decades ago. The conduct of international diplomacy is now, in large part, dependent upon the sort of public interest and attention that can only be gained through the mass media. Joseph Nye's concept of soft power best captures the essence of this relationship. The findings of the current study, based on a comprehensive analysis of theoretical frameworks, historical examples, and contemporary case studies, place emphasis on the fundamental pivotal role that the mass media occupy in this modern context. The results point to an innovative way for diplomats to engage with the public and promote their policies—using modern digital platforms. There are both challenges and opportunities in this regard, with misinformation being the primary challenge, as well as a lack of balance between the public's short-term opinions and a country's long-term foreign policy objectives. However, there are also opportunities to increase soft power using public diplomacy and measures that can increase a country's clout in an ever-globalized world.

Key Words: Public opinion, Diplomacy, Public Diplomacy, Digital Diplomacy, Soft Power,

مقدمة

أحدثت العولمة والتطورات التكنولوجية الحديثة تحولا جذريا في مجال الدبلوماسية. فبينما كانت الدبلوماسية في الماضي مقتصرة على النخب السياسية والطاقت الدبلوماسية من سفراء ومبعوثين، وكانت تتم بشكل سري وبعيدا عن أعين العامة، حيث لم يكن للجمهور دور يذكر في صياغة أو تنفيذ السياسة الخارجية،

جاءت وسائل الإعلام الجماهيرية- لا سيما المنصات الرقمية الحديثة- لتشارك الجمهور في التأثير على الدبلوماسية وعلى مسرح العلاقات الدولية. لقد تأثرت العلاقات الدولية في وقتنا الراهن بالرأي العام وذلك بشكل كبير وملحوس. وعلى الرغم من أن هذه الظاهرة كانت سابقا مقتصرة على الدول الغربية، إلا أنها الآن تؤثر على غالبية دول العالم، بما في ذلك تلك الدول التي لا تنتهج الديمقراطية. يرجع هذا التأثير إلى الدور المتزايد الذي تضطلع به وسائل الإعلام الدولية في تشكيل الرأي العام المحلي والدولي. فالتغطية الإعلامية السلبية أو غير الدقيقة قد تؤدي إلى تعقيد الأزمات الدبلوماسية، بينما يمكن للتغطية الإعلامية الإيجابية عبر منصات متعددة أن تقدم دعما قويا للجهود الدبلوماسية. والواضح انه عند سير غور العلاقة بين الرأي العام والدبلوماسية، يتضح أن الدبلوماسية الحديثة والناجحة تتطلب دراية وفها عميقاً للرأي العام. من هنا، تنطلق هذه الدراسة بالبحث في طبيعة الرأي العام وتأثيره في دعم أو معارضة الجهود الدبلوماسية المختلفة في الحاضر والماضي. ستقوم الدراسة بتناول بعض الأسس النظرية التي تربط بين الرأي العام والدبلوماسية، وستستعرض أمثلة تاريخية للتأثيرات الإيجابية والسلبية التي أحدثها الرأي العام، بالإضافة إلى دراسة حالات معاصرة تسلط الضوء على الدور الذي يمكن أن يلعبه الرأي العام في الحاضر والمستقبل.

لطالما جذبت العلاقة المعقدة بين الرأي العام والدبلوماسية اهتمام الباحثين في مجال العلاقات الدولية، نظرا لأهميتها البالغة في ممارسة الدبلوماسية. فعلى الرغم من أن الرأي العام يبدو مؤثر بشكل مباشر على استراتيجيات ونتائج الدبلوماسية أكثر من آراء النخب، إلا أن تأثيره يمتد إلى جميع جوانب عملية اتخاذ القرار، بدءاً من الأفراد المعنيين، مروراً بالزمان والمكان، وصولاً إلى الأسباب وكيفية التنفيذ. ومع تقدم العولمة والتكنولوجيا الرقمية، أصبح الرأي العام- الذي كان يُعتبر في السابق خاصاً- ذا تأثير مباشر على المفاوضين وصانعي السياسات.

لقد تحول إلى عنصر حاسم في حسابات السياسة الخارجية، حيث جعلت العولمة الشعوب والثقافات أكثر توأماً بطرق لم تكن متاحة سابقاً، مما سهل تبادل الأفكار والقيم وسرّع قدرة التكنولوجيا الرقمية على نقل مشاعر الشعوب بسرعة وسهولة^(١).

لقد استمر الرأي العام في التأثير بشكل ملحوظ على العلاقات الدولية والسياسة العامة، حيث أصبح قوة مؤثرة في تشكيل الاستراتيجيات الدبلوماسية. نتيجة لذلك، باتت الدبلوماسية، التي تعنى بإدارة العلاقات الدولية من خلال التفاوض والحوار، تعمل بشكل متزايد على تضمين المشاعر العامة كعنصر أساسي في السياسات بين الدول. وقد تعاطفت أهمية هذه العلاقة مع تأثير العولمة والتكنولوجيا الرقمية، التي ساهمت في تسريع نقل المعلومات وإيصال أصوات الجمهور بشكل غير مسبوق^(٢). وفي هذا السياق، أصبحت الدبلوماسية العامة أداة استراتيجية فعالة تستهدف بها الدول الجمهور الخارجي مباشرة. واليوم، تمثل الدبلوماسية العامة جزءاً لا يتجزأ من عمل وزارات الخارجية حول العالم والموجهة للرأي العام مما يعزز من تأثيره على الدبلوماسية والشؤون الخارجية.

أولاً: الخلفية المعرفية والإجراءات المنهجية للدراسة

مشكلة الدراسة

تواجه الدول تحديات متزايدة في إدارة سرديتها الوطنية وسمعتها الدولية. وفي هذا السياق يبرز الدور الكبير للمنظومة الدبلوماسية للدول والدور الهام للرأي العام كأداتين هامتين في بناء سرديات وطنية وصور إيجابية لها في الخارج، والتعامل مع القضايا الدولية الكبرى سواء كان ذلك في سياق ثنائي أو متعدد الأطراف. هذا عزز دور المواطن ومنحه أدوار جديدة في التأثير في العملية الدبلوماسية، وأصبح رأيه حاسماً في رسم الخطط والأهداف الدبلوماسية إضافة إلى آليات ووسائل التأثير في الرأي العام. وذلك أدى بالضرورة أيضاً إلى أهمية التداخل بين الدبلوماسية والرأي العام، وأهمية تحليل العلاقة المتبادلة بينما في سياق العلاقات الدولية المعاصرة، وتأثير كل منهما بالآخر، والتحديات في السياق الرقمي المتغير

باستمرار، وكيفية توظيفهما للتشكيل سرديّة وطنية وسمعة دولية لتحقيق أهداف السياسة الخارجية.

أهمية الدراسة:

في عالم متسارع نتيجة للتطورات الكبيرة وخصوصاً في مجال الإعلام الرقمي والانتشار السريع للأخبار بشقيها الحقيقي والمزيف، أصبحت دراسة الرأي العام والدبلوماسية ذات أهمية قصوى. لقد أصبح الرأي العام ومقدرته على تشكيل الرأي العام المحلي والدولي من أكبر التحديات التي تواجه صناع القرار والحكومات وتؤثر بشكل كبير في إدارة الدول لعلاقاتها الدولية وصورتها الذهنية. إن فهم العملية الدبلوماسية وآلياتها لتشكيل والتأثير على الرأي العام كفيل بوضع الخطط المناسبة لنجاح السياسات الخارجية للدول وصنع صورة ذهنية إيجابية لها. تسعى هذه الدراسة إلى سبر غور العلاقة بين الرأي العام والعملية الدبلوماسية، وكيفية تطوير استراتيجيات إعلامية وسياسية أكثر فعالية، والآليات التي يمكن من خلالها توظيف الرأي العام كأداة استراتيجية في العمل الدبلوماسي لتعزيز المصالح الوطنية وحماية الصورة الذهنية والسمعة الدولية للدول.

أهداف الدراسة

من أهم ما تهدف له هذه الدراسة:

- تعميق الفهم حول تفاعل الدبلوماسية والرأي العام في تشكيل العلاقات الدولية.
- إبراز مدى قدم وامتداد العلاقة بين الرأي العام والدبلوماسية.
- تأثير المشاعر العامة على صياغة وتنفيذ الاستراتيجيات الدبلوماسية والسرديات الوطنية وإدارة السمعة الدولية.
- تأثير تصرفات الدبلوماسيين على الرأي العام خاصة في أوقات الأزمات والحروب.
- تحليل حالات تاريخية مهمة لتأكيد العلاقة الوثيقة بين الرأي العام والدبلوماسية.

- رفع مستوى الفهم لكيفية إدارة العلاقات الدولية وتأثير الرأي العام على السياسات الخارجية.

أسئلة الدراسة:

تهدف الأسئلة إلى توفير إطار لهذه الدراسة، وهي كالتالي:

1. ما نوع تأثير الرأي العام على قرارات واستراتيجيات العلاقات الدبلوماسية وما هو أثر الإجراءات الدبلوماسية على الرأي العام؟
2. ما هو الدور الذي تضطلع به وسائل الإعلام في تحديد نظرة الجمهور العام لجهودها في العلاقات الدبلوماسية؟
3. ما هي الطرق التي تعمل بها الحكومات كوسيط بين تأثير الرأي العام والجهود الدبلوماسية؟
4. كيف تقوم الحكومات بتوظيف قوتها الناعمة للتأثير في الرأي العام للشعوب الأخرى بهدف تشكيله من خلال برامج الدبلوماسية العامة؟

الدراسات السابقة

أ- الدراسات العربية

تناولت العديد من الدراسات العربية مفهوم الرأي العام ووظائفه وأهدافه. كما تناولت العديد منها تأثيره وتأثره بوسائل الإعلام خصوصاً من جهة تشكيله وتوجيهه. وقد اطلع الباحث على العديد من الدراسات العربية التي ركزت على تكنولوجيا المعلومات والاتصال والمنصات الرقمية الحديثة وخصوصاً وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها في تشكيل الرأي العام. لكن الملاحظ أن هناك نقص حاد في الدراسات العربية المرتبطة بموضوع الدراسة والتي تتناول بشكل مباشر العلاقة بين الرأي العام والعملية الدبلوماسية بشقيها التقليدي والعام. كما أن الباحث اطلع على الكثير من الدراسات باللغة الإنجليزية والتي تناولت موضوع الدراسة من جوانب مختلفة وإن كان السياق مختلف. وسنستعرض بعض الدراسات العربية التي تعرضت لموضوع الدراسة ولو بشكل غير مباشر.

من هذه الدراسات بحث ماجستير حول "الدبلوماسية الرقمية في المملكة العربية السعودية: مركز الاتصال والإعلام الجديد بوزارة الخارجية السعودية نموذجًا" (٢٠١٩)^(٣) للباحث عبد الرحمن العنزي حيث تناولت تطور الدبلوماسية الرقمية في المملكة العربية السعودية والتي تعد من أوائل الدول التي أسست مركز يهتم بالاتصال والإعلام الجديد لخدمة الدبلوماسية السعودية. لم تهتم الدراسة كثيراً بموضوع الرأي العام إلا أنها تناولته بشكل غير مباشر عندما تعرضت لقوة المملكة الناعمة وضرورة استخدامها من خلال برامج الدبلوماسية العامة للتأثير في تصورات الشعوب الأخرى. وخلصت الدراسة إلى أهمية رفع مستوى الكادر البشري لتوظيف الدبلوماسية الرقمية في خدمة الدبلوماسية التقليدية والعامّة لتحقيق الأهداف العليا للدبلوماسية السعودية.

كما تناولت دراسة "استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الدبلوماسية العامة" (٢٠١٥)^(٤) للباحث سليمان صالح لأهمية تطوير منظومة فعالة لوسائل التواصل الاجتماعي من قبل الدول، لدعم منظوماتها الدبلوماسية وبناء الإدراكات والصور الذهنية للدول العربية. وتناولت الدراسة ما أسمته "بفاعلين جدد" على الساحة الدولية وتقصد وسائل التواصل الحديثة، حيث تسهم بشكل كبير في بناء العلاقات بين الدول، وبناء الصورة الذهنية لدى الشعوب، حيث أن هذا - بحسب الدراسة - شكل تحديات كبيرة أمام المنظومات الدبلوماسية التقليدية، مما جعلها تطور أساليب جديدة في التعامل مع وسائل التواصل الاجتماعي وتدريب كوادرها للتعامل مع هذه الوسائل والتواصل مع الشعوب بهدف نشر ثقافتها وقوتها الناعمة وتشكيل الإدراكات والصور الذهنية الإيجابية عنها.

ويتعرض المدير (٢٠١٣)^(٥) في أطروحته للماجستير لـ "اتجاهات المؤسسات الدبلوماسية العربية نحو توظيف الإعلام الجديد في الدبلوماسية الشعبية: دراسة مسحية للممارسين في الخارجية السعودية". وبعيداً عن نتائج دراسته المسحية لمجموعة مختارة (موظفي وزارة الخارجية في المملكة) إلا أن أطروحته تتمحور

حول التغيرات الجذرية التي طرأت على تكنولوجيا الاتصال والمعلومات مما تسبب في إحداث تحولات جذرية في طريقة التعامل مع المعلومات ونقلها، متجاوزة بذلك الأطر التقليدية والنظريات المعروفة مثل نظرية "حارس البوابة" ونظرية "ترتيب الأولويات" وأصبحت الساحة تعج بفاعلين جدد مما منح قوة وزخم للرأي العام.

ب- الدراسات الأجنبية

تقوم هذه المراجعة باستعراض الدراسات السابقة باللغة الإنجليزية والتي تناولت العلاقة بين الرأي العام والدبلوماسية من زاوية نظرية متعددة الأبعاد. تكشف المراجعة كيف تتشكل الاستراتيجيات الدبلوماسية من خلال المشاعر السائدة في المجتمع وتبادل التصورات الاستراتيجية. ويبرز ذلك بشكل ملحوظ في مفهوم جوزيف ناي حول "القوة الناعمة"، الذي يشير إلى القدرة على التأثير في السياسة الخارجية عبر الجذب والإقناع بدلا من استخدام التخويف أو الإكراه. وفقا لمفهوم جوزيف ناي، تُعد الدبلوماسية العامة أداة حيوية لتطوير موارد القوة الناعمة، والتي يمكن استثمارها في توجيه السياسات مثل الاتفاقيات التجارية الدولية والتحالفات العسكرية وغيرها من المبادرات الخارجية. وبذلك، تلعب الدبلوماسية العامة دورا أساسيا في بناء وصون صورة إيجابية للدولة في الخارج، مما يعزز قدرتها على تحقيق أهداف سياستها الخارجية^(١).

وتصويلا لفكرة ناي، يقدم "إطار سوق الأفكار" كما وصفه باوم وبوتر، نظرة معمقة للعلاقة الديناميكية بين وسائل الإعلام والرأي العام والسياسة الخارجية. تفترض النظرية ضمن إطار "سوق الأفكار" Marketplace of Ideas أن وسائل الإعلام لها دور قوي في تشكيل تصورات الناس، مما يؤثر بشكل كبير على القرارات المتعلقة بالدبلوماسية. تقوم وسائل الإعلام بلعب دور الوسيط وذلك من خلال تأطير قضايا السياسة الخارجية بطرق تتناغم مع اهتمامات تلك الجماهير^(٧).

تتوسع نظرية إنتمان في مجال الدبلوماسية العامة عبر الوساطة من خلال تحليل مفهوم "سوق الأفكار". تركز هذه النظرية على كيفية تأثير وسائل الإعلام في تشكيل الرأي العام، مما يؤثر بدوره في الدبلوماسية. وفقاً لإنتمان، تسهم الأطر الإعلامية بشكل حاسم في تعزيز أو تقليص فعالية الدبلوماسية العامة، مما يؤثر في كيفية إدراك الجمهور المحلي والدولي للإجراءات السياسية. على سبيل المثال، يمكن أن تساهم التغطية الإعلامية للجانب الإنساني للمساعدات الخارجية في تحسين صورة بلد ما على الصعيد الدولي وكسب التأييد محلياً. في المقابل، قد تؤدي التغطية الإعلامية التي تكشف عن الدوافع الحقيقية وراء هذه المساعدات إلى تقويض هذه الجهود. كما يتم تقييم فعالية الدبلوماسية العامة في العلاقات الدولية من خلال النظرية البنوية، التي تركز على البنى الاجتماعية والقيم المشتركة في تحديد الروابط الدولية. ووفقاً لتلك النظرية فإن الدبلوماسية العامة لا تقتصر على إرسال رسائل إيجابية فحسب، بل تشمل أيضاً التفاعل الهادف مع الجمهور الأجنبي عبر عملية تفاوض وتكييف تهدف إلى تحقيق التوافق بين مصالحهم وقيمهم^(٨).

الدبلوماسية العامة أداة فعالة في تشكيل الرأي العام الأجنبي وخصوصاً عند توفر القيم المشتركة والتي تعد العنصر الأبرز في تعزيز فعالية جهود الدبلوماسية العامة. يشير شيفر وآخرون إلى أن فرص نجاح الدبلوماسية العامة تكون أكبر عند استهداف دول ذات قيم ثقافية وسياسية متشابهة. يعود ذلك إلى أن الأطر الإعلامية المتوافقة مع معتقدات جمهورها المسبقة تكون أكثر قدرة على التأثير في تصوراتهم مقارنة بالأطر غير المتوافقة كما هو الحال "لقيم حقوق الإنسان، والمساواة، والديموقراطية" حيث تتشابه- على سبيل المثال- الدول الغربية في مفهومها لتلك القيم، علماً أن الكثير من دول العالم الأخرى لا تتفق مع المفاهيم الغربية لتلك القيم^(٩).

علاوة على ذلك، أشار برتغر وستريجنيف إلى أن التحيزات الموجودة في وسائل الإعلام تُعد ذات أهمية كبيرة في تشكيل تصورات الناس عن الدول الأخرى على المستوى العالمي. فقد وجدوا من خلال أبحاثهم أن التغطية الإعلامية تميل إلى التركيز على القصص التي تعزز الصور النمطية السلبية عن الأعداء الخارجيين، مما يؤدي إلى تقليص فاعلية الدبلوماسية العامة. لشرح ذلك لابد أن نذكر التغطيات والتقارير المتحيزة عن المسلمين في الإعلام الغربي بعد أحداث الحادي عشر من سبتمبر. لقد تم ربط الإسلام والمسلمين بالإرهاب والتطرف في العديد من وسائل الإعلام الغربية عموماً والأمريكية خصوصاً، مما أدى إلى تعزيز الصورة النمطية وشجع التحامل والتحيز والتمييز من قبل الكثير من المؤسسات والأشخاص في الغرب ضد المسلمين. ذلك صنع ردة فعل لدى الشعوب المسلمة شكلت نواة مقاومة لبرامج الدبلوماسية العامة الأمريكية التي استهدفت العالم الإسلامي بعد مرور سنوات على أحداث الحادي عشر من سبتمبر وحاجة الولايات المتحدة لتغيير وتشكيل الرأي العام في العالم الإسلامي لخدمة أهداف السياسة الخارجية للولايات المتحدة^(١٠).

ومن أهم عناصر دعم الدبلوماسية العامة الزيارات رفيعة المستوى التي يقوم بها القادة السياسيون، حيث تعد عنصراً أساسياً في مجال الدبلوماسية العامة لأن من ضمن أهم أهدافها تحقيق تأثير دعائي كبير وتعزيز صورة الدولة في الرأي العام للدولة المضيفة. على سبيل المثال، أشار كل من جيلمور ورولينج^(١١)، وفريدمان وكامبف وبالماس^(١٢) إلى أن هذه الزيارات يمكن أن تعزز صورة البلد الزائر لدى الجمهور، وتبني حسن نية بين شعوب الدول الأخرى. ومع ذلك، لا يزال هناك جدل حول تأثيرها على المدى الطويل، حيث يرى بعض الباحثين أن تأثيرها يستمر فقط إذا تم استخدام استراتيجيات مماثلة بشكل مستمر، بينما تشير بعض الدراسات إلى أن تأثيرها قد يكون محدوداً وقصير الأمد ما لم تستمر هذه الجهود، كما هو موضح في أعمال جولان ويانغ^(١٣).

كما أن المساعدات الإنسانية الأمريكية المقدمة للبلدان المتضررة من الكوارث الكبرى خلال العقد الماضي تحظى باهتمام بالغ لفعاليتها كأحد أشكال الدبلوماسية العامة. لقد أظهرت الدراسات أن المساعدات الخارجية يمكن أن تعزز بشكل كبير صورة الدولة المانحة في الخارج، خاصة في سياق الكوارث الطبيعية والأوبئة^(٤). على سبيل المثال، ساعد الدعم الإنساني الذي قدمته الولايات المتحدة خلال كارثة تسونامي في المحيط الهندي عام ٢٠٠٤ و زلزال هايتي عام ٢٠١٠ في تحسين صورتها في الدول المتضررة. لقد كان لهذه المبادرات "النبيلة" تأثير كبير على كيفية رؤية سكان تلك المناطق للولايات المتحدة كما اعتبر شعوب تلك البلدان أن المساعدات دليلاً على اهتمام الولايات المتحدة بهم وليس لأسباب عسكرية أو استراتيجية كما هو متصور^(٥). إلا أن تقييم الناس - في الغالب - لأنشطة المساعدات الإنسانية يتوقف على مدى اعتقادهم بوجود دوافع خفية وراء هذه الأنشطة. في هذا السياق، يشير الربابع وآخرون إلى أن الرأي العام الخاص بالمساعدات الإنسانية الخارجية يتحسن فقط إذا اعتُبرت تلك المساعدات ناتجة عن إحساس إنساني صادق وليس بمصالح استراتيجية^(٦).

كما تسهم وسائل الإعلام في تداخل الرأي العام والدبلوماسية بشكل معقد وكبير. فالمعلومات تُنقل عبر وسائل الإعلام، لكنها تخضع أيضاً لعمليات تصفية. في هذا السياق، يبرز كتاب "الدبلوماسية العامة بالوساطة" دور وسائل الإعلام الحاسم في تشكيل التصورات حول المبادرات الدبلوماسية من خلال الأطر الإعلامية^(٧). وبالتالي، تؤثر هذه الأطر، إلى جانب عوامل أخرى، على فعالية الدبلوماسية العامة إما بتعزيزها أو بإضعافها.

كما أن التغطية الإعلامية تسهم في تعزيز الصور النمطية السلبية والأفكار المسبقة في أوقات النزاعات أو التوترات السياسية مع الدول الأخرى. على سبيل المثال، كانت الصحف الأمريكية والكندية أكثر ميلاً لتغطية النزاعات التي لها علاقة بالبلدين أو تمس مصالح البلدين، مما يعزز التصورات العدائية لدى قراء تلك الصحف تجاه تلك الدول. هذا التحيز يعوق أي محاولات من قبل الحكومات

لاستخدام الدبلوماسية العامة لتحسين العلاقات أو تغيير الرأي العام في دول أخرى^(١٨).

هناك حالات كثيرة وأمثلة عديدة على سطوة وسائل الإعلام على الرأي العام من خلال برامج الدبلوماسية العامة. من ذلك ما لوحظ خلال جائحة كورونا (كوفيد-١٩) حيث حظيت المساعدات الروسية المقدمة للولايات المتحدة باهتمام ملحوظ من قبل وسائل الإعلام الدولية. ففي الوقت الذي تعرضت بعض وسائل الإعلام لتلك المساعدات كدليل على حسن نية روسيا، فقد اعتبرت وسائل إعلام أخرى أن تلك الخطوة كانت بمثابة استراتيجية بعيدة المدى تهدف إلى تحقيق مكاسب إعلامية على حساب الولايات المتحدة. وكنتيجة لذلك فإن الطريقة التي صُورت بها تلك القصة أثرت بشكل كبير على كيفية استقبال الجمهور الأمريكي لتلك المساعدات مما يبرز دور وسائل الإعلام في تشكيل الرأي العام^(١٩).

توضح حالات مماثلة لبرامج الاتحاد الأوروبي وروسيا للدبلوماسية العامة في أوكرانيا خلال النزاع في دونباس كيف تؤثر تصورات الناس على فعالية الدبلوماسية العامة. لقد لوحظ أن نجاح هذه الجهود يعتمد بشكل أساسي على مدى صدق نوايا الدول المانحة حيث أنه عندما تُعتبر الدبلوماسية العامة تعبيراً صادقاً عن الدعم للاحتياجات المحلية وجزءاً من مسعى ينظر إليه كمسعى عادل، فإنها تكون فعالة بشكل كبير. وعلى النقيض من ذلك، عندما يُنظر إليها على أنها تمارس لدوافع سياسية فإنها تفشل في تحقيق أهدافها وتسبب مشكلات كبيرة للسلطات السياسية^(٢٠).

وكذا الحال لزيارات القادة السياسيين الرسمية وجولاتهم الدولية، حيث يكون ذلك جزءاً من برامج دولهم للدبلوماسية العامة. وبالطبع فإن هؤلاء القادة يهدفون إلى إظهار تفاعلهم مع الدول الأخرى على أعلى المستويات، مما يترك انطباعاً إيجابياً لدى الجمهور سواء في الدولتين أو حتى على المستوى الدولي. عندما يزور الرؤساء الأمريكيون دولاً أخرى فإنهم يحرصون على اصطحاب إعلاميون لتغطية الزيارة وتسليط الضوء على الرئيس والزيارة بشكل - في الغالب - إيجابي. وليس ذلك بمستغرب، إذ يعتبر الرئيس الأمريكي من أكثر الشخصيات تأثيراً في

العالم، ومحور جذب للإعلام وذلك يسهم في تعزيز الرأي العام الإيجابي للولايات المتحدة. ومع ذلك، يُلاحظ أن التأثيرات على الرأي العام طويلة الأمد غالباً ما تُهمل، مما يشكل تحدياً حيث تشير بعض الدراسات إلى أن تأثيرات تلك الزيارات يتضاءل مع مرور الوقت^(٢١).

أن الدبلوماسية العامة تعتمد بشكل كبير على قوة السرد وتأثير وسائل الإعلام وهو ما تجلى بوضوح في أزمة القرم الأخيرة حيث تم استخدام السرد الإعلامي وتأطير الأحداث خلال تلك الفترة الحرجة من التاريخ الحديث. لا يؤثر السرد الإعلامي في كيفية تصوير الأمور فقط، بل يلعب أيضاً دوراً كبيراً في تشكيل الرأي العام، مما يؤدي في النهاية إلى تأثيرات مباشرة على القرارات الدبلوماسية الرئيسية^(٢٢).

تصميم الدراسة ومنهجيتها

تستعرض هذه الدراسة التفاعل بين الرأي العام والدبلوماسية، وتوضح كيف يؤثر كل منهما على الآخر. وبالطبع فليست هذه الدراسة الأولى التي تتناول العلاقة بين الدبلوماسية والرأي العام، إلا أنها تركز بشكل كبير على التفاعلات الحديثة بين هذين المجالين، كما تهدف إلى تسليط الضوء على مدى تكامل الرأي العام والدبلوماسية العامة في تعزيز العلاقات الدولية. وتعتمد هذه الدراسة على المنهج النوعي والذي يوفر وصفاً تحليلياً للأحداث الاجتماعية في سياق الحياة اليومية. وتسمح هذه الطريقة بدراسة السياق التاريخي وجمع الأدلة والشواهد والمادة العلمية ودراستها لفهم التجارب والتفاعلات الإنسانية، مما يجعلها مناسبة لتحليل كيفية تشكيل الرأي العام في ظل هذه الأحداث وتقديمه كتصرف دبلوماسي بحد ذاته^(٢٣). ولتحقيق هذا الهدف، استخدمت الدراسة مجموعة متنوعة من مصادر البيانات النوعية لضمان معالجة شاملة للتساؤلات المطروحة.

مصادر البيانات وطرق جمعها

تعتمد هذه الدراسة بشكل أساسي على مصادر ثانوية، مثل المقالات العلمية، والكتب، والتقارير، وقواعد البيانات الموثوقة على الشبكة الدولية (الإنترنت). وقد

تم جمع البيانات بشكل رئيسي من الأدبيات التي تتوافق مع المعايير الأكاديمية، وكانت جل هذه المصادر أعمال أكاديمية محكمة. يرى ديكسون و ودز إمكانية الاعتماد بشكل كبير على الأعمال الأكاديمية المحكمة والتي تتمتع بسمعة أكاديمية رفيعة في الدراسات والأبحاث النوعية^(٢٤). كما اعتمدت هذه الدراسة على المجالات الأكاديمية البارزة دولياً مثل "المجلة الدولية للصحافة/السياسة"، و"المجلة السنوية للعلوم السياسية"، و"مجلة الاتصال السياسي"، وهي جميعها دوريات محكمة ومميزة، وسبق أن القت الضوء في دراسات عديدة على العلاقة بين الرأي العام والدبلوماسية، وقدمت رؤى تحليلية حديثة حول الموضوع. علاوة على ذلك، فقد أخذت هذه الدراسة الأطر النظرية الأساسية من كتب ومجلات مختلفة مع التركيز بشكل خاص على أعمال جوزيف ناي حول القوة الناعمة والدبلوماسية والتي وفرت رؤى شاملة وتحليلات دقيقة شكلت إطار نظري للدراسة^(٢٥). كما استعانت الدراسة ببعض التقارير والاستطلاعات التي أجرتها منظمات مرموقة مثل مركز بيو للأبحاث. وقد وفرت هذه التقارير بيانات حول كيفية تحول الرأي العام مع مرور الوقت وحتى وقتنا الراهن حيث توفر معلومات دقيقة على مدى اهتمام الناس بما تقوم به الحكومات في الخارج. وتأتي قيمتها كدليل على أن الرأي العام له تأثير مباشر- وغير مباشر أحياناً- على السياسة الخارجية^(٢٦). كما سهلت قواعد البيانات على الإنترنت مثل JSTOR و S SpringerLink و Google Scholar الحصول على عدد كبير من المقالات الأكاديمية والأوراق البحثية. وتعد قواعد البيانات هذه أساسية للغاية للحصول على مجموعة متنوعة من المصادر التي توفر رؤية شاملة لمشكلة البحث^(٢٧).

حدود الدراسة:

وبالطبع فكل دراسة لها حدود ومن حدود هذه الدراسة الاعتماد على البيانات الثانوية، مما يؤثر على عمق النتائج، لكن الدراسة سعت للاعتماد على أدبيات محكمة وعالية الجودة لضمان الدقة. كما أن هناك مشكلة أخرى تتمثل في التحيز الذي يمكن أن ينتج عن اختيار الأدبيات لتحليلها، أو من تفسير البيانات بشكل

ذاتي للغاية^(٢٨). ولتجنب ذلك تم الاعتماد على مجموعة متنوعة من الأدبيات وتحليلها بطريقة موضوعية. كما تم الالتزام بالعوامل الأخلاقية خلال البحث، بما في ذلك الاستشهاد الصحيح وحماية حقوق المؤلفين الأصليين.

تعريفات الدراسة:

بدأ الاهتمام الجدي والتناول العلمي للرأي العام منذ أوائل ثلاثينات هذا القرن، ومع مرور السنوات وتوالى الجهود العلمية والتطبيقية في مجال دراسات الرأي العام، تراكت حصيلة كبيرة ومتنوعة من الخبرة العلمية والتطبيقية في هذا المجال، حتى أصبح الرأي العام يحتل مكانا مرموقا في كافة دول العالم، على الرغم من الاختلافات السياسية والنظم الدولية، وذلك على مستوى النظرية والتطبيق. كما أصبحت للرأي العام نظرياته، واستخداماته في النظم السياسية المتنوعة، وأساليب قياسه وتوجيهه، كما أصبح من المواد الأساسية التي تدرس في العلوم الاجتماعية والإعلامية بمجالاتها المختلفة وذلك في مختلف الجامعات في العالم، (سمير حسين ١٩٩٣)^(٢٩).

الرأي العام:

تباينت تعريفات الرأي العام من باحث لآخر فبينما ينظر له الدكتور إبراهيم إمام على أنه "الفكرة السائدة بين جمهور من الناس تربطهم مصلحة مشتركة، إزاء موقف من المواقف، أو تصرف من التصرفات، أو مسألة من المسائل العامة التي تثير اهتمامهم أو تتعلق بمصالحهم المشتركة"^(٣٠). يرى الدكتور أحمد أبو زيد أن الرأي العام هو "وجهة نظر أغلبية الجماعة الذي لا يفوقه أو يجبه رأى آخر وذلك في وقت معين وإزاء مسألة تعنى الجماعة وتدور حولها المناقشة صراحة أو ضمنا في إطار هذه الجماعة"^(٣١).

كما يرى سмир حسين - وهو من أفضل من كتب عن الموضوع - بأن "الرأي العام في مجتمع ما هو خلاصة آراء مجموعة من الناس، أو الرأي الغالب، أو الاعتقاد السائد، أو إجماع الآراء، أو الاتفاق الجماعي لدى غالبية فئات الشعب

أو الجمهور تجاه أمر ما أو ظاهرة أو موضوع أو عدد من القضايا الجدلية الخلافية قد تكون اجتماعية، أو ثقافية، أو اقتصادية أو سياسية أو تربوية أو فنية، كما قد تكون ذات طابع محلي أو قومي أو إقليمي أو دولي، وأن تكون ذات أهمية لدى معظم أفراد الجمهور ويثور حولها الجدل، ويكون لهذا الإجماع قوة وتأثير على القضية أو الموضوع الذي يتعلق به"^(٣٢).

الدبلوماسية:

الدبلوماسية قديمة بقدم الإنسانية حيث- بالرغم من عدم وجود المفاهيم والأعراف والاتفاقيات الحديثة- حاول البشر في تعاملهم مع الآخرين خلال العصور المختلفة ممارسة السلوك المتزن والمعاملة الحسنة لتعظيم فوائد الاتصال. لكن الوضع تغير حديثاً بعد نشوء الدولة الحديثة وأصبح هناك اتفاقية دبلوماسية ملزمة لكافة دول العالم وإجراءات تنظم العلاقة بين الدول. يعرف أبو عبادة الدبلوماسية بأنها "مجموعة المفاهيم والقواعد والإجراءات والمراسم والمؤسسات والأعراف الدولية التي تنظم العلاقات بين الدول والمنظمات الدولية والممثلين الدبلوماسيين، بهدف خدمة المصالح العليا (الأمنية والاقتصادية) والسياسات العامة، وللتوثيق بين مصالح الدول بواسطة الاتصال والتبادل وإجراء المفاوضات السياسية وعقد الاتفاقات والمعاهدات الدولية"^(٣٣).

ومن أشهر من بحث في الدبلوماسية وعرفها الإنجليزي هارولد نيكلسون حيث عرف الدبلوماسية على أنها "إدارة العلاقات الدولية عن طريق المفاوضات أو طريقة معالجة وإدارة هذه العلاقات بواسطة السفراء والممثلين الدبلوماسيين فهي عمل وفن الدبلوماسيين"^(٣٤). وفي كل الأحوال فالدبلوماسية هي أداة هامة من أدوات تحقيق أهداف السياسة الخارجية للدول وذلك للتأثير على سياسات الدول الأخرى والتفاوض معها. يشير عبد الصبور إلى أن الدبلوماسية شهدت تطورات عديدة حيث كانت تركز بالأساس على التفاعلات بين الحكومات بعضها البعض، وفي بعض الحالات كان التواصل من الحكومة إلى الناس، وعرف ذلك بالدبلوماسية التقليدية"^(٣٥).

الدبلوماسية العامة والرقمية:

مع تطور الاتصالات والتكنولوجيا فضلاً عن تعدد الفاعلين على الساحة الدولية ظهر مفهوم الدبلوماسية العامة، والذي ظهر لأول مرة عام ١٩٦٥ في كتابات الدبلوماسي الأمريكي إدموند جولين. وقد عرف الدبلوماسية العامة بأنها "إقناع الناس في البلدان المستهدفة للسعي إلى تغيير سياسات حكوماتهم الداخلية والخارجية؛ من أجل خلق بيئة إبداعية لإنشاء جمهور يدافع عن أهداف السياسة الخارجية والمصالح الوطنية"^(٣٦). والدبلوماسية العامة ركيزة أساسية من ركائز العمل الدبلوماسي في العصر الحديث وهي الأنسب للتأثير والتأثر بالرأي العام ولذا فهي في صميم هذه الدراسة. الدبلوماسية العامة تستهدف شعوب الدول الأخرى بعكس الدبلوماسية التقليدية والتي تتم بين الحكومات بهدف تنظيم أوجه العلاقة المختلفة وحل الأزمات والتفاوض في شتى المجالات السياسة والاقتصادية والثقافية بشكل رسمي وبعيداً عن العامة. وهي في أصلها صنعة أمريكية من أجل السيطرة على سمعة الولايات المتحدة، وتحسين صورتها من خلال التواصل مع شعوب العالم لتكون الوجه الآخر الذي يسند القوة الصلبة الأمريكية.

وتظهر الدراسة، لاحقاً، نظرية جوزيف ناي "لقوة الناعمة" والتي قدمها لتكون رافداً لجهود الدعاية والعلاقات العامة التي تمارسها الأجهزة المعنية بالشأن الخارجي للولايات المتحدة ولكن تحت مسمى الدبلوماسية العامة. ومجمل ما ترمي إليه الدبلوماسية العامة هو استهداف شعوب الدول الأخرى من خلال الأنشطة الثقافية والتعليمية والإعلامية والرياضية بهدف التأثير فيها إيجاباً وكسب "العقول والقلوب"، كما يردد صناع الدبلوماسية العامة الأمريكية بشكل مستمر، بهدف خلق بيئة صديقة يسهل فيها تحقيق أهداف السياسة الخارجية للولايات المتحدة. من هنا تظهر العلاقة بين الدبلوماسية العامة والرأي العام وكلاهما يتشاركان في كلمة "عام" وهي مشتقة من عموم الناس. ومع التطور الكبير الذي حدث في مجال تكنولوجيا الاتصال والمعلومات وخصوصاً وسائل التواصل الاجتماعي، أصبحت

الدبلوماسية العامة أكثر تأثيراً في الشعوب وأصبحت هذه الوسائل منابر رقمية لممارسة الدبلوماسية العامة والتأثير في الرأي العام لشعوب الدول الأخرى وهذا ما يطلق عليه "الدبلوماسية الرقمية" والتي بدورها تعرف على أنها "استخدام الدول المتزايد لمنصات وسائل الإعلام الاجتماعية بغية تحقيق أهداف سياستها الخارجية وتحسين صورتها وسمعتها"^(٣٧).

ثانياً: السياق التاريخي

تطور تفاعل الرأي العام والدبلوماسية

تغيرت طرق تفاعل الرأي العام والدبلوماسية بشكل كبير وذلك مع مرور الزمن، ويرجع هذا التغيير بشكل كبير إلى التطور في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال إضافة إلى عوامل أخرى، ومنها التطور التاريخي الذي شهده النظام العالمي بعد الحرب العالمية الثانية. لقد كانت الدبلوماسية- في بدايات العصر الحديث- حكرًا على النخب، حيث لم يكن للجمهور أي تأثير يذكر أو اهتمام كبير بهذا المجال. كان هذا النشاط يديره الحكام ومستشاروهم المقربون، بعيداً عن الأنظار العامة وبمناى عن اهتمام الرأي العام. في تلك الحقبة، كان التواصل بطيئاً جداً، وكان الوصول إلى المعلومات المتعلقة بشؤون الدولة محدوداً بشكل كبير، مما جعل الجمهور نادراً ما يتفاعل مع أو يشارك في الأمور الدبلوماسية^(٣٨).

لم تكن التغيرات الجذرية التي طرأت خلال عصر التنوير ناتجة عن الأفكار الجديدة فحسب، بل أيضاً عن الطريقة التي عُرضت بها هذه الأفكار للجمهور. لقد شهدت تلك الفترة ظهوراً ملحوظاً لما وصفه المفكر الألماني هابرماس بـ"المجال العام"، الذي مكن النخب من التواصل مع جمهور أوسع^(٣٩). استغل مفكرو التنوير هذا المجال الجديد للوصول إلى الناس وإشراكهم في نقاشات حول كيفية إدارة الدولة. وقد أثرت وسائل الإعلام الجديدة، مثل الصحف والمنشورات، بشكل كبير على المشهد السياسي، مما زود الرأي العام بالمعلومات التي ساهمت

في تشكيل القرارات الدبلوماسية. على سبيل المثال، أثرت المناقشات العامة في بريطانيا حول الثورة الأمريكية على الاستراتيجيات والقرارات الكبرى التي اتخذتها الدبلوماسية البريطانية خلال النزاع^(٤٠).

مع بداية القرن التاسع عشر، أحدثت وسائل الإعلام الجماهيرية تحولا كبيرا، حيث أصبحت الصحف في متناول عموم الناس للمرة الأولى. ولأول مرة، أصبح للرأي العام تأثير ملموس على العلاقات الدولية. بدأت الأخبار عن الأحداث البعيدة تستحوذ على اهتمام عدد متزايد من المواطنين الذين قرأوا عنها في الصحف، وأصبح هؤلاء المواطنون يرون أنفسهم، في بعض الحالات، كمؤثرين على مجريات الأمور في أماكن بعيدة^(٤١). خلال الحرب العالمية الأولى وبعدها، شهد تفاعل الرأي العام مع الدبلوماسية تطورا ملحوظا حيث يظهر ذلك جليا في قيام الرئيس الأمريكي وودرو ويلسون على تقديم النقاط الأربع عشرة كرمز للدبلوماسية المفتوحة ومبدأ تقرير المصير، وذلك استجابة للضغوط التي مارسها الرأي العام المتأثر بالحرب^(٤٢). كما كانت المبادئ التي تهدف إلى تحقيق الأمن الجماعي وتعزيز السلام العالمي محل اهتمام عصابة الأمم^(٤٣).

الحرب الباردة: الدعاية والدبلوماسية العامة

كما اكتسبت العلاقة بين الرأي العام والدبلوماسية بعدا جديدا خلال الحرب الباردة، حيث قام علماء معهد هوفر (ستانفورد، كاليفورنيا) ومؤسسة راند (سانتا مونيكا، كاليفورنيا) بتشكيل التوجه الجديد للدعاية وبرامج الدبلوماسية العامة. وقد استثمرت الولايات المتحدة في الدعاية بشكل كبير، وأصبحت إذاعة أوروبا الحرة وإذاعة صوت أمريكا من أقوى الوسائل لغرس بذور الأيديولوجية الأمريكية بين الدول الحليفة والخصوم على حد سواء^(٤٤). في تلك الفترة، سعت القوى العظمى إلى التأثير في الرأي العام داخليا وخارجيا. بالنسبة للولايات المتحدة، كانت الدعاية خلال حرب فيتنام جزءا من استراتيجية أكبر تهدف إلى كسب دعم الرأي العام المحلي والحد من التأثير السلبي للمشاعر المناهضة للحرب على القرارات

السياسية^(٤٥). من جهة أخرى، استخدم الاتحاد السوفيتي أساليب دعائية عبر وسائل الإعلام الأمريكية والمجتمعات المهاجرة لتعزيز صورة إيجابية عنه، حيث كانت الصحف والإذاعة والتلفزيون القنوات الرئيسية لهذه الصور الإيجابية عن الولايات المتحدة^(٤٦).

وبعد انتهاء الحرب الباردة وبدء العصر الرقمي، شهدت العلاقة بين الرأي العام والدبلوماسية تحولاً كبيراً حيث لم تعد الولايات المتحدة تواجه قوة عالمية كبرى تقدم أيديولوجية بديلة لتلك التي تقدمها الولايات المتحدة. بدلاً من ذلك، أصبح من الضروري التعامل مع فاعلين عالميين جدد مثل الصين والهند، وذلك ضمن إطار الدبلوماسية العامة الأمريكية. في الوقت ذاته، أتاح الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي للأفراد في جميع أنحاء العالم أدوات جديدة للدبلوماسية العامة^(٤٧). فبعد أن كانت الولايات المتحدة تعتمد في دبلوماسيتها العامة على وسائل الإعلام التقليدية (صحف، ومجلات، وتلفاز وراديو) للتأثير وتشكيل الرأي العام في الدول الأخرى لخدمة مصالح الولايات المتحدة، أصبحت الآن توظف جيوشاً من المختصين لإدارة برامج الدبلوماسية العامة الأمريكية على المنصات الرقمية وتحديداً على وسائل التواصل الاجتماعي مستهدفة بذلك الجمهور في كافة أنحاء العالم.

لقد أملى العصر الرقمي، بما يملكه من قدرات على فرض واقع جديد وتحولات جديدة في الرأي العام حلول مبتكرة وخلاقة على القائمين على الدبلوماسية بشقيها التقليدي والعام. من أهم الأمثلة على ذلك ما شهدته عدد من الدول في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا من احتجاجات شعبية لعبت القوى الغربية الكبرى دوراً كبيراً فيه، وأطلق عليها الإعلام الغربي ما سماه بـ "الربيع العربي" والتي انطلقت شرارتها في عام ٢٠١٠. والحقيقية أن تلك الاحتجاجات والحركات الشعبية لم تكن لتتحقق لولا الدور الكبير الذي لعبته وسائل التواصل الاجتماعي وأهمها "فيسبوك"، و"تويتر"، و"يوتيوب"، والتي كانت بمثابة سلاح فعال في يد

الناشطين والمتظاهرين، مما غير بشكل جذري في الطريقة التي يتم بها نشر الأخبار والتأثير على الرأي العام من خلال تحفيز الجماهير في المشاركة في تلك الاحتجاجات. ففي تونس، والتي انطلقت منها شرارة الاحتجاجات كانت صفحات "فيسبوك" هي المكان الذي جرى فيه تبادل المعلومات حول الإضرابات والمظاهرات، كما شكل "فيسبوك" منصة فعالة لنشر قصص ومعاناة المواطنين، وذلك ساعد في تحفيز قطاعات واسعة من المجتمع على النزول إلى الشوارع. كما لعبت المنصة ذاتها- بدعن غربي- دوراً هاماً في تنظيم المظاهرات في ميدان التحرير في مصر.

ذلك الدور كان منوطاً بوسائل الإعلام التقليدية والتي كانت تحت السيطرة الرسمية، مما جعل من الصعب على الناس نقل الأخبار وتبادل الأفكار بطريقة سريعة وخالية من القيود. ومع وسائل التواصل والتي يصعب التحكم بها اختلت المعادلة حيث أصبح الجمهور أكثر عرضة للأخبار وبشكل سريع، كما زاد وعيهم بالقضايا الهامة، مما شجعهم على المشاركة في تلك الاحتجاجات. كما أن ذلك أثر بشكل مباشر على المشهد السياسي والدبلوماسي حيث عززت تلك المنصات من قدرة الرأي العام على التأثير بشكل مباشر على الأطر السياسية والدبلوماسية ورفع مستوى النقاش والوعي بالقضايا الهامة في كافة المجالات. والأمثلة كثيرة في هذا السياق ومن أهمها أيضاً ما قامت به القوى الغربية عموماً والولايات المتحدة خصوصاً في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي (فيسبوك وتويتر) في تحريك الشارع الأوكراني في فبراير ٢٠١٤ لإسقاط النظام الأوكراني، وطرده الرئيس فيكتور يانكوفيتش والذي كان يُنظر إليه كعميل لروسيا.

كما أن المنصات الرقمية تحولت إلى أداة استراتيجية هامة في مجال الدبلوماسية العامة للعديد من الدول. على سبيل المثال، تفاعلت الولايات المتحدة بشكل مباشر مع الجمهور الأجنبي عبر وسائل التواصل الاجتماعي من خلال مبادرة أطلق عليها "الدبلوماسية الرقمية"، وهي توظيف وسائل الاتصال ومنصات التواصل الاجتماعي لخدمة الدبلوماسية. ويهدف هذا النهج إلى تعزيز القيم التي

تدافع عنها الحكومة الأمريكية في سياق الدبلوماسية العامة، حيث يأمل المسؤولون في وزارة الخارجية الأمريكية أن تصبح قيمهم وأهمها "الديمقراطية" و"التغييرات الإيجابية" التي تدعو إليها "الوضع الطبيعي الجديد" على مستوى العالم^(٤٨) من جانبها، استخدمت دول أخرى مثل روسيا والصين أيضا الدبلوماسية الرقمية لتعزيز أهدافها الخاصة، التي غالبا ما تتباين مع أهداف الغرب^(٤٩).

الدبلوماسية الرقمية فرصة ثمينة قدمتها تكنولوجيا الاتصال والمعلومات للدول حيث تعد رافداً وأداة هامة للدبلوماسية التقليدية والعامة، وهي آليات حديثة تسهم في تحقيق أهداف الدول ومن أهمها السياسة الخارجية، وإدارة الصورة والسمعة، وتشكيل الرأي العام المحلي والأجنبي. لقد سخرت الكثير من الدول منصات التواصل الاجتماعي الرقمية لدعم الدبلوماسية لما توفره من مساحات كبرى للتفاعل مع الجمهور المستهدف وقياس الرأي العام، إضافة بالطبع لسهولة توظيفها وعدم ارتفاع كلفتها المالية، وتوفيرها لبيئة عمل مستدامة في أي وقت وأي زمان. كما أن مقدرتها على نقل المقاطع المرئية والمسموعة والصور والنصوص المطولة قدمت بديلاً عملياً عن الطرق التقليدية التي وظفتها الدول للوصول للجمهور.

ومع أهمية التحول الجديد والذي قدمته الدبلوماسية الرقمية للتفاعل مع الرأي العام وتشكيله إلا أن ذلك يتم في بيئة مليئة بالمخاطر والتحديات (كما هو الحال للفرص) حيث نعيش في عصر تنتشر فيه المعلومات المضللة والأخبار الكاذبة، مما يشكل عقبة واضحة في سياق العلاقات الدولية. نعلم جميعاً أن الإدراك العام يعد عنصراً حاسماً في نجاح الدبلوماسية، ولكن تأثير التصورات العامة المتأثرة بالأخبار والمعلومات المضللة والزائفة على مسارات العلاقات الدبلوماسية بين الدول ليس دائماً واضحاً^(٥٠). ومع ذلك، يوفر العصر الرقمي فرصاً غير مسبوقة لتعزيز الدبلوماسية العامة، حيث أصبح بالإمكان الوصول إلى الجماهير بشكل

مباشر، مما يعزز الثقة بينهم ويرفع من مستوى الفهم. بالإضافة إلى ذلك، أثبتت برامج ومبادرات التبادل الثقافي التي تنظمها السفارات حول العالم نجاحها في تحسين صورة الدولة وتعزيز فهمها الدولي^(٥١).

لقد تطورت العلاقة بين الرأي العام والدبلوماسية بشكل كبير خلال الحقب التاريخية المختلفة وصولاً إلى عصرنا الحالي. كما لعبت وسائل الإعلام - في مراحل مبكرة دوراً فعالاً وحاسماً في تقريب الجمهور من الدبلوماسية والتي كانت تمارس خلف الأبواب المغلقة وحصرها على النخب، مما منح الرأي العام سلطة جديدة على الشؤون الدولية. لقد أصبح الرأي العام جزءاً أساسياً من المعادلة الدبلوماسية، ويتفاعل بشكل كبير ومؤثر وذلك ضمن سياق عصر الدبلوماسية الرقمية والتي غيرت المفاهيم التقليدية للعمل الدبلوماسي.

ثالثاً: الدبلوماسية العامة والإعلام التقليدي والحديث ودورهما في التأثير المتبادل

تعكس العلاقة بين الرأي العام والدبلوماسية، كما تبدو من خلال السياق التاريخي علاقة وثيقة ومعقدة، حيث أن ما يقوله الرأي العام يمكن أن يؤثر بشكل مباشر على أفعال الدبلوماسيين وعلى القرارات التي يتخذها القادة السياسيون. وفي المقابل، يمكن لما يقوله ويفعله الدبلوماسيون والقادة أن يؤثر على الرأي العام بشكل مباشر وكبير. ومن أهم الاستنتاجات عند دراسة الرأي العام وتأثيره على الدبلوماسية أن الرأي العام يمارس تأثيراً كبيراً على القرارات وخصوصاً في الدول الديمقراطية، حيث أن الحكومات في تلك الدول مسؤولة أمام الناخبين، ولذا فإن سياساتها الخارجية غالباً ما تعكس توجهات الجمهور والذي تعتمد عليه لوصولها لسدة الحكم. ومن ذلك ما أظهرته العديد من الدراسات التي ركزت على الدور المؤثر للرأي العام في تشكيل السياسة الخارجية للولايات المتحدة^(٥٢). على سبيل المثال، خلال حرب فيتنام، تعززت وانتشرت المشاعر المناهضة للحرب بين الأمريكيين، مما دفع الحكومة الأمريكية تبني استراتيجية تدريجية لإنهاء الوجود العسكري في فيتنام^(٥٣).

كما كان القرار الأخير بسحب القوات الأمريكية من أفغانستان استجابة جزئية أيضاً لسخط الرأي العام من العمليات العسكرية الطويلة الأمد، ورغبة الأمريكيين في أن تولي حكومتهم اهتماماً أكبر بالقضايا الداخلية. ويبدو واضحاً أنه عندما يتوجه الرأي العام نحو اتجاه معين، يمكن أن تكون له نتائج ملموسة. حديثاً، ظهر ذلك جلياً في غضب الشارع الأمريكي من إطلاق الولايات المتحدة يد إسرائيل في القتل والبطش والتكيد بالفلستينيين العزل في قطاع غزة، مما دفع بالولايات المتحدة للممارسة الضغوط- ولو شكلياً لإرضاء الشارع- على الحكومة اليمينية الإسرائيلية لوقف إطلاق النار والشروع في عملية دبلوماسية.

وبخلاف الحاضر فالتاريخ مليء بالأمثلة التي تساعد على فهم العلاقة بين الرأي العام والدبلوماسية بشكل جلي. من أشهر الأمثلة في هذا الجانب الحركة العالمية التي تشكلت في الغرب لمناهضة الفصل العنصري في جنوب أفريقيا. لقد كانت الحركة، لاسيما في المملكة المتحدة والولايات المتحدة الأمريكية، مثلاً على قوة تأثير الرأي العام وذلك يبدو في تأثيره على الحكومات الغربية لممارسة الضغط (من خلال وسائل اقتصادية في الغالب) على حكومة جنوب أفريقيا^(٥٤).

وبالرغم مما تقدم من أمثلة إلا أن تحقيق التوازن بين الرأي العام وتحقيق الأهداف الدبلوماسية يبقى هاجساً وتحدياً لصناع القرار. وتتمثل إحدى الصعوبات في أن الرأي العام يمكن أن يتأثر بسهولة بالمعلومات المضللة أو التغطية الإعلامية المغرضة التي تصاحب الأزمات الدبلوماسية. كما تُثار أيضاً تساؤلات حول كيفية تحديد الأولويات بين التركيز على الرأي العام على المدى القصير وتحقيق المكاسب الدبلوماسية على المدى الطويل. فالرأي العام غالباً ما يكون متقلباً ويعتمد على الأحداث الحالية، بينما تتطلب الاستراتيجيات الدبلوماسية تخطيطاً طويلاً الأمد. ويكمن التحدي في إيجاد توازن بين الاعتبارات قصيرة الأجل وطويلة الأجل في صناعة السياسة الخارجية. وعند اتخاذ القرارات، يواجه صانعو السياسات دافع الاستجابة لمشاعر الجمهور مقابل تحقيق الأهداف

الاستراتيجية. إن التوتر بين الأهداف قصيرة الأجل والمكاسب الدبلوماسية طويلة الأجل قد يؤدي إلى صراعات داخل الحكومات^(٥٥).

ومما سبق يتضح أن صنّاع القرار لا يكتفون بتسخير الإعلام بشقيه (التقليدي والحديث) لتحقيق التوازن والأهداف السابق ذكرها، بل إنه الأداة المثلى للتأثير في شكل وتوجهات المجتمع، حيث يقوم الإعلام بالبحث عن المعلومة أو الخبر لتقديمه بالطريقة (نظرية التأطير) التي تناسب القائمين عليه (حارس البوابة) لتشكيل آراء الناس وتوجهاتهم. كما يقوم الإعلام بتوظيف آلياته المختلفة من صور وروايات ومؤثرات صوتيه وبصريه وموسيقى للتأثير على مشاعر ومواقف أفراد المجتمع، ومن ثم تشكيل رأي عام محدد. كما أن الإعلام يسخر الدعاية والترويج لأفكار وتوجهات تؤدي بالضرورة إلى تشكيل رأي عام معين. وليس سراً أن الإعلام يمارس الرقابة على المجتمع من خلال توجيهه وتحديد أولوياته وإبراز قضايا محددة لخدمة أهداف محددة.

ولكن على القائمين على استراتيجيات الدبلوماسية العامة مراعاة الثقافات والحساسيات المحلية للدول الأخرى (أو المراد التأثير فيها) لضمان نجاح برامج الدبلوماسية العامة. لقد كانت جهود الدبلوماسية العامة الأمريكية في الشرق الأوسط- على سبيل المثال- أقل فاعلية بشكل ملحوظ وذلك بسبب عدم فهم دبلوماسيي الولايات المتحدة لاحتياجات وتطلعات السكان المحليين، وعدم قدرتهم على التواصل معهم بفعالية^(٥٦). بالمقابل، تستفيد مبادرة الحزام والطريق الصينية من دعم واسع في الدول المشاركة، لأن سكان تلك الدول يدركون ويدعمون بشكل عام الهدف الأساسي للمبادرة والمتمثل في تعزيز الفوائد الاقتصادية المتبادلة بين الصين والدول الأخرى المعنية^(٥٧).

كما أن هناك مهمة تتعلق بدور وسائل الإعلام في تشكيل الرأي العام للتأثير على القرارات الدبلوماسية، حيث تعمل وسائل الإعلام كوسيط يسهم في تشكيل كيفية إدراك الجمهور للسياسة الخارجية. يمكن للتأطير الإعلامي أن يدعم أو

يعيق جهود الدبلوماسية العامة حيث يمكن أن يلعب دورا حيويا من خلال تأطير قضايا السياسة الخارجية بطرق تجعلها أكثر قبولا لدى الجمهور. وقد ازداد هذا التأثير مع ظهور وسائل التواصل الاجتماعي، التي سمحت بنقل "الرأي العام" العالمي بسرعة، حيث جعلت ممارسة "الدبلوماسية العامة" أكثر سهولة وأكثر تعقيدا في الوقت ذاته^(٥٨).

وفي هذا السياق يشير سيب إلى أن الدبلوماسية العامة أصبحت أسهل لأنها تصل إلى الجمهور الأجنبي بشكل شبه فوري، وأصبح التفاعل مع هذا الجمهور أكثر إمكانية من ذي قبل. ومع ذلك، ما تقدمه منصات التواصل الاجتماعي يمكن أن ينقلب ضدها أيضا، حيث يمكن نقل المعلومات المضللة بنفس السرعة، مما قد يؤدي إلى نتائج عكسية ويجعل جهود الدولة في الفضاء العام أقل فعالية من منظور الأمن الإنساني والقومي^(٥٩). لا شك أن المنصات الرقمية تمثل أدوات فعالة للدول للتفاعل مع الجماهير في جميع أنحاء العالم. وتعد مبادرات مثل السفارات الافتراضية والتبادل الثقافي الرقمي أدوات قيمة لتعزيز الدبلوماسية العامة^(٦٠). ومع ذلك، فإن المجال الرقمي يعتبر سلاحا ذو حدين، حيث قد تستخدم الدول المنصات الرقمية للتواصل بشكل إيجابي وبناء التفاهم المتبادل، لكنها قد تستخدمها أيضا للتدخل في الشؤون الداخلية للدول الأخرى لبث الفرقة وزرع انعدام الثقة بين المواطنين^(٦١).

من الأمثلة البارزة على ما تقدم ذكره تدخل روسيا في الانتخابات الرئاسية الأمريكية لعام ٢٠١٦. فعلى الرغم من استخدام الوسائل الدبلوماسية التقليدية للترويج للسياسات الرسمية للكرملين، إلا أن التأثير الأكبر على الرأي العام الأمريكي تحقق من خلال وسائل التواصل الاجتماعي. لقد تم استغلال منصات مثل فيسبوك وتويتر كأدوات حديثة لتطبيق استراتيجية "فرق تسد" التي تُستخدم عادة في أعمال التجسس. ولا شك أن هذا الحادث يسلط الضوء على ضرورة قيام الحكومات حول العالم بتطوير استراتيجيات لمواجهة الحرب الرقمية والتهديدات، مع الاستمرار في استخدام الأدوات الرقمية لتعزيز الدبلوماسية العامة^(٦٢).

كل ما تقدم يقود إلى أهمية فهم العلاقة بين مشاعر الجمهور والدبلوماسية لأن ذلك يعد أمر هام وحيوي بالنسبة للدبلوماسيين ولصانعي السياسات. فعندما يكون لديهم تصور دقيق لكيفية إدراك الجمهور للأحداث والسياسات، يمكنهم صياغة سياسات خارجية تتماشى بشكل أفضل مع توقعات الجمهور وتقديراته. كما يمكنهم الاستفادة من بيانات الرأي العام كأداة لتقييم مدى قبول المبادرات المختلفة، مما يتيح لهم تعديل استراتيجياتهم بناء على هذه المعلومات^(٦٣). كما أن فهم العلاقة بين مشاعر الجمهور والدبلوماسية يعد أمر حيوي للغاية في إدارة الأزمات الدبلوماسية وغيرها حيث أن التواصل مع الجمهور بشكل فوري وشفاف أثناء الأزمات الدولية يعد أمراً ضرورياً حيث أن الرسائل الحكومية خلال الأزمات تعد هامة للحفاظ على ثقة الجمهور وتهدئة المخاوف المحتملة. على سبيل المثال، خلال جائحة كوفيد-١٩، حرصت منظمة الصحة العالمية والحكومات حول العالم على إبقاء الجمهور على اطلاع دائم من خلال الإجازات والتعليمات المنتظمة واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي بشكل فعال مما ساعد في إدارة تلك الأزمة والحفاظ على ثقة الجمهور وتخفيف توتره^(٦٤).

الخاتمة

قامت هذه الدراسة بتسليط الضوء على العلاقة المعقدة بين الرأي العام والدبلوماسية، حيث أظهرت أن الرأي العام ليس مجرد متلقٍ سلبي للسياسات الخارجية، بل شريك فاعل في صياغتها وتنفيذها. فالحركات الاحتجاجية، ووسائل الإعلام، ومنصات التواصل الاجتماعي عوامل تلعب دوراً كبيراً وتؤثر بشكل مباشر وغير مباشر على القرارات الدبلوماسية. كما أن الدبلوماسية العامة، بدورها، تلعب دوراً محورياً في بناء جسور الثقة بين الدول والشعوب، حيث تسعى الدول إلى تشكيل صورة إيجابية لنفسها، وتعزيز نفوذها الناعم من خلال الثقافة، وبرامج التبادل العلمي والثقافي، ووسائل الإعلام، ومنصات التواصل الاجتماعي أو ما يطلق عليه الدبلوماسية الرقمية. لكن هذه العملية كما تظهر الدراسة لا تخلوا

من التحديات، حيث أن انتشار الأخبار الزائفة والمضللة يهدد بعرقلة جهود بناء الثقة وتقويض الرأي العام.

كما تؤكد الدراسة أيضا على الطبيعة المعقدة للتفاعل بين الرأي العام وتحقيق الأهداف الدبلوماسية. فعلى الرغم من أن المشاعر العامة قد تتغير بسرعة وغالبا ما تتأثر بالأحداث الجارية، إلا أن الاستراتيجيات الدبلوماسية تتطلب عادة تخطيطا طويلا وتستدعي الحفاظ على قدر معين من الثبات في التوجيه. ويشكل هذا التوتر الأساسي بين السياسات التي تحتاج الحكومة إلى تبنيها لتلبية تطلعات الشعب وتلك التي يجب عليها اتباعها لتحقيق الأهداف الدبلوماسية، تحديا ملحوظا في التعامل مع كلا النوعين من السياسات بفعالية.

وتؤكد الدراسة على أهمية فهم العلاقة بين الرأي العام والدبلوماسية في عصرنا الحالي. فمن خلال إدراك هذا الترابط المعقد، يمكن لصانعي القرار والشعوب على حد سواء اتخاذ قرارات أكثر استنارة وفعالية في إدارة العلاقات الدولية. كما يجب على صانعي السياسات ومنسقي برامج الدبلوماسية أن يمتلكوا فهما عميقا لتأثيرات الرأي العام ليتمكنوا من توجيه دبلوماسيتهم بفعالية. كما تدعو هذه الدراسة إلى مزيد من البحث في هذا المجال، لا سيما في ضوء التطورات المتسارعة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

رابعاً: النتائج والتوصيات

النتائج

تظهر الدراسة العلاقة الوثيقة بين الرأي العام والدبلوماسية، كما تبين بوضوح بأن هناك تأثيراً متبادلاً بينهما، حيث يؤثر الرأي العام على اتخاذ القرارات الدبلوماسية وصنع السياسات في الشأن الخارجي، كما أن الدبلوماسية بشقيها التقليدي والعام تسهم بتشكيل الرأي العام. وسبق ورأينا في هذه الدراسة كيف أن الحركات الاحتجاجية التي اجتاحت الولايات المتحدة إبان الحرب في فيتنام لعبت دوراً في إحداث تغييرات ملحوظة لدى صانع القرار الأمريكي، مما أثر على

السياسة الخارجية التي اتبعتها الحكومة الأمريكية في فيتنام وأدى إلى انسحابها، وحدث ذلك لاحقاً في أفغانستان وفي العراق أيضاً. وتشير نتائج الدراسة إلى أن تأثير الرأي العام لا يقتصر على قرارات السياسة الخارجية من خلال الضغط المباشر على الحكومات لتغيير مواقفها أو تعديل سياساتها الخارجية، بل يمتد أيضاً إلى صانعي السياسات من خلال المناخ السياسي الذي يعملون ضمنه. فالشرعية العامة تعتبر حاسمة لأعضاء الحكومة حيث ترتبط ارتباطاً وثيقاً بقدرة الحكومة على صياغة وتكييف سياسة خارجية تتماشى مع المزاج العام للجمهور.

كما أظهرت الدراسة الدور الحاسم الذي يلعبه الإعلام في تشكيل الرأي العام، والذي بدوره يمكن أن يؤثر في استراتيجيات الدبلوماسية. إن أحد أهم الوظائف الأساسية لوسائل الإعلام هي لعب دور الوسيط بين الرأي العام والدبلوماسية، حيث تقوم تلك الوسائل بتغطية قضايا السياسة الخارجية وتقديمها للجمهور بطرق تؤثر في اهتماماته. ووسائل الإعلام، سواء كانت تقليدية أو عبر الإنترنت، تساهم في نشر المعلومات وتوجيه الرأي العام نحو قضايا معينة، مما يضغط على الحكومات لتبني مواقف معينة في المحافل الدولية. كما أن الإعلام يلعب دوراً كبيراً في الأزمات السياسية والنزاعات الدولية، حيث قد يتغير الموقف الدبلوماسي للدولة نتيجة لتأثير الإعلام على مزاج الرأي العام المحلي والدولي.

كما أن الدراسة تظهر بجلاء قدرة وسائل التواصل الاجتماعي في التأثير على العلاقة التبادلية بين الرأي العام والدبلوماسية وتعزيز ذلك من خلال طرق سريعة وتفاعلية. لقد وفرت منصات التواصل الاجتماعي مثل "تويتر" و"فيسبوك" منصات للنشر الفوري والغير مقيد للمعلومات، وأتاحت تفاعلاً مباشراً في الفضاء الرقمي بين الحكومات ومواطنيها ومواطني الدول الأخرى. ذلك منح الأفراد والمجموعات ومؤسسات المجتمع المدني قوة جديدة ومقدرة على ممارسة الضغط على الحكومات من خلال الحملات الرقمية مما جعل الحكومات أكثر استجابة لمطالب الجمهور. كما عززت المنصات الرقمية الدور الهام لبرامج الدبلوماسية العامة،

وهيأت الفرص للدول لتعزيز سرديتها الوطنية وصورتها العامة، من خلال التواصل مع شعوب الدول الأخرى ومع مواطنيها أيضاً. وبالتأكيد فإن فرص التواصل والتأثير بدأت بشكل أكثر فاعلية من أي وقت سابق.

علاوة على ذلك، تؤكد نتائج الدراسة على الدور المحوري الذي تلعبه الدبلوماسية العامة في تعزيز القوة الناعمة للدول، وتوظيف ثقافة البلد ومكان الجذب فيها للتأثير على الرأي العام لشعوب الدول الأخرى وإقناعهم من خلال الثقافة والتعليم والرياضة والفن بدلاً من استخدام القوة العسكرية والاقتصادية. كما تظهر الدراسة بأن الدبلوماسية العامة تساهم بشكل كبير في بناء صورة إيجابية للدولة وتحسين سمعتها الدولية، مما يعزز جاذبيتها ويزيد من تأثيرها على الساحة العالمية. ولا شك أن برامج الدبلوماسية العامة كأحد أدوات الدبلوماسية لتشكيل الرأي العام تلعب دوراً حاسماً في تحقيق الأهداف الاستراتيجية للدول في العصر الحديث.

وتشير الدراسة على أنه وبالرغم من أهمية الرأي العام في صياغة السياسة الخارجية، إلا أن الفجوة بين أهداف الحكومات وتطلعات الشعوب قد تتسع أحياناً. فالتأثير المتزايد لوسائل التواصل الاجتماعي يسهل انتشار المعلومات المضللة والأخبار الزائفة، مما يشوه الرأي العام ويصعب على الحكومات اتخاذ قرارات دبلوماسية بنائه. كما أن التناقض بين المشاعر العامة والأهداف الدبلوماسية طويلة الأجل يمثل تحدياً كبيراً، حيث قد تدفع ردود الفعل الانفعالية الشعوب إلى الضغط على حكوماتها لاتخاذ قرارات قد لا تكون في خدمة المصالح الوطنية على المدى الطويل.

ومما تقدم يتضح بأن العلاقة بين الرأي العام والدبلوماسية وثيقة ومعقدة حيث يؤثر الرأي العام بشكل كبير على سياسة الدولة الخارجية ومجمل عملها الدبلوماسي وصورتها أمام المجتمع الدولي شعوباً وحكومات. كما يتضح بأن تشكيل الرأي العام حيال قضايا دولية محددة يمكن أن يؤثر (سلباً أو إيجاباً) على القرارات الدبلوماسية التي تتخذها الدول، ولذا تعي الكثير من الدول تلك الحقيقة

وتحاول جاهدة تشكيل وتوجيه الرأي العام للسيطرة على ردة فعله تجاه السياسات. كما أظهرت النتائج بأن التواصل الفعال والإيجابي - من خلال برامج الدبلوماسية العامة - مع الرأي العام في الدول الأخرى يسهم في خلق حالة فهم وتفهم بين الدول، ويعزز الشراكة والتعاون بينها. كما تبين النتائج بأن الدول الناجحة في توظيف قوتها الناعمة للتأثير في الرأي العام تنجح في الغالب لجعل الرأي العام (في الداخل وفي الخارج) داعم لعلاقاتها وأهداف سياستها الخارجية على كافة الأصعدة. لكن ذلك - بحسب الدراسة - لا يخلو من مصاعب وتحديات وعلى رأسها تأثير الأخبار الزائفة والمضللة على الرأي العام بهدف تشكيله وتوجيهه بشكل معين، مما قد ينعكس على العمل الدبلوماسي، إضافة بالطبع إلى إثارة القلاقل والصراعات والكراهية والتحريض على العنف مما قد يعرض الاستقرار الاجتماعي والسياسي للخطر.

التوصيات:

أولاً: يجب على الحكومات الاستثمار في البرامج الإعلامية التثقيفية الموجهة للجمهور. وتهدف تلك البرامج إلى مساعدة الأفراد في التحقق من مصداقية المعلومات التي يتلقونها خصوصاً في هذا العصر الذي يتم فيه تداول الأخبار المضللة بشكل واسع. يمكن لبرامج التثقيف الإعلامي أن تساعد في تعزيز قدرة الجمهور على التمييز بين الأخبار الحقيقية وتلك المزيفة، مما يجعله أكثر استعداداً للتعامل مع وسائل الاتصال التي تلعب دوراً مهماً في الدبلوماسية العامة. كما يجب على وسائل الإعلام والجهات الرسمية توعية الجمهور بأهمية تقييم المعلومات والبحث عن الحقيقة قبل تداولها، والاعتماد على مصادر موثوقة والتحقق من صحة الأخبار قبل نشرها أو اعتمادها.

ثانياً: ضرورة تطبيق وتوظيف الدبلوماسية الرقمية والاستفادة من المنصات الرقمية في الجهود الدبلوماسية للوصول لشريحة أكبر من الجمهور والتفاعل معها في كافة أرجاء المعمورة. لقد لاحظنا (على سبيل المثال) توظيف الدبلوماسية الأمريكية للمنصات الرقمية وخصوصاً منصة إكس (تويتر سابقاً) لنشر المعلومات

بسرعة فائقة وعلى نطاق واسع للجمهور حول العالم. وعلى الرغم من أن سرعة نشر الأخبار عبر المنصات الرقمية أصبحت مألوفة في الوقت الحاضر، إلا أن التحدي كما أشار سيب^(٦٥) يكمن في التفريق بين نشر المعلومات بشكل عام وتوصيلها بشكل فعال إلى أفراد قد يكونون على بعد نصف الكرة الأرضية. كما أشار إلى أنه وبينما تسعى الدبلوماسية إلى بناء علاقات مع الجمهور حول العالم، إلا أن الأمر يتطلب تحقيق توازن بين سرعة نقل الأخبار وملاءمتها في السياق الصحيح.

ثالثاً: على القائمون على العمل الدبلوماسي التحلي بالمصداقية والنزاهة في برامج الدبلوماسية العامة وذلك لبناء الثقة وكسب "العقول والقلوب" لجمهور يتطلع عادة إلى معرفة الأحداث بدقة ومصداقية وفي الوقت المناسب وفي عالم أصبح يعيش مستوى عالٍ جداً من الشفافية.

رابعاً: الحرص على دراسة الرأي العام وإجراء المسح والاستطلاعات وجمع البيانات عن الرأي العام والتي تحدد جودة العملية الدبلوماسية، وخصوصاً برامج الدبلوماسية العامة الموجهة أساساً للشعوب وليس للحكومات. إنه وبفضل الكم الكبير من الاستطلاعات والأبحاث وأدوات جمع البيانات التي ظهرت خلال العقود الثلاثة الماضية، فإن الحكومات تتمتع في الوقت الراهن برؤية أوضح للمزاج العام. هذه الأدوات والمدعومة بالتوسع المستمر في استخدام تقنيات جمع البيانات الرقمية، تتيح للحكومات إدارة وتشكيل الرأي العام الذي أصبح أكثر تقلباً وأكثر مزاجية. وعلى الرغم من أن هذه الأدوات يمكن أن تُعتبر نعمة أو نقمة، فإنها تمكن الحكومات من تعديل استراتيجيات الدبلوماسية العامة بطرق أكثر تطوراً مع الاستجابة- بالطبع- لتقلبات الرأي العام.

ختاماً، يمكننا التأكيد على أن دمج التثقيف الإعلامي، والمنصات الرقمية، والاتصال الشفاف، وبيانات الرأي العام في استراتيجيات الدبلوماسية العامة سيعزز فعاليتها بشكل كبير ويتيح لها الوصول إلى الجماهير الأجنبية، والتأثير إيجابياً على آرائهم، بل وتغيير وجهات نظرهم حتى لو كان ذلك محدوداً.

الهوامش والمراجع:

- (1) Entman, R. M. (2008). Theorizing Mediated Public Diplomacy: The U.S. Case. *The International Journal of Press/Politics*, 13(2), 87-102.
- (2) Entman, R. M., (2008), Op.Cit. P. 91.
- (3) العنزّي، عبدالسلام (٢٠١٩). الدبلوماسية الرقمية في المملكة العربية السعودية: مركز الاتصال والإعلام الجديد بوزارة الخارجية السعودية أنموذجاً. رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الأردنية، المملكة الأردنية الهاشمية، عمان.
- (4) صالح، سليمان (٢٠١٥). استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الدبلوماسية العامة. جامعة طيبة، المملكة العربية السعودية.
- (5) المديفر، عماد (٢٠١٣). اتجاهات المؤسسات الدبلوماسية العربية نحو توظيف الإعلام الجديد في الدبلوماسية الشعبية: دراسة مسحية للممارسين في الخارجية السعودية، جامعة الملك سعود، الرياض.
- (6) Nye, J. S. (2004). *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. Public Affairs.
- (7) Baum, M. A., & Potter, P. B. K. (2008). The Relationships Between Mass Media, Public Opinion, and Foreign Policy: Toward a Theoretical Synthesis. *Annual Review of Political Science*, 11(1), 39- 65.
- (8) Entman, R. M., (2008), Op.Cit. P. 98.
- (9) Sheaffer, T., Shenhav, S. R., & Goldstick, S. (2014). The Social Construction of National Security: External Threats and the Politics of News. *Political Communication*, 31(1), 20-45.
- (10) Brutger, R., & Strezhnev, A. (2022). Media Bias and Public Perceptions of Foreign Policy. *Journal of Politics*, 84(1), 23-39.
- (11) Gilmore, J., & Rowling, C. M. (2018). The Impact of Public Diplomacy on Foreign Public Opinion: The Case of High-Level Visits. *Political Communication*, 35(4), 515-536.
- (12) Friedman, G., Kampf, R., & Balmas, M. (2017). High-Level Visits as Public Diplomacy: The Effect on Foreign Public Opinion. *International Communication Gazette*, 79(1), 19-36.
- (13) Golan, G. J., & Yang, S. U. (2013). Diplomat in Chief? Assessing the Influence of Presidential Evaluations on Public Diplomacy Outcomes. *Public Relations Review*, 39(5), 501-504.

- (14) Goldsmith, B. E., & Horiuchi, Y. (2012). In Search of Soft Power: Does Foreign Public Opinion Matter for U.S. Foreign Policy? *World Politics*, 64(3), 555-585.
- (15) Andrabi, T., & Das, J. (2017). In Aid We Trust: Hearts and Minds and the Pakistan Earthquake of 2005. *World Development*, 94, 65-78.
- (16) Alrababa'h, A., et al. (2020). How Humanitarian Aid Can Improve Foreign Public Opinion. *Journal of Politics*, 82(4), 1324-1339.
- (17) Entman, R. M., (2008), Op. Cit. P. 94.
- (18) Guisinger, A. (2017). *Americans' Views of Trade and Globalization*. Oxford Research Encyclopedia of Politics. Oxford University Press.
- (19) Huang, C., & Cha, J. (2020). *American Views of Russia: At the Lowest Point in More Than a Decade*. Pew Research Center. Retrieved from <https://www.pewresearch.org>
- (20) Alrababa'h, A., et al. (2020), Op. Cit. 82(4), 1324-1339
- (21) Friedman, G., Kampf, R., & Balmas, M. (2017). High-Level Visits as Public Diplomacy: The Effect on Foreign Public Opinion. *International Communication Gazette*, 79(1), 19-36.
- (22) Faizullaev, A., & Cornut, J. (2017). Narrative Practice in International Politics and Diplomacy: The Case of the Crimean Crisis. *Journal of International Relations and Development*, 20(3), 578-604.
- (23) Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2018). *The SAGE Handbook of Qualitative Research*. Sage Publications.
- (24) Dixon-Woods, M. (2011). Using Framework-Based Synthesis for Conducting Reviews of Qualitative Studies. *BMC Medicine*, 9(1), 39.
- (25) Nye, J. S. (2008). *The Powers to Lead*. Oxford University Press.
- (26) Huang, C., & Cha, J. (2020), Op. Cit.
- (27) Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2018), Op. Cit.
- (28) Gough, D., Oliver, S., & Thomas, J. (2017). *An Introduction to Systematic Reviews*. Sage Publications.
- (29) حسين، سمير محمد (١٩٩٣). الإعلام والاتصال بالجمهور والرأي العام، عالم الكتب، القاهرة. ص ٣٣٧.
- (30) إمام، إبراهيم (١٩٦٩). الإعلام والاتصال بالجمهور، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة. ص ٢٠٥.

- (٣١) بوزيد، أحمد (١٩٦٨). سيكولوجية الرأي العام ورسائله الديمقراطية، عالم الكتاب، القاهرة. ص ٣٨.
- (٣٢) حسين، سمير محمد (١٩٩٣)، مرجع سابق.
- (٣٣) أبوعبادة، سعيد محمد (٢٠٠٩). الدبلوماسية: تاريخها ومؤسساتها وأنواعها وقوانينها، دار الشيماء للنشر والتوزيع، القاهرة. ص ١٢
- (34) Nicolson, Harold. Diplomacy. New York: The Viking Press, 1939. P. 13
- (٣٥) عبدالصبور، صباح (٢٠٢١). الدبلوماسية الرقمية كأداة في السياسة الخارجية: الدبلوماسية الإسرائيلية تجاه المنطقة العربية، بحث منشور في مجلة أركان للدراسات والأبحاث والنشر.
- (36) Gullion, Edmund A. "Public Diplomacy: The Missing Link in U.S. Foreign Policy." The Annals of the American Academy of Political and Social Science, vol. 493, no. 1, 1987, pp. 1-16.
- (37) Manor, I., & Segev, E. (2015). "America's selfie: How the US portrays itself on its social media accounts", in Bjola, Corneliu & Holmes, Marcus, Digital Diplomacy: Theory and Practice Ed. 1st edition, Routledge. PP 75- 89.
- (38) Hamilton, K., & Langhorne, R. (2011). The Practice of Diplomacy: Its Evolution, Theory, and Administration. Routledge.
- (39) Habermas, J. (1989). The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society. MIT Press.
- (40) Black, J. (2008). Great Powers and the Quest for Hegemony: The World Order since 1500. Routledge.
- (41) Horne, A. (2010). The Age of Napoleon. Modern Library.
- (42) Tooze, A. (2014). The Deluge: The Great War, America and the Remaking of the Global Order, 1916-1931. Viking. PP. 16-20
- (43) Knock, T. J. (1992). To End All Wars: Woodrow Wilson and the Quest for a New World Order. Princeton University Press. PP. 18-26.
- (44) Cull, N. J. (2008). Public Diplomacy: Taxonomies and Histories. Annals of the American Academy of Political and Social Science, 616(1), 31-54.
- (45) Hallin, D. C. (1986). The Uncensored War: The Media and Vietnam. Oxford University Press. P.86
- (46) Shaw, T. M. (2007). The Soviet Union and the Challenge of the Future. Lexington Books. PP. 21-36
- (47) Seib, P. (2012). Real-Time Diplomacy: Politics and Power in the Social Media Era. Palgrave Macmillan. P. 38

- (48) Hanson, F. (2012). Baked In and Wired: eDiplomacy @ state. Foreign Policy. Retrieved from <https://foreignpolicy.com>
- (49) Wang, J. (2020). China's Public Diplomacy. Palgrave Macmillan. P.28.
- (50) Tucker, J. A., et al. (2018). Social Media, Political Polarization, and Political Disinformation: A Review of the Scientific Literature. Political Science Quarterly, 133(4), PP. 755-788.
- (51) Cull, N. J. (2019). Public Diplomacy: Foundations for Global Engagement in the Digital Age. Polity Press. P.48
- (52) Baum, M. A., & Potter, P. B. K. (2008), Op. Cit.
- (53) Hallin, D. C. (1986). The Uncensored War: The Media and Vietnam. Oxford University Press. P. 103
- (54) Klotz, A. (1995). Norms in International Relations: The Struggle Against Apartheid. Cornell University Press. PP. 40– 45.
- (55) Holsti, O. R. (1992). Public Opinion and Foreign Policy: Challenges to the Almond-Lippmann Consensus Mershon Series: Research Programs and Debates. International Studies Quarterly, 36(4), 439-466.
- (56) Dutta-Bergman, M. J. (2006). U.S. Public Diplomacy in the Middle East: A Critical Cultural Approach. Journal of Communication Inquiry, 30(2), PP. 102-124.
- (57) Huang, Y., & Ding, S. (2006). Dragon's underbelly: An analysis of China's soft power. East Asia, 23(4), PP. 22-44.
- (58) Sheaffer, T., et al. (2014), Op. Cit.
- (59) Seib, P. (2012), Op. Cit.
- (60) Cull, N. J. (2019), Op. Cit.
- (61) Howard, P. N., & Hussain, M. M. (2013). Democracy's Fourth Wave? Digital Media and the Arab Spring. Oxford University Press. P. 18
- (62) Polyakova, A., & Meserole, C. (2019). Exporting digital authoritarianism: The Russian and Chinese models. Brookings Institution. Retrieved from <https://brookings.edu>
- (63) Page, B. I., & Shapiro, R. Y. (1983). Effects of Public Opinion on Policy. American Political Science Review, 77(1), PP. 175-190.
- (64) Merchant, R. M., & Lurie, N. (2020). Social Media and Emergency Preparedness in Response to Novel Coronavirus. Journal of the American Medical Association, 323(20), 2011-2012.
- (65) Seib, P. (2012), Op. Cit.