SHARJAH GOVT
MEDIA BUREAU

الدبلوماسية الرقمية
الفرص والتحديات

المكتب الإعلامي لحكومة الشارقة
إدارة الاتصال الحكومي - قسم الدراسات والبحوث

2023

الدبلوماسية الرقمية
الفرص والتحديات

igcc.ae

تأليف: أ.د محمد عايش
الجامعة الأمريكية في الشارقة

المكتب الإعلامي لحكومة الشارقة
إدارة الاتصال الحكومي - قسم الدراسات والبحوث

الفهرس

مقدمة 08
هـــدف الكتيّب وأهميته 12
الدبلوماسية الرقمية كامتداد للدبلوماسية العامة 16
نموذجا الدبلوماسية الإعلامية التقليدية 22
الدبلوماسية العامة: من الدبلوماسية الإعلامية إلى الرقمية 28
موقع Twiplomacy لرصد الدبلوماسية الرقمية 39
حالات مختارة للدبلوماسية الرقمية 44
محاور الدبلوماسية الرقمية 56
الفرص التي توفرها والتحديات التي تواجهها الدبلوماسية الرقمية 57
ملخص وتوصيات 72

المقدمة

2023
igcc.ae

1المقدمة

في عالم غدا أكثر تعقيداً وتشابكاً من أي وقت مضى، شكلت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الرقمية محركاً رئيساً للتحولات السياسية، والاجتماعية، والاقتصادية، والثقافية، في جميع مجالات الحياة المعاصرة، بما فيها المجال الدبلوماسي والعلاقات بين الدول على كافة المستويات. ورغم أن الدبلوماسية في شكلها الأساسي قد حافظت على منهجيتها وأدواتها التقليدية القائمة على التواصل والتفاوض الوجاهي والسري والمغلق، بين الدبلوماسيين وممثلي الدول والهيئات المختلفة المرتبطة بها، فإن ثورة الاتصال والمعلومات والإعلام التي شهدتها البشرية منذ ثمانينات القرن الماضي، والتي امتدت لتشمل التحولات الرقمية والشبكية، والوسائط المتعددة، وتقنيات الذكاء الاصطناعي، والبيانات الضخمة (Big Data) في العقد الأول من القرن الماضي، هي التي أحدثت التغيير الأعمق في مجال الاتصال السياسي والعلاقات الدولية عامة، وفي العمل الدبلوماسي خاصة. ففي ظل هذا التغيير الشامل، ازدادت أهمية الدبلوماسية العامة (Public Diplomacy) التي يقوم من خلالها ساسة الدول، ورجال الدبلوماسية، وقادة الرأي والنخب فيها، بمخاطبة شعوب الدول الأخرى بشكل مباشر ومفتوح عبر القنوات الإعلامية، والمنتديات الثقافية، والتجارية، والتعليمية، بهدف التأثير على الرأي العام في تلك المجتمعات، ليكون أكثر تناغماً مع توجهات السياسات التي تتبناها دولهم، مما يساعد في إنجاح السياسة الخارجية، وتحقيق أهدافها المرجوة.

وقد لعبت وسائل الاتصال الجماهيري التقليدية كالصحف، والتلفزيون، والراديو، أدواراً بارزة في تحقيق مفهوم الدبلوماسية العامة، حيث أتاحت الفرصة للكثير من الدول للتعبير عن توجهاتها، وآرائها بشأن القضايا والأحداث المختلفة، ونقلها مباشرة إلى الجماهير في الدول الأخرى، من أجل استمالتها والتأثير في توجهات الرأي العام فيها. وقد كان هذا الأمر أكثر تجلياً في فترة الحرب الباردة بين الدول الغربية ودول المعسكر السوفييتي السابق، حيث دلت الدراسات والبحوث على أن كلا من إذاعتي الحرية (Radio Liberty) وصوت أمريكا (Voice of America)، كان لهما دور مهم في تعزيز تبني أنماط الحياة الغربية بين مواطني الاتحاد السوفييتي السابق والدول التابعة له، وفي نقل الرؤى الأمريكية حول الصراعات الدائرة بين القطبين الدوليين في مناطق آسيا، وإفريقيا، وأمريكا اللاتينية، والشرق الأوسط.[1]

واستند مفهوم الدبلوماسية العامة إلى فكرة مفادها أن مخاطبة الشعوب في الدول الأخرى بشكل مباشر من خلال الإعلام، والتبادل الثقافي، والتعليمي، والسياحة، والرياضة، وغيرها، عبر تجاوز القنوات الرسمية القائمة بين الحكومات، لها تأثير مستدام على سمعة الدول الراعية للدبلوماسية العامة، وهو تأثير يتعلق أساساً بتعديل الاتجاهات والآراء والقيم في المجتمعات المستهدفة، بما يخدم الأهداف الاستراتيجية للدول الراعية، حيث نشأت مفاهيم جديدة في الفكر السياسي والإعلامي الدولي مثل القوة الناعمة (Soft Power)، والتوسيم الوطني (Nation Branding)، وبناء السمعة (Reputation Building). وسيتم تناولها في هذا البحث في إطار مناقشة مفهوم وممارسة الدبلوماسية الرقمية.

وعلى الرغم من أن الدبلوماسية العامة التي تستخدم وسائل الاتصال التقليدية وعلاقات التعاون الدولي قد نجحت فعلاً في تحقيق بعض الإنجازات على مستوى تعديل الرأي العام، وإحداث تحولات في العلاقات الدولية، إلا أن ذلك التأثير لا يقارن بما تقوم به الدبلوماسية الرقمية (Digital Diplomacy) المعتمدة على توظيف تكنولوجيا الشبكات الاجتماعية، والإنترنت، والوسائط المتعددة، والذكاء الاصطناعي، والبيانات الضخمة، والهواتف المتحركة في تحقيق تشابكات تفاعلية (Engagements) مؤثرة مع أفراد الجمهور في الداخل والخارج. فمن الواضح أن الدبلوماسية الرقمية تتفوق كثيراً على ممارسات استخدام وسائل الإعلام التقليدي في نقل وجهات النظر، والتوجهات الحكومية للشعوب الأخرى في أكثر من مجال. فمن ناحية، نلاحظ أن الدبلوماسية الرقمية تعتمد على تدفق ثنائي الاتجاه للمعلومات ما بين المرسل والمستقبل، مما يجعل من المستقبل مرسلاً نشطاً أيضاً، على عكس النموذج الاتصالي التقليدي الذي تتدفق فيه المعلومات باتجاه واحد، لا يملك فيه المستقبل قدرة على تحقيق أي رجع صدى ذي قيمة، بل يكون مستقبلاً سلبياً في أحسن حالاته. ففي بيئة الدبلوماسية الرقمية، نرى أن جمهور مستخدمي الشبكة العنكبوتية قادرين على التفاعل المباشر مع الرسائل التي يرسلها القادة والدبلوماسيون عبر منصات التواصل الاجتماعي، أو التطبيقات الذكية، أو المواقع الإلكترونية والمدونات، من خلال الإدلاء بتعليقاتهم حول كل ما يكتب سواء بشكل نصي، أو صوتي، أو بصري. ولعل هذه الخاصية تخلق حالة من التفاعل الرقمي بين الدبلوماسي والجمهور، بشكل يمكن قياسه، والاطلاع على نتائجه، عبر التحليلات الاجتماعية (Social Analytics) التي تستخدم البيانات الضخمة (Big Data) في إبراز الاتجاهات والآراء، ومستويات التفاعل، بشكل لا يمكن الحصول عليه في الدبلوماسية العامة

التي تستخدم قنوات الإعلام ووسائل البحث التقليدية مثل المسوحات الميدانية وتحليل المضمنون والمجموعات المركزة. ومن ناحية أخرى، هناك جانب آخر بارز للدبلوماسية الرقمية يتمثل في توظيف الوسائط المتعددة في نقل الرسائل الدبلوماسية من خلال النصوص، والفيديوهات، والصور، والأصوات، والرسومات المتحركة، والإنفو غرافيك، وهو ما تتفوق فيه على الإعلام التقليدي أحادي الوسيط وغير التفاعلي. واعل لهذا الجانب دور مهم في تعميق تأثير الرسالة الدبلوماسية، ورفع مستوى الإقناع فيها، وبخاصة عند تدعيمها بالعناصر البصرية (Visuals).

ومن ناحية أخرى، فإن هذا الكتيّب يؤكد على نموذج للدبلوماسية الرقمية لا تكون فيه بديلاً للدبلوماسية التقليدية، بل داعماً لها في الفضاء الافتراضي للإنترنت والشبكات الاجتماعية. فالدول لا يمكن أن تتخذ قراراتها وتصنع سياساتها الخارجية عبر الشبكات الاجتماعية، بل توظف الموارد الرقمية لمساندة ما تقوم به من تفاوض، وإعلان للمواقف، واتخاذ للقرارات، وكذلك للتواصل مع الأطراف المختلفة. وكمكون من مكونات الدبلوماسية العامة، فإن الدبلوماسية الرقمية هي خير داعم للدبلوماسية الرسمية من حيث إشراك الرأي العام في مناقشة القضايا المختلفة، باعتبار أن الرأي العام يمثل ركيزة أساسية من ركائز صنع القرار السياسي في كثير من الدول، كما أن مساهمة الدبلوماسية الرقمية في تعزيز التوسيم الوطني وبناء السمعة الوطنية، والقوة الناعمة للدول، هو أمر لا يمكن إنكاره في دعم ومساندة السياسة الخارجية لتلك الدول.

1 Rosso, L. (2013). Radio Wars: Broadcasting in the Cold War. Cold War History. Vol. 13, No. (2). Pp. 145-152

هدف الكتيّب وأهميته

يهدف هذا الكتيّب إلى إلقاء الضوء على ظاهرة الدبلوماسية الرقمية باعتبارها امتداداً للدبلوماسية العامة، ونتاجاً لثورة الاتصال والمعلومات الرقمية التي اجتاحت العالم في نهاية الثمانينيات من القرن الماضي، وصولاً إلى تطوير نموذج نظري لتحقيق فهم أفضل لها، باعتبارها فعلاً اتصالياً فريداً من نوعه، وذلك من خلال وصف وتعريف طبيعة هذا الفعل الدبلوماسي الرقمي، والسياق السياسي، والاجتماعي، والثقافي الذي يحدث فيه، والممكّنات التكنولوجية التي تعزز دوره وأداءه، والخطاب الدبلوماسي الذي يتم تداوله، ومستوى الاشتباك (Engagement) الذي يحدثه في البيئة المستهدفة، والتأثيرات المتوقعة التي ستبنى عليها قرارات ومبادرات دبلوماسية لاحقة. ويؤكد الإطار على عناصر النجاح في الفعل بين القائمين بالدبلوماسية الرقمية، والتي تتضمن القدرة على حكاية القصة الحكومية (Government Storytelling) عبر الشبكات الاجتماعية، وكفاءة عالية في التعامل مع شبكة الإنترنت، والمنصات الاجتماعية والأدوات الرقمية، لصناعة وتوزيع المحتوى، والتعامل مع سلوكيات الأفراد في الفضاء الافتراضي، والإلمام بالأبعاد النفسية والاجتماعية والسياسية للمجتمعات، وامتلاك المعرفة العميقة بالسياسات الوطنية المحلية والدولية، والتعامل مع الأزمات بكافة أنواعها، إضافة للمعرفة الشاملة بالإجراءات والخطوات القياسية التي تحددها الجهات الرسمية في التعامل مع القضايا المختلفة.

ويسعى هذا الكتيّب إلى تقديم الدبلوماسية الرقمية كامتداد غير تقليدي وإرباكي (Disruptive) للدبلوماسية العامة، يستند إلى ثلاث خصائص أساسية: الأولى، وهي أن الدبلوماسية الرقمية هي ممارسة استراتيجية (STRATEGIC) تسعى من خلالها الدول إلى تعزيز تفاعلها مع الجماهير العامة وبناء صورتها الإيجابية، وسمعتها الطيبة في الخارج، وفي تمتين توسيمها الوطني (Nation Branding)، وتعضيد قوتها الناعمة (Soft Power) في العالم. أما الخاصية الثانية، فتتعلق بكون الدبلوماسية الرقمية ظاهرة تعتمد في نجاحها على الإبداع والابتكار (CREATIVE)، من حيث صناعة المحتوى الإعلامي، وإدارته في الشبكات الاجتماعية، بشكل يضمن تفاعليته وجاذبيته، وقدرته على «كسب القلوب والعقول»، وكذلك في مجال إدارة الأنشطة الاتصالية وتخطيطها وفق رؤى استراتيجية واضحة. وتتمثل الخاصية الثالثة في كون الدبلوماسية الرقمية ظاهرة تستمد قوتها وزخمها من توظيف التحليلات الاجتماعية (Social Analytics) والبيانات الضخمة (Big Data) في استخلاص نتائج التفاعل والتشابك (Engagement) بين القادة السياسيين والدبلوماسيين من جهة، وبين الجماهير العامة والأطراف ذات العلاقة من جهة أخرى. فالتحليلات الاجتماعية تساعد كثيراً في الاطلاع المباشر على واقع التشابك مع الجماهير، وعلى فاعلية الرسائل الإعلامية، وأساليب التفاعل، ومستوى جودة حكاية القصص الحكومية (Government Storytelling) في الفضاء الافتراضي، وهو ما يمكّن من

اتخاذ القرارات في الوقت المناسب. ويؤكد هذا الكتاب على أن الدبلوماسية الرقمية هي ظاهرة إرباكية (Disruptive) لممارسة الدبلوماسية التقليدية من ناحية توظيف المرسل للتقنيات التفاعلية والمحتوى الإبداعي في جذب أفراد الجمهور، وتوظيف التحليلات الاجتماعية، وتحسين الصورة، وبناء توسيم وطني مستدام.

وتنبع أهمية الدراسة من جانبين:

أولاً: توفير المعرفة النظرية الحديثة والمناسبة للطلبة والباحثين حول المقاربات النظرية للدبلوماسية الرقمية في عصر الشبكات الاجتماعية والذكاء الاصطناعي. فمن الواضح أن مجتمعاتنا في القرن الحادي والعشرين باتت، أكثر من أي وقت مضى، تتحرك بشكل سريع للأمام تحت وطأة زخم تكنولوجي غير مسبوق، صار يمس جميع مسارات الحياة، ولا بد من تأسيس وعي اجتماعي وثقافي جديد يسهم في إعادة توجيه قطار التكنولوجيا في مسار الدبلوماسية الرقمية التي تواجه تحديات جمّة في الفضاء الافتراضي.

ثانياً: توفير المعرفة التطبيقية للأفراد والجهات الدبلوماسية في التوظيف الفاعل للشبكات الاجتماعية في العمل الدبلوماسي العابر للحدود. فالدبلوماسية الرقمية باتت واقعاً ملموساً في العلاقات الدولية، وأفرزت تجارب عملية ناجحة تستحق التقدير، وكان لها نتائج تثير الإعجاب، وهو ما سمح لممارسي الدبلوماسية الرقمية والباحثين بتطوير معايير مهنية واضحة لتجويد الأداء في هذا المجال الحيوي. فهناك معايير تتعلق بالوظيفة الاستراتيجية للدبلوماسية الرقمية في تعزيز التوسيم الوطني والقوة الناعمة وبناء السمعة، مثلما أن هناك معايير في تحقيق الإبداع والابتكار في صناعة المحتوى وإدارته وتوزيعه وفي التوظيف الناجح لأدوات الاتصال الرقمية، وفي التعامل مع المستخدمين بأسلوب جاذب وفاعل. وهناك معايير أيضا في كيفية تقييم أداء الدبلوماسية الرقمية من خلال توظيف التحليلات الاجتماعية والبيانات الضخمة، مما يمنح القائمين على الدبلوماسية الافتراضية الفرصة للاطلاع على واقع الأداء وتعديل السلوك واتخاذ القرارات بشكل سريع ومناسب، وهو ما يكتسب أهمية خاصة في أوقات الأزمات، حيث تحتاج الدول للمعلومات المناسبة التي تمكنها من اتخاذ القرارات الصائبة، وفي الوقت المناسب.

ويطيب لي أن أتقدم بالشكر والتقدير إلى المكتب الإعلامي لحكومة الشارقة على إتاحة الفرصة لي للمشاركة بهذا العمل العلمي حول موضوع ذي أهمية كبرى في عصرنا الحاضر، وبات يشكل ساحة للنقاش الأكاديمي والمداولات المتعلقة بصناعة السياسات الخارجية للدول، آملين أن يكون هذا العمل يحمل فائدة للقراء والمهتمين.

د. محمد عايش

الجامعة الأمريكية في الشارقة

الدبلوماسية الرقمية كامتداد للدبلوماسية العامة

2023

igcc.ae

الدبلوماسية الرقمية كامتداد للدبلوماسية العامة

الدبلوماسية هي في أصلها كلمة يونانية مشتقة من لفظ «دبلوم» أو «دبلون»، وتعني طوى أو ثنى، حيث كانت تختم جميع جوازات السفر ورخص المرور على طرق الامبراطورية الرومانية، وقوائم المسافرين والبضائع، على صفائح معدنية ذات وجهين مطبقين ومخيطين سوياً بطريقة خاصة، وكانت تذاكر المرور هذه تسمى (دبلومات). واتسع استخدام كلمة دبلوما حتى شملت وثائق رسمية غير معدنية كانت تمنح المزايا أو تحتوي على اتفاقات مع جماعات أو قبائل أجنبية.[2] والدبلوماسية بمعناها العام الحديث، والذي يتماشى مع مفهوم القانون الدولي، هي 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، وللتوفيق بين مصالح الدول بواسطة الاتصال والتبادل وإجراء المفاوضات السياسية وعقد الاتفاقات والمعاهدات الدولية.[3] وقد تعددت تعريفات الدبلوماسية لدرجة أن وزير الخارجية الأمريكي هنري كيسنجر وصفها بأنها «فن إخبار الناس بالذهاب إلى الجحيم، بطريقة تجعلهم يطلبون منك توجيهات للوصول إلى تلك الوجهة».[4]

وقد استمرت الدبلوماسية التقليدية كصيغة وحيدة للتواصل السري والمغلق بين ممثلي الدول، بهدف إدارة النزاعات والعلاقات لقرون عديدة، حتى بروز عصر الاتصال الجماهيري في مطلع القرن العشرين، حيث قاد استخدام وسائل الإعلام في التأثير على الرأي العام إلى ظهور مصطلح الدبلوماسية الإعلامية (Media Diplomacy)، والتي تشير إلى تنامي دور الإعلام في التأثير على العلاقات بين الدول سلباً أو إيجاباً. وعلى الرغم من أن الدبلوماسية الإعلامية من حيث المفهوم والممارسة تعد ظاهرة قديمة[5]، إلا أن الباحثين يرونها مستجدة على الساحة العلمية والبحثية، وتعود للنصف الثاني من القرن الماضي في إطار ما يسمى بالدبلوماسية العامة (Public Diplomacy). وتعد الولايات المتحدة الأمريكية الموطن الأول للدبلوماسية العامة، حيث عملت خلال الحرب الباردة على تسخير كافة القدرات الثقافية والإعلامية والعلمية لخدمة سياستها الخارجية في المواجهة مع الاتحاد السوفياتي السابق. فعملت، وفق الدبلوماسية الأمريكية سينثيا بي شنايدر (Schneider) ،على إطلاق برامج التبادل العلمي والثقافي وتعزيز الانتشار الدولي لصناعة أفلام هوليود السينمائية، وباشرت بإطلاق محطات إذاعية مثل صوت أمريكا وأوروبا الحرة ومجلة «أميريكانا»، وكتباً مترجمة في الأدب والفلسفة والاجتماع والثقافة والأعمال التلفزيونية والموسيقية، لتنقل إلى العالم القيم والمبادئ التي تستند إليها الولايات المتحدة كدولة ومجتمع حضاري في مجال الحريات المدنية وحقوق الإنسان والتقدم العلمي والتكنولوجي، وغيرها.[6] وقد اندرجت البرامج الإعلامية، وفق بعض المناظير التحليلية في تلك الفترة، ضمن إطار الدعاية الإعلامية (PROPOAGANDA) التي كانت تواكب جهود السياسة الخارجية، بهدف دعمها وتوفير البيئة الاجتماعية والنفسية لإنجاح تنفيذها.[7]

ويرى بعض الباحثين أن الدبلوماسية العامة تتعلق أساساً بإدارة العلاقات في الفضاء العام وخارج دهاليز السياسة المغلقة، بين الحكومات والجماهير في الدول الأخرى بما يحقق أهداف السياسات الخارجية لتلك الحكومات.[8] وتعرف الدبلوماسية العامة بأنها: الجهود التي تبذلها الحكومات من أجل فهم وإعلام الجماهير العالمية باستخدام قنوات تقع خارج الإطار الحكومي من أجل تحقيق فهم وتقدير أكبر للقيم والمبادئ والمؤسسات الأمريكية.[9] وتستند الدبلوماسية العامة، وفق (Soroka)، إلى ثلاثة عناصر أساسية هي: وسائل الإعلام والرأي العام، والسياسة الخارجية.[10] فالدبلوماسية العامة توظف وسائل الإعلام لاستهداف الرأي العام في المجتمعات الأخرى بهدف التأثير فيه خدمة لاستراتيجيات السياسة الخارجية للدول الراعية للجهود الدبلوماسية. ويشير كل من (Gregorscu) و (Fawaz) إلى أنه رغم غزارة النماذج النظرية المتعلقة بالعملية الاتصالية وتأثيرات الإعلام الجماهيري، إلا أن وظائف الدبلوماسية العامة لا تزال تحظى باهتمام أقل بين الباحثين.[11] وتشير (Merickova) إلى أن الدبلوماسية العامة توظف أصلاً كأداة داعمة للسياسة الخارجية، ولا بد من البحث عن مقاربات بديلة للتعامل معها من الناحية النظرية من خلال الاستعانة بالبحوث العلمية في علوم الإعلام، والاجتماع والنفس والأنثروبولوجيا الثقافية.[12] ويعرف (Schneider) الدبلوماسية العامة بأنها «تشمل كل ما تقوم به الدول لشرح مواقفها للعالم».[13] كما يعرفها (Tuch) بأنها «الجهود الاتصالية التي تطلقها الحكومات للتواصل مع الجماهير في المجتمعات الأخرى بهدف توليد فهم لمبادئها

وقيمها المثلى.[14]

ويرى (Gilboa) أن مشاركة الصحفيين في التواصل مع الأطراف المشاركة في نزاع ما يعد جزءاً من دور الإعلام في حل النزاعات على المستويين الإقليمي والدولي في إطار ما أسماه بدبلوماسية الوسيط الإعلام[15](Media-Broker Diplomacy). ويشير (Gilboa) إلى أن الصحفيين قد ساهموا في حل بعض الأزمات الدولية كوسطاء بين الأطراف المتصارعة في حالات مثل احتجاز الرهائن الأمريكيين في طهران عام 1979، واستيلاء المعارضين الشيشان على مبنى المسرح في موسكو عام 2002، وأثناء الحرب على العراق عام 2003.[16] ويشير (Gurevitch) إلى الدور الذي لعبه مذيع شبكة (CBS) التلفزيونية الأمريكية (Walter Cronkite) في الإعداد للقاء الرئيس المصري الراحل أنور السادات مع رئيس الوزراء الإسرائيلي مناحيم بيغين عام 1977، وهو ما قاد لاحقاً إلى توقيع اتفاقية كامب ديفيد للسلام.[17] ويرى (Gilboa) أن وسائل الإعلام تتبع منهج التجسير (Bridging) في التقريب بين وجهات النظر للأطراف ذات العلاقة بالنزاع، وأورد أمثلة إضافية للإعلامي الأمريكي تيد كوبل في جهوده للوساطة بين منظمة التحرير الفلسطينية وإسرائيل عام 1988 من خلال برنامج (Nightline)، وما قام به الصحفي الأمريكي توماس فريدمان في بلورة مقترح للسلام بين العرب والإسرائيليين خلال القمة العربية في بيروت عام 2002.[18]

2 حنان خميس، "دراسات دولية." تم التحميل بتاريخ 15 يونيو 2015 من موقع: http://www.traidnt.net/vb/traidnt1426198/

3 سعيد أبو عباه (2011). الدبلوماسية: تاريخها، مؤسساتها، أنواعها، قوانينها. قلقيلية، فلسطين: دار الشيماء للنشر والتوزيع.

4 Tenembaum, Y. (2017). Diplomacy Is the Art of Enhancing Power. E-International Relations. At: https://www.e-ir.info/2017/02/22/diplomacy-is-the-art-of-enhancing-power/

5 Melissen, Jan. 2005. Wielding Soft Power: The New Public Diplomacy. Hague: Netherlands Institute of International Relations Clingendael.

6 Schneider, Cynthia P.)2004). "Culture Communicates: US Diplomacy that Works," in Discussion Papers in Diplomacy, No. (94). Edited by Spencer Mawby, Netherlands Institute of International Relations 'Clingendael'.

7 محمد عايش (1991). الدبلوماسية الإعلامية نحو فهم مبدئي لدور وسائل الإعلام في العلاقات الدولية. مجلة أبحاث اليرموك، مجلد (7) عدد (2).

8 Fitzpatrick, K. (2007). "Advancing the new public diplomacy: A public relations perspective," The Hague Journal of Diplomacy,2, 187–211.

9 U.S. Advisory Committee on Public Diplomacy. Assessing U.S. Public Diplomacy: A Notional Model. U.S. Department of State, 2010. https://2009-2017.state.gov/pdcommission/reports/172075.htm

10 Soroka S.N. (2003), "Media, public opinion, and foreign policy," Harvard International Journal of Press/Politics, vol. 8, no. 1, p. 27-48.

نموذجا الدبلوماسية الإعلامية التقليدية

11 Grigorescu, Adriana and Fawaz Al Zink (2014). "Public Diplomacy," Valahian Journal of Economic Studies. Vol. (5) (1), pp. 103-110.

12 Merickova, Laura. "Alternative Approaches to Public Diplomacy," Polish Sociological Review 187 (2014): 351-365.

13 مرجع سابق

14 Tuch, H. N. (1990). Communicating with the world: U.S. public diplomacy overseas. New York, NY: St. Martin's.

15 Gilboa, Eytan (2005). "Media-Broker Diplomacy: When Journalists Become Mediators," Critical Studies in Media Communication. Vol. 22, No. 2, pp. 99–120.

نموذجا الدبلوماسية الإعلامية التقليدية

مرّت الدبلوماسية الإعلامية بمراحل مهمة في تطورها خلال العقود الماضية، متأثرة بعوامل سياسية وثقافية وتكنولوجية متنوعة، عملت جميعها على تشكيل توجهاتها وأدواتها وتأثيراتها المختلفة. وقد أفرزت تلك المراحل نموذجين رئيسين للدبلوماسية الإعلامية هما: (1) نموذج الدعاية الإعلامية الحكومية المبطنة وغير المباشرة، وهو يتجلى في البث الإذاعي الحكومي الموجه لدول وشعوب أخرى بهدف خلق رأي عام مساند لتوجهات الدولة التي ترعى الأنشطة الإذاعية. وأيضاً، (2) نموذج الإعلام المستقل المشارك في تغطية العلاقات الدولية باعتبار تلك التغطيات تحمل قيمة إخبارية مستحقة. ويعرض الجزء التالي هذين النموذجين:

1. نموذج الدعاية الإعلامية الحكومية المبطنة

ظهر هذا النموذج في مرحلة ما بعد الحرب العالمية الثانية، أي خلال الحرب الباردة بين المعسكرين الغربي الرأسمالي، والسوفييتي الشيوعي. وتعد الولايات المتحدة هي المنبت الأول لهذا النوع من الإعلام الذي برز في إطار ما يسمى بالدبلوماسية العامة، والتي ورد شرحها آنفاً في هذه الدراسة. وتمثلت

أدوات هذا النوع من الإعلام في محطات إذاعية تبث على الموجات القصيرة بلغات مختلفة، تقوم بنقل وجهات النظر السياسية والملامح الثقافية والعلمية والاجتماعية للمجتمع إلى الجماهير في الدول المستهدفة، بهدف خلق رأي عام مساند، ومتعاطف مع تلك الدول. ومن أبرز تلك المحطات إذاعتا «صوت أمريكا» بلغاتها المختلفة، و«أوروبا الحرة» اللتان كانتا تبثان باتجاه الاتحاد السوفييتي السابق ودول أوروبا الشرقية في الكتلة الشيوعية. واتبعت تلك المحطات الإذاعية أساليب مبطنة في التعاطي مع القضايا المطروحة، بعكس ما كانت تقوم به المحطات الإذاعية في الحقبة النازية أو تلك العاملة ضمن الدول الشيوعية، حيث كان التحريض والانفعال الجنوني، والنقد المباشر يسيطر على الخطاب الإعلامي فيها. وقد عملت إذاعتا «أوروبا الحرة» و «صوت أمريكا» بشكل كبير على تمجيد القيم السياسية والثقافية الأمريكية، وبخاصة المتعلقة بحرية الرأي والتعبير، واحترام حقوق الإنسان، وهي ثوابت مهمة ظلت لفترات طويلة تشكل مادة دسمة لتلة السياسة الخارجية الأمريكية خلال الحرب الباردة.[19] ولم يقتصر هذا النموذج على الإعلام الممول من الجهات الحكومية، بل تضمن أيضاً إعلاماً سينمائياً هائلاً من إنتاج هوليوود انتشر في أرجاء العالم بشكل واسع، ليمجّد الشخصية الأمريكية باعتبارها حاضنة للخير كله، ومدافعة عن قيم الإنسان ضد قوى الشر التي كانت في الخمسينيات والستينيات مقصورة على الشيوعية، قبل أن تتمدد في السبعينيات وما بعدها، لتضم العرب والمسلمين.

إن نموذج الإعلام الدعائي المبطن يحمل في طياته هدفاً واحداً وهو إحداث تغيير في الطرف الآخر سواء على مستوى المعرفة أو الاتجاهات أو السلوكيات، بما يتناغم مع توجهات السياسات الخارجية للدولة المضيفة للجهد الإعلامي، وهذا الهدف لم يكن أبدا هدفاً وقتياً أو مرحلياً، بل هو هدف استراتيجي بعيد المدى ويشكل جزءاً من الأهداف السياسية والعسكرية لتلك الدول. فمثلما أن السياسة الخارجية تسعى إلى تحقيق أهداف بعيدة المدى، فإن الدبلوماسية العامة تعمل على تحقيق أهداف استراتيجية تصب في الأهداف السياسية على الساحة الدولية بهدف خدمة السياسة الخارجية. وفي هذا النموذج، يكون الجمهور غير معروف الخصائص، فهو حشد من الناس تجمعهم سمات مشتركة وعامة مثل اللغة والدين والعادات والتقاليد والتوجهات السياسية، وينظر إليهم في هذا النموذج على أنهم أناس قابلون للتلاعب بهم والسيطرة عليهم، ويمكن تغيير أفكارهم واتجاهاتهم وقيمهم حسب ما يراه مناسباً القائمون على جهود الدبلوماسية العامة، وهذا النموذج حمل مسميات متنوعة في نظريات الإعلام مثل «الرصاصة الإعلامية» أو «الحقنة المخدرة». ولعل المنهج الإعلامي المتبع في هذا النموذج هو منهج الاستمالة العاطفية ممزوجاً بالقليل من العقلانية، بهدف بناء رأي عام متعاطف مع توجهات الدولة الراعية للإعلام. غير أن هذا النموذج كان يعاني من بعض المشكلات، وهي افتراض «عجز» أفراد الجمهور وتصويرهم وكأنهم كيانات ضعيفة، يمكن التلاعب بها وتكييفها وفق رؤية سياسية وأيديولوجية محددة، كما أن هناك نقطة أخرى وهي الافتراض بأن هذا الجمهور سيكون له تأثير في صياغة الرأي العام، وتوجهات السياسة العامة في مجتمعاته التي كانت تعيش في ظل نظم استبدادية وعنيفة، وهو أمر لم يكن متحققاً في معظم المجتمعات الشيوعية السابقة.

ولم يغب نموذج الإعلام الدعائي المبطن في الدبلوماسية العامة عن الساحة الإعلامية بعد انتهاء الحرب

الباردة، بل ازداد توسعاً وتعقيداً من خلال القنوات الفضائية والإعلام الإلكتروني التقليدي. فالإعلام الفضائي أسهم بشكل كبير في توفير منافذ إعلامية متنوعة للجمهور من خلال البث عبر الحدود، بنقاء تقني لم يسبق له مثيل، ولكنه ظل إعلاماً حكومياً هدفه الخارجي بناء صورة زاهية وبراقة للسياسات الخارجية للدول، بما يسهم في بناء رأي عام متعاطف. ولعلنا نرى أمثلة على ذلك في إذاعة «سوا» وفي قناة «الحرة» التلفزيونية مثل ما هو في قناة «البي بي سي» العربية، وفرنسا 24 الدولية، و «روسيا اليوم»، و «العالم» الإيرانية، وجميع القنوات التلفزيونية الحكومية في المنطقة العربية. فهي محطات تعمل بتمويل وإدارة من الجهات الحكومية، ورسالتها المعلنة هي المساهمة في التنمية الوطنية، وفي بناء صور إيجابية لدولها في الخارج. ومن الضروري التأكيد على أن الخطاب الإعلامي الذي تتبناه هذه المحطات الحكومية الدولية، ومنها العربية، لا يحمل سمات الدعاية التقليدية التي سادت في مرحلة ما بعد الحرب العالمية الثانية، بل على العكس، سيجد الباحث فيها ما يشبه الحيادية والتجرد والعقلانية في التعامل مع الأحداث والقضايا، كما أن هذا الإعلام على دراية تامة بمدى تطور الجمهور وقدرته الفائقة على توخي الدقة والتحقق من المعلومات التي يتلقاها في عصر الإنترنت والشبكات الاجتماعية. ولكن عند إخضاع محتوى ذلك الإعلام للتحليل الخطابي العميق، فإننا نجد فيه كل أطياف التحيز وعدم الموضوعية من خلال إبراز أطراف على حساب أطراف أخرى، ومن خلال الإقصاء وتوظيف مصطلحات ومفاهيم محددة ذات دلالات سياسية أو ثقافية مقصودة، أو من خلال عدم التوازن في محتواها.

وتعد الإذاعة العربية لـ «صوت أمريكا» التي توقفت عن البث في نهاية التسعينيات من القرن الماضي نموذجاً واضحاً لتوظيف الإعلام في الدبلوماسية العامة في المنطقة العربية. ففي عام 1986، قام الباحث بإجراء دراسة ضمن متطلبات الحصول على درجة الدكتوراه حول الدور الذي تقوم به إذاعة «صوت أمريكا» العربية بين المهنية الصحفية والدبلوماسية العامة، فوجد أن تلك الإذاعة التي نشأت من رحم الحرب الباردة، قد أخفقت في تأدية دورها المهني كوسيلة اتصال مستقلة وموضوعية فيما يتعلق بالشرق الأوسط، رغم محاولاتها الجادة لإضفاء صبغة عالية من المهنية على محتوياتها البرامجية.[20] وفيما خلت المحتويات البرامجية لإذاعة صوت أمريكا من سمات التحيز المباشرة التي حملتها الإذاعات العربية الحكومية خلال تلك الفترة، فإنها كانت واضحة في تركيزها على وجهات نظر السياسية الأمريكية، وعلى الثقافة الأمريكية، وعلى القيم والمبادئ الأمريكية المتعلقة بحرية التعبير، وحقوق الإنسان. كما أنها كانت واضحة في خطابها غير الصديق للأطراف الدولية مثل الاتحاد السوفييتي والدول العربية التي كانت تسير في فلكه. ولاحظ الباحث أنه حتى في مجال الدبلوماسية العامة، فإن إذاعة صوت أمريكا العربية كانت تواجه صعوبات مرتبطة أساساً بكونها جزءاً من جهاز السياسة الخارجية الأمريكية بحكم التمويل والإدارة، وبالتالي فإن إدراك الجمهور في المنطقة العربية لدورها هذا قد تأثر بعلاقتها العضوية بالحكومة الأمريكية التي كان ينظر إليها آنذاك على أنها غير منصفة فيما يتعلق بحقوق الفلسطينيين. كما أن وجود محطات إذاعية أكثر حيادية وأكثر تقارباً مع حكومات مؤيدة للقضايا العربية، ومدركة للحقوق المشروعة للشعب الفلسطيني مثل محطة «البي بي سي العربية» من لندن، ومحطة إذاعة «موسكو الدولية»، ومحطة «مونتي كارلو الدولية»، قد أفقد إذاعة «صوت

أمريكا» الكثير من المصداقية، وهو ما أدى في النهاية إلى توقفها عن البث واستبدالها في التسعينيات بمحطة أخرى هي «راديو سوا»، الذي يجمع ما بين الأخبار والشؤون العامة والترفيه.

2. نموذج الإعلام المهني المستقل

يستند هذا النموذج، وفق المنظور الغربي للإعلام، إلى مفهوم الإعلام كسلطة رابعة لا تخضع للسيطرة الحكومية، وهدفها هو توفير المعلومات الموضوعية والحيادية للجمهور لكي يبني عليها رأياً مستقلاً وغير متحيز.[21] وعندما يقوم هذه الإعلام المستقل بتناول قضية ما في الساحة الدولية، فإن ذلك يتم بناء على جدارتها الإخبارية، ومدى أهميتها بالنسبة للجمهور الذي يعد المرجعية الأولى والأخيرة في تحديد مضمون الرسالة الإعلامية، إضافة إلى تسليط الأضواء على كيفية تعامل الحكومات مع تلك القضايا. وهذا لا يعني بالضرورة أن الإعلام المستقل مالياً ومهنياً هو إعلام حيادي 100%، بل إن الدراسات أثبتت أن الإعلام المهني يخضع لسيطرة حكومية غير مباشرة من خلال الاعتمادية في المعلومات على المصادر الحكومية، وبخاصة أثناء الأزمات والحروب، حيث شهدنا خلال الحرب على العراق عام 2003 أن دمج الصحفيين في الوحدات العسكرية (Embedded Journalism) أثناء غزو العراق، قد أطاح بمصداقيتهم في التغطية الحيادية، وباتوا أسرى للمصادر الحكومية التي فرضت قيوداً على تحركاتهم في الميدان. كما أن الإعلام المهني، وبحكمه اعتماده على التمويل الإعلاني، بات أيضاً يخضع لميول المعلنين في التحكم في بعض المحتويات، تضميناً أو إقصاءً. وإذا كان الإعلام المهني يعكس الروح العامة للجمهور الذي يتوجه إليه بصفته حشداً من المستهلكين، فإنه بطبيعته سيكون متحيزاً لتلك الروح والمزاج العام، فيما يتعلق بتغطية الشعوب والمجتمعات الأخرى، كما هو الحال في التعاطي الإعلامي مع العرب والمسلمين في العالم.

الدبلوماسية العامة: من الدبلوماسية الإعلامية إلى الرقمية

16 مرجع سابق

17 Gurevitch, M. (1991). "The globalization of electronic journalism, " in J. Curran, & M. Gurevitch. (Eds.), Mass media and society (pp. 178 – 193). London: Edward Arnold.

18 مرجع سابق

19 Schiller, Herbert (1969). Mass Communications and American Empire. New York: Augustus M. Keely Publishers.

20 Ayish, Mohammad (1986). "The Voice of America Between Diplomacy and Journalism: A Case Study of the VOA Arabic Service," an unpublished doctoral thesis, University of Minnesota, Twin-Cities.

21 Siebert, Fredrick S, Peterson, Theodore and Wilbur Schramm (1963). Four Theories of the Press: The Authoritarian, Libertarian, Social Responsibility, and Soviet Communist Concepts of What the Press Should Be and Do. Urbana: University of Illinois Press.

الدبلوماسية العامة: من الدبلوماسية الإعلامية إلى الرقمية

كما أشرنا سابقاً، فإن الدبلوماسية بمفهومها النظري والعملي الواسع، قد خضعت لتغييرات جذرية خلال العقدين الماضيين، في ضوء تحولات العولمة السياسية والاقتصادية والثقافية والتكنولوجية، وبخاصة التحولات الرقمية المثيرة في أدوات إنتاج وتوزيع واستهلاك المعلومات. ويصف مفهوم الدبلوماسية الإعلامية، كما أشرنا سابقاً، الوظائف التي تؤديها وسائل الإعلام في التأثير في العلاقات بين الدول من حيث مساهمتها الاستباقية في إثارة القضايا وتمكين المسؤولين وممثلي الحكومات من مخاطبة الشعوب الأخرى بشكل مباشر، أو من خلال توظيفها من قبل الحكومات ذاتها لنقل وجهات نظرها ومواقفها إلى تلك الشعوب. وفي الحالة الأولى، تقوم وسائل الإعلام المستقلة، ومن منظور تغطيتها المهنية للقضايا الدولية، بتوفير فرص للزعماء والحكومات للتحدث مع الشعوب والمجتمعات الأخرى دون إعطاء الانطباع بأنها تفعل ذلك للترويج إلى موقف أو وجهة نظر حكومية محددة، أو أنها تخضع للتلاعب من قبل الأطراف ذات العلاقة، بل هي تفعل ذلك لأنها ترى فيه قيمة مهنية محددة تجعل من تلك التغطيات موضوعاً جاذباً للجمهور، لاحتوائه على عناصر الأهمية والوقتية والقرب الجغرافي والملاءمة الثقافية والدهشة والإنسانية. أما الوظيفة الثانية، فهي تأتي في إطار نقل وجهات النظر الحكومية إلى الشعوب الأخرى عبر وسائل إعلامية تمتلكها أو تمولها الجهات الحكومية في إطار رعايتها لتلك الوسائل وإدارة أنشطتها. وبصرف النظر عن السياقات التي يتم من خلالها نقل

وجهات ومواقف وسياسات الجهات الحكومية إلى الشعوب الأخرى، فإن ما يحصل هو في الأساس عملية تواصل دبلوماسي غير تقليدي يجري في الفضاء الإعلامي عبر موجات الأثير أو صفحات الصحف والمجلات، وفي سياق مفتوح نسبياً وخال من السرية والتكتم، على عكس ما يجري في الكواليس المغلقة للدبلوماسية التقليدية.

وفيما ساد هذا النموذج الإعلامي التقليدي للدبلوماسية العامة في العالم في النصف الثاني من القرن الماضي، فإن التحولات المثيرة في تكنولوجيا الاتصال والمعلومات مع بداية التسعينيات من القرن الماضي، ممثلة بالانتقال من النظام التماثلي (Analog) إلى النظام الرقمي (Digital)، قد جلبت معها الكثير من التطورات التي لامست جوهر الدبلوماسية الإعلامية وهيكليتها. وفي عصر الإنترنت والشبكات الاجتماعية، بما توفره من فرص للجهات الدبلوماسية للتفاعل والاشتباك مع أفراد الجمهور الذين يشكلون حاضنة للرأي العام حول القضايا المختلفة، باتت الدبلوماسية تأخذ أشكالاً متجددة، وتحتاج إلى صياغة نموذج جديد عماده التفاعلية والاشتباك (Engagement)، والفورية والوسائطية المتعددة، والعالمية والانفتاح، والتمكين الجماهيري. ففي النموذج التقليدي للدبلوماسية الإعلامية، يبقى الدبلوماسي يعمل بعيداً عن التفاعل المباشر مع أفراد الجمهور في الدول الأخرى، متحدثاً إليهم من خلال قنوات الإعلام الجماهيرية دون حدوث رجع صدى مباشر لكل ما يتم نقله. أما في النموذج الرقمي الاجتماعي التشابكي، فإن الدبلوماسي يتمتع بحضور افتراضي مستدام، وبتواصل مباشر مع أفراد المجتمع في دول العالم، وبقدرة على سبر أغوار التوجهات وأنماط التفكير حول القضايا المثارة بشكل فوري ومباشر، من خلال التحليلات الاجتماعية (Social Analytics) التي توفرها منصات التحليل الاجتماعي، مما يسهل عملية اتخاذ القرار بشكل علمي ومستنير.

تعريف الدبلوماسية الرقمية

فيما لا يزال نموذجا الدبلوماسية الإعلامية المشار إليهما آنفاً يشكلان جزءاً من بيئة الإعلام الدبلوماسي في القرن الحادي والعشرين، فإن الثورة الرقمية في الاتصالات والمعلومات قد أحدثت إرباكاً عميقاً في تلك الدبلوماسية، بفضل ما جلبته الوسائل الرقمية من ميزات قوية كانت غائبة في الإعلام التقليدي. ويعتبر (Manor) و(Crilley) أن التعامل مع الأنظمة الرقمية في الاتصال من قبل مؤسسات الشؤون الخارجية والعلاقات الدولية في الدول قد تزامن مع ظهور الشبكة العنكبوتية 2.0 ، حيث مثّل ذلك تحدياً لوزارات الخارجية في عدة جوانب تجلّت في تشظية الجمهور إلى شبكات من التعرض الانتقائي، وتمكين لاعبين جدد من نقل ما يجرى في العالم بصيغ ومنهجيات مختلفة عن تلك المستخدمة من الحكومات في البيئة التقليدية للإعلام، ومساعدة الصحفيين المواطنين من تغطية الأخبار بشكل مباشر ومنافس، لما يقوم به الصحفيون في المؤسسات الإعلامية التقليدية، وتزايد أهمية العناصر البصرية في المحتوى الإعلامي للمساعدة في تعزيز التشابك والتفاعل مع المستخدمين.[22]

وفي 2012، يرى (Seib) أن تكنولوجيا الاتصال والمعلومات قد جلبت تحولاً عميقاً في عملية صناعة القرار الدبلوماسي في العالم، بفضل ما توفره وسائل الإعلام من تغطيات ومعلومات آنية حول القضايا والأحداث تمكن أفراد الجمهور من الاطلاع عليها بشكل مواز لاطلاع النخبة صانعة القرار الدبلوماسي، مما يحرم تلك النخبة من امتياز العمل في جو السرية المعهود في العمل الدبلوماسي التقليدي.[23] ويشير (Seib) إلى أن هذا التسارع في نقل الأحداث عبر الفضاء الإعلامي العام قد أسهم كثيراً في نشوء مفهوم الدبلوماسية الرقمية، وهي كذلك الدبلوماسية الرقمية الفورية أو الحية (Live Diplomacy)، مما يفرض على الدبلوماسيين وصانعي السياسات الخارجية ضغوطاً إضافية في توقيت القرارات ومضمونها وكيفية اتخاذها، وتوصيلها للرأي العام.[24] ويتفق (Potter, 2002)، في هذا الرأي حيث يشير إلى أن التطورات في الاتصال والمعلومات قد فرضت تحديات جديدة في المجال الدبلوماسي التقليدي تمثلت في اختزال عملية اتخاذ القرار وتعزيز الشفافية، وحشد الحركات الاجتماعية العالمية، ودعم مكانة الدبلوماسية العامة في العلاقات الدولية. ويشير (Seib) إلى أن الدبلوماسية العامة في إطارها الرقمي هي عنصر ضروري لمكافحة الإرهاب، من خلال توفير البرامج المعاكسة التي تححض خطابات الكراهية والعنف لدى الجماعات المتطرفة. ويوضح (Seib) أن الإدارة الأمريكية في عهد أوباما فشلت في توظيف الدبلوماسية العامة، بما فيها الدبلوماسية الإعلامية في السياق التكنولوجي الحديث، وذلك بسبب المشاكل البيروقراطية والتعقيدات الإدارية المرتبطة بعملية صناعة القرار والتعامل مع المواقف المتجددة في الساحة الدولية. [25]

وخلال العقد الأول من القرن الحادي والعشرين، ومع تنامي استخدامات منصات الشبكات الاجتماعية بمختلف أنواعها، أصبح الفضاء الافتراضي ساحة مهمة من ساحات الدبلوماسية مُمثلاً بالدبلوماسية الرقمية (Digital Diplomacy)، التي أصبحت مرادفة لمصطلحات مثل «دبلوماسية تويتر» و«دبلوماسية فيسبوك» و«الدبلوماسية الإلكترونية» و«الدبلوماسية الافتراضية» و«دبلوماسية الإعلام الجديد» (New Media Diplomacy) ودبلوماسية الاشتباك التفاعلي (Engagement Diplomacy)، وغيرها. وقد حظي هذا التمدد الجديد للدبلوماسية الإعلامية في الشبكات الاجتماعية باهتمامات متزايدة في النقاشات العامة، والبحوث العلمية المتعلقة بالسياسة الخارجية. وفي الحلقات النقاشية (Open-Canada Series) التي نظمت في مونتريال عام 2012 تحت عنوان «تويتر والدبلوماسية»، حيث أشار (Hanson) إلى رد السفارة الأمريكية في القاهرة على مهاجمة ثلة من المحتجين لها بعد نشر فيلم مسيء للإسلام على قناة يوتيوب عام 2011 حيث جاء الرد: «نعبر عن أسفنا، ولكن لن تنجح مهاجمة مقر السفارة أو إطلاق الرسائل الغاضبة في ثنينا عن مساندة حرية التعبير وانتقاد التعصب.»[26] وفي نفس الحلقة النقاشية، أشار (Filiatrault) إلى قيام وزير الخارجية البريطانية عام 2011 بالتواصل مع الجمهور لتزويده بآرائهم حول أفضل السبل لبلورة استراتيجية رقمية رسمية للمملكة المتحدة في الفضاء الافتراضي.[27] وأشار (Filiatrault) إلى أن أفضل رد يمكن للدبلوماسي أن يوجهه ضد الرسائل التي تبثها المنظمات الإرهابية في الشبكات الاجتماعية هو الرد المماثل في قوته للفعل الأصلي باستخدام الحقائق والحجج العقلانية. وأوضح (Farber) أنه في إطار مفاوضات الملف النووي بين إيران والغرب عام 2013، سمحت دبلوماسية تويتر بحدوث اتصالات بين الرئيس الأمريكي السابق باراك أوباما والرئيس

الإيراني السابق روحاني، وهي الاتصالات التي تحدث لأول مرة بين إيران والولايات المتحدة منذ أزمة الرهائن الأمريكيين في السفارة الأمريكية في طهران عام 1979. [28]

وتعرف الدبلوماسية الرقمية بأنها نشاط اتصالي يتم من خلال استخدام شبكة الإنترنت وتقنيات الاتصال الأخرى بما فيها الهواتف الذكية من أجل المساعدة في تعزيز الأنشطة الدبلوماسية للحكومات على الساحة الدولية.[29] وتعرف وزارة الخارجية الأمريكية الدبلوماسية الرقمية بأنها «فن وممارسة القيام بالمفاوضات والمحافظة على العلاقات بين الدول، وهي كذلك مهارة التعامل مع الشؤون والأحداث، دون إثارة العداوات».[30] وتشير الخطيب ودتون و ثيلوول (2012) إلى أن فريق التواصل الرقمي التابع لوزارة الخارجية الأمريكية عمل بشكل جاد على توظيف الإنترنت في تعزيز التواصل ببلدان كثيرة حول العالم، بما فيها البلاد العربية باستخدام منصات التواصل الاجتماعي والمواقع الشبكية.[31] ويعرف مكتب الشؤون الخارجية والكومنويلث البريطاني الدبلوماسية الرقمية بأنها نشاط يهدف إلى المساعدة في حل مشكلات السياسة الخارجية من خلال توظيف شبكة الإنترنت.[32]

ويقول (Karbujila)، المدير التنفيذي لمؤسسة «دبلو» في جنيف، ورئيس منصة جنيف للإنترنت، إن التحولات الرقمية في ممارسة الدبلوماسية قد حدثت في ثلاثة مجالات رئيسة: التغيرات الجارية في البيئة السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي يتم إجراء الدبلوماسية فيها، والتي تضمنت إعادة التوزيع الرقمي للقوة في العالم، وبروز أنواع جديدة من الصراعات، وتنامي السيادة والاستقلال الرقمي بين الأفراد والمجتمعات. أما المجال الثاني، فيشمل ظهور موضوعات جديدة في السياسات التي تناقشها الجهود الدبلوماسية مثل الأمن المعلوماتي والخصوصية وحوكمة البيانات والتجارة الإلكترونية والجرائم الإلكترونية وحوكمة الذكاء الاصطناعي.[33] أما المجال الثالث، فيتضمن توظيف الأدوات الرقمية في العمل الدبلوماسي، وهي تشمل المنصات الاجتماعية والمؤتمرات عبر الإنترنت والبيانات الضخمة والتحليلات المستندة للذكاء الاصطناعي. وحدد (Karbujila) اتجاهات الدبلوماسية الرقمية في عام 2023 بقوله إن الدبلوماسية الرقمية ستتأثر بالتحولات السريعة في خريطة الجغرافيا السياسية الرقمية، وبخاصة التنافس بين الولايات المتحدة والصين. ويمكن للنزعات الدولية أن تفاقم من تشرذم الإنترنت. وستتركز النقاشات الدولية حول سبل حماية الكوابل الاتصالية في المحيطات من أجل ضمان تدفق البيانات عبر الشبكة العنكبوتية.[34]

وفي 2015، أشار (Bjola) و (Holmes) إلى أن الدبلوماسية الرقمية يمكن تعريفها على أنها توظيف الأدوات الرقمية في إدارة التغيير باعتبار أن الدبلوماسية في أساسها تتعلق بالتعامل المناسب مع التغيرات في البيئة الخارجية عبر التكيف والمبادرة، وهي تمثل نقطة تقاطع بين تكنولوجيا الاتصال الرقمية وصناعة السياسة الخارجية وإدارة العلاقات الدولية، مضيفاً أن إطلاق المبادرات الرقمية من وزارات الخارجية في دول العالم يمثل ثورة حقيقية في الممارسات الدبلوماسية، في وقت باتت فيه التكنولوجيا الرقمية تحدث تغييرات في طريقة قيام الشركات بتنفيذ الأعمال التجارية، وقيام الأشخاص بإنشاء العلاقات الاجتماعية، والدول بتنفيذ الحوكمة على المستويات المحلية. [35]

وضمن الدراسات التي تم إجراؤها في المنطقة العربية، ترى بوعشيبة وويفي أن الدبلوماسية الرقمية هي من الأشكال الجديدة التي جاءت نتيجة لتطور تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، وهي مكملة للدبلوماسية التقليدية من خلال استخدام تكنولوجيا القرن الحادي والعشرين. ويمكن تعريفها على أنها: «تنطوي على استخدام التكنولوجيا الرقمية، ومنصات وسائل الإعلام الاجتماعية مثل التويتر والفيسبوك، وغيرها من جانب الدول للتواصل مع الجمهور الأجنبي عادة بطريقة غير مكلفة. وتعرف كذلك على أنها عملية توظيف الإنترنيت وتكنولوجيا الاتصال الحديثة للتواصل مع جمهور خارجي بهدف خلق بيئة تمكين للسياسة الخارجية لبلد ما.[36] وتشير بوعشيبة وويفي إلى أن هناك مجالات جديدة لممارسة الدبلوماسية، وأن كل دولة لا بد أن تبحث عن كيفية استغلال أدوات الإنترنت مثل وسائل التواصل الاجتماعي في ممارسة الدبلوماسية، حيث أضافت الدبلوماسية الرقمية أنماطاً جديدة لتشمل تعامل الحكومة مع الناس، والناس مع الحكومة. وقد وجدت بوعشيبة وويفي (2019) أن الكثير من الدول استطاعت التأثير على الشعوب المختلفة بفضل وسائل التواصل الاجتماعي، التي غيرت ما لم تستطع الحكومات بقوتها الصلبة تغييره.[37]

وبناء على ما سبق، فإنه يمكن تعريف الدبلوماسية الرقمية بأنها ظاهرة إرباكية (Disruptive) في الممارسة الدبلوماسية، ناجمة عن التحولات الرقمية المثيرة في الاتصالات والإعلام، والتي قادت إلى نماذج اتصال أكثر توازناً وتفاعلية وتوظيفاً لوسائط متعددة وامتدادات عبر الحدود الوطنية. وتختلف الدبلوماسية الرقمية عن الدبلوماسية العامة التي تستخدم الإعلام التقليدي والأنشطة الرياضية والثقافية والتعليمية والسياحية والإنسانية في كون المشاركة فيها متاحة للأفراد العاديين، واستخدامها الوسائط المتعددة من أصوات ونصوص وفيديو ورسومات، ويمكن قياس تأثيراتها بشكل مباشر، ولا تخضع محتوياتها لسيطرة الجهات الرسمية التي تتبناها.

أهداف الدبلوماسية الرقمية

يحدد هانسون أهم أهداف الدبلوماسية الرقمية فيما يلي:[83]

1. تنسيق الجهود بين دوائر الدولة كافة، لإدارة مواردها المختلفة ذات العلاقة بطريق مثلى في تحقيق المصالح الوطنية بالخارج، وزيادة قوتها الناعمة.

2. الحفاظ على التواصل مع الجماهير في العالم الافتراضي عبر أدوات الاتصال الجديدة للاستماع له والتواصل معه والتأثير فيه، باستخدام الرسائل الرئيسية للدولة عبر الإنترنيت، وكذلك الاستفادة من التدفق الهائل للمعلومات، واستخدامها في تحسين عملية وضع السياسات، والمساعدة على توقع الحركات الاجتماعية والسياسية الناشئة والاستجابة لها.

أما نورا هاشم، فقد حددت جملة من الأهداف نوردها على النحو التالي:[39]

- إدارة المعرفة لتسخير المعرفة الإدارية، وكامل المعرفة الحكومية، بحيث يتم الاحتفاظ بها ومشاركتها واستخدامها على النحو الأمثل، لتحقيق المصالح الوطنية في الخارج.

- ممارسة الدبلوماسية العامة، للحفاظ على الاتصال مع الجماهير أثناء انتقالهم عبر الإنترنت، وتسخير أدوات الاتصال الجديدة للاستماع إلى الجماهير المهمة، واستهدافها بالرسائل الرئيسية والتأثير على المؤثرين الرئيسيين عبر الإنترنت.

- إدارة المعلومات للمساعدة في تجميع التدفق الهائل للمعلومات، واستخدام ذلك للإعلام بعملية صنع السياسات بشكل أفضل، وللمساعدة في توقع الحركات الاجتماعية والسياسية الناشئة والاستجابة لها.

- الاتصالات والاستجابة القنصلية، لإنشاء قنوات اتصال شخصية مباشرة مع المواطنين الذين يسافرون إلى الخارج، مع اتصالات يمكن التحكم فيها في حالات الأزمات.

- الاستجابة إلى الكوارث، لتسخير قوة التقنيات الرابطة في حالات الكوارث.

- تعزيز حرية الإنترنت من خلال ابتكار تقنيات للحفاظ على حريتها وانفتاحها، وهذا له أهداف مرتبطة بتعزيز حرية التعبير والديمقراطية وكذلك تقويض الأنظمة الاستبدادية.

- توظيف الموارد الخارجية عبر إنشاء آليات رقمية للاستفادة من الخبرات الخارجية وتسخيرها للنهوض بالأهداف الوطنية.

- تخطيط السياسات بهدف السماح بالإشراف الفعال والتنسيق والتخطيط للسياسة الدولية عبر الحكومة، استجابة لتحويل البيروقراطية.

- بناء علاقات ثنائية قوية مع الحكومات والجماهير، ويتم تشجيع جميع السفارات على استخدام استراتيجيات القوة الناعمة من أجل ذلك الهدف.

- تحسين صورة الدولة وتغيير الأنماط الذهنية للجمهور المستهدف والمستقبل من أجل صالح الدولة المرسلة.

- مواجهة السياسة الثقافية الخارجية للدول الأعداء عبر الشبكات الاجتماعية.

- دعم الحركات الشبابية، ومن أبرز الأمثلة على ذلك تدشين حركة في كولومبيا تم تنظيمها بمساعدة من منصة فيسبوك، سرعان ما تحولت إلى موجة من الاحتجاجات الجماهيرية ضد متمردي القوات المسلحة الثورية لكولومبيا عام 2008.

22 Manor, I and Crilley, R. (2022). The Mediatisation of Ministries of Foreign Affairs: Diplomacy in the New Media Ecology In Lequesne, C. (Ed.) Ministries of Foreign Affairs in the World. Brill. pp. 273-298.

23 Seib, Philip (2012b). "Twiplomacy: Worth Praising, but with Caution," October 17, downloaded June 20, 2015 from: http://opencanada.org/features/the-think-tank/comments/twiplomacy-worth-praising-but-with-caution/

24 Seib, Philip (2012). Real-Time Diplomacy: Politics and Power in the Social Media Era. Palgrave-Macmillan.

25 مرجع سابق Seib (2012)

26 Hanson, Fergus (2012). "Twiplomacy: Theoretical Challenges, Practical Realities," downloaded June 20, 2015 from: http://opencanada.org/features/the-think-tank/comments/twiplomacy-worth-praising-but-with-caution/

27 Filiatrault, Renee (2012). "Twiplomacy: Using Canada's Voice in the Age of Digital Diplomacy," October 17, downloaded June 20, 2015 from: http://opencanada.org/features/the-think-tank/comments/twiplomacy-using-canadas-voice-in-the-age-of-digital-diplomacy/

28 Farber, Dan (2013). "Twitter Diplomacy Takes Center Stage," downloaded June 1, 2015 from: http://www.cnet.com/news/twitter-diplomacy-takes-center-stage/

29 Fergus Hanson (November 2012). "A Digital DFAT: Joining the 21st century". Lowy Institute. Archived from the original on 2012-03-22.

30 Khatib, L. Dutton, W., and Thelwall, M. (2012). Public Diplomacy 2.0: A Case Study of the US Digital Outreach Team Middle East Journal, Vol. 66, No. 3 (Summer 2012), pp. 453-472.

موقع Twiplomacy لرصد الدبلوماسية الرقمية

31 Khatib, L, Dutton, W. and Thelwal, W. (2012). "Public Diplomacy 2.0: A Case Study of the US Digital Outreach Team." Middle East Journal Vol. 66, No. 3 (Summer 2012), pp. 453-472

32 Foreign and Commonwealth Office (n. D.). The Foreign and Commonwealth Office Digital Strategy. AT: https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/39629/AB_12-11-14_Digital_strategy.pdf

33 Karbujila, J. (2021). Digital Diplomacy. At: Diplo: https://www.diplomacy.edu/topics/digital-diplomacy/.

34 المرجع السابق

35 Bjola, C. and Homes, M. (2015). Digital Diplomacy: Theory and Practice. Routledge.

36 عائشة بو عشيبة وخيرة ويفي (2019). الدبلوماسية الرقمية وبناء الصور الذهنية عبر وسائل التواصل الاجتماعي: دراسة لبعض التجارب العالمية. المجلة الجزائرية للعلوم الإنسانية والاجتماعية. المجلد: 03 /العدد: ص. 21-43.

37 مرجع سابق

38 وائل عبد العال، الدبلوماسية الرقمية ومكانتها في السياسة الخارجية الفلسطينية، منشورات مركز تطوير الإعلام، جامعة بيرزيت فلسطين، 2018، ص 11

38 نوار هاشم (2021). الدبلوماسية الرقمية ودورها في العلاقات الدولية: نماذج مختارة. مجلة الدراسات العسكرية والاستراتيجية. برلين: المركز العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية. ص. ص. 126-138.

2023 igcc.ae

موقع Twiplomacy لرصد الدبلوماسية الرقمية

يعد موقع (Twiplomacy) الذي ترعاه شركة[40] (Burson Cohn & Wolfe) من أبرز المواقع البحثية التي توفر الدراسات والبيانات المتعلقة بواقع ممارسة الدبلوماسية الرقمية، حيث يوفر الموقع تقارير بحثية دورية حول أبرز الشخصيات السياسية في العالم ذات التأثير في الشبكات الاجتماعية، وكذلك مستويات التفاعل مع تلك الشخصيات على منصات اجتماعية متنوعة. ويشير تقرير دراسة «دبلوماسية توتير-2015» إلى أن تويتر، (إكس) حالياً، قد تحول إلى قناة للدبلوماسية الرقمية بين زعماء العالم والحكومات ووزارات الخارجية والدبلوماسيين. ويورد التقرير أمثلة على توظيف تويتر في الاتصالات الدبلوماسية بين الحكومات على النحو التالي:

1. خلال المحادثات النووية الإيرانية في لوزان في مارس/أبريل 2015، كان تويتر هو أداة الاتصال المفضلة لدى جميع الوفود المشاركة في المفاوضات، بهدف وضع وسائل الإعلام والجمهور العام في صورة الموقف.

2. استخدم تويتر لنشر المعلومات المتعلقة بالمصافحة التاريخية بين الرئيس الأمريكي باراك أوباما والرئيس الكوبي راؤول كاسترو خلال قمة الأمريكيتين في بنما في أبريل عام 2015.

3. في أبريل 2015، اختارت هيلاري كلينتون تويتر ويوتيوب لإعلان عزمها الترشح للانتخابات الرئاسية عام 2016.

ويورد التقرير القاطع بأكثر من زعيم العالم ينفذ في تويتر حيث جاء الرئيس الأمريكي باراك أوباما (@BarackObama) في رأس القائمة بـ(56,933,515)متابعاً، يتبعه البابا فرانسيس (@Pontifex) بـ(19,580,910) متابعة، الشركاء الهند نارينرامودي (@NarendraModi) بـ (10,902,510) متابع، والرئيس التركي رجب طيب أردوغان (@RT_Erdogan) بـ (6,122,248) متابعاً. وبالتالي فإن أكثر من زعم العالم الفعال في عام 2015 هم: البابا فرانسيس (@Pontifex)، والملك سلمان بن عبد العزيز، عاهل المملكة العربية السعودية (@KingSalman)، والرئيس الفنزويلي نيوكولاس ميدورو (@NicolasMaduro)، والرئيس الأمريكي باراك أوباما (@BarackObama). قادة الهند نارينرامودي (@NarendraModi).

وفي تقرير 2022 لـ(Twiplomacy) حول دبلوماسية تويتر أثناء وباء كورونا، لوحظ أن الوباء قد رفع من أهمية الدبلوماسية الرقمية، وحدّ من دور الدبلوماسية التقليدية التي تتطلب السفر والتواصل المباشر بين القادة والدبلوماسيين حيث لجأت الحكومات للتواصل عبر الشبكات الاجتماعية والمؤتمرات عن بعد مع تزايد الإغلاقات والتقييدات المفروضة على السفر. ويضرب الموقع مثالاً على ذلك بما قام به رئيس وزراء كندا جستين ترودو من عزل نفسه أثناء الوباء في البيت بعد إصابة زوجته بالفيروس، وصار يمارس نشاطه السياسي والدبلوماسي من منزله. ويضيف التقرير أن وباء كورونا أضحى محفزاً فاعلاً لرقمنة العمل الدبلوماسي، حيث شجع ذلك القادة المتشككين في الوسائل الرقمية على احتضان التكنولوجيا والمنصات الاجتماعية وممارسة تواصلهم الدبلوماسي مع القادة الآخرين بكل ثقة واقتدار. وقد شكل ذلك التحول الكثير من الاجتماعات والمناقشات العامة التي قامت بها الجمعية العامة للأمم المتحدة وبعض المنظمات الدولية، فصارت تحدث بشكل افتراضي عبر منصات مؤتمرية مرئية. وقد استنتجت الدراسة أن رؤساء 136 دولة و132 وزير خارجية حول العالم، كان لهم حسابات في منصة تويتر بينما بلغ عدد متابعيهم على منصة فيسبوك 620 مليوناً، وقاموا بنشر ما مجموعه 8.7 مليون تغريدة منذ إطلاق حساباتهم.[41] وأوضح (Bjola Manor)، في 2022، إلى أن الدبلوماسية الرقمية قد اكتسبت زخماً كبيراً أثناء جائحة كورونا بسبب أنظمة العزل والتقييدات المرتبطة بالسفر والاجتماعات الوجاهية التي فرضتها الدول، مما قاد لظهور الدبلوماسية الهجينة التي تجمع ما بين الواقعية والافتراضية في العمل الدبلوماسي.[42]

40 https://www.twiplomacy.com/archive-twiplomacy

41 https://www.twiplomacy.com/world-leader-executive-summary

42 Bjola, C. and Manor, I. (2022). The rise of hybrid diplomacy: from digital adaptation to digital adoption. International Affairs, Volume 98, Issue 2, Pages 471–491.

حالات مختارة
للدبلوماسية الرقمية

2023

igcc.ae

الفصل السادس

حالات مختارة
للدبلوماسية الرقمية

حول العالم، باتت الدبلوماسية الرقمية ممارسة ثابتة، تتطور وتزدهر مع التحولات التكنولوجية في الاتصالات والمعلومات، وتسارع التبني الحكومي لها في مختلف السياقات. ومن الأمثلة على الحالات الناجحة للدبلوماسية الرقمية:

استخدام الإمارات العربية المتحدة الدبلوماسية الرقمية في التواصل مع الجماهير المختلفة والأطراف ذات العلاقة من خلال منصات الحكومة الذكية على المستويين الاتحادي والمحلي، ومن خلال الحسابات الإلكترونية للوزراء والسفراء والبعثات الدبلوماسية في المنظمات الدولية، ولوزارة الخارجية على الشبكة العنكبوتية والمنصات الاجتماعية. وفي دراسة حول الدبلوماسية الرقمية في الإمارات، أشار بوتنغ والمزروعي (2021) إلى أن دولة الإمارات كانت من الدول القليلة في المنطقة العربية التي احتضت الدبلوماسية الرقمية في إطار استراتيجيتها للسياسة الخارجية. وقام الباحثان بإجراء مقابلات معمقة مع المسؤولين الإماراتيين والأكاديميين لتحديد التحديات التي تواجه الدبلوماسية الرقمية لدولة الإمارات. وتشمل تلك التحديات أمن المعلومات والشبكات، وتنظيم قطاع الإعلام، والثقافة المؤسسية في الجهات الدبلوماسية، إضافة للتحديات اللغوية والأخبار المفبركة والهجمات الإلكترونية في الشبكات والبون الرقمي بين الدول.[43]

خلال ولاية الرئيس باراك أوباما، أصبحت الولايات المتحدة من أبرز الدول التي تستخدم الديبلوماسية الرقمية. وتستخدم الولايات المتحدة وسائل التواصل الاجتماعي، مثل تويتر وفيسبوك وانستغرام، للتواصل مباشرة مع المواطنين في جميع أنحاء العالم. وتستخدم الولايات المتحدة هذه المنصات أيضا لتوفير المعلومات والأخبار والبيانات الرسمية عن السياسة الأمريكية. وفي دراسة حول الدبلوماسية العامة التي تقوم بها السفارات العربية في الولايات المتحدة الأمريكية، بينت (Khakimova) وجود تحديات كبيرة تواجه تحقيق إنجازات ملموسة في هذا المجال تتمثل في تعقيد إدارة العلاقات مع الجماهير لعوامل سياسية وثقافية ولوجستية.[44]

استخدام الهند الديبلوماسية الرقمية بشكل فعال للتواصل مع مواطنيها في الخارج. فمن خلال تويتر ووسائل التواصل الاجتماعي الأخرى، تقدم الحكومة الهندية المساعدة لمواطنيها في الخارج، وتحفزهم على المشاركة في الحياة السياسية والاقتصادية في الهند.

قيام السويد بتعيين «سفراء رقميين» للتواصل مع الشركات التكنولوجية الكبرى مثل (Google) و(Microsoft) و (Facebook)، يعملون على تعزيز التعاون الرقمي، والحفاظ على الحقوق الرقمية للمواطنين السويديين.

تعد إستونيا واحدة من الدول الرائدة في مجال الحكومة الإلكترونية والدبلوماسية الرقمية. وتقدم الحكومة الإستونية معظم خدماتها الحكومية عبر الإنترنت، وهي تعتبر نفسها «مجتمعاً رقمياً» وتعتبر الأمان السيبراني والخصوصية من أولوياتها.

خلال جائحة كورونا، أطلقت المملكة العربية السعودية منصات رقمية لإدارة الحج وتقديم الخدمات للحجاج. كانت هذه المنصات تتضمن تطبيقات لحجز المواعيد وتقديم الإرشادات الصحية والأمنية، مما ساهم في إدارة الحج بنجاح وسط القيود الصحية. واستخدمت خلود ملياني ودعاء سالم منهج تحليل المضمون واستنتجتا أن الحساب الرسمي لوزارة الخارجية على موقع تويتر لعب دوراً مهماً في تمثيل الموقف الرسمي السعودي في مختلف القضايا. وأظهرت دراسة الصياح والشلهوب (2021) أن القضايا السياسية جاءت في المرتبة الأولى من بين القضايا التي تناولتها حسابات السفارات في منصة تويتر (إكس) حالياً، وجاء هدف الإخبار ونقل المعلومات في المرتبة الأولى، يليه هدف الدعاية والتسويق لفكرة أو قضية.[45] وأوصت الدراسة بإجراء مزيد من البحوث والدراسات في هذا المجال؛ نظراً لشح الدراسات العربية، ودعت إلى الاستفادة من التجربة الأجنبية، فيما يخص تطبيقها للدبلوماسية العامة الرقمية، من حيث الاستفادة من جوانب النقص التي ظهرت.

تعتبر الدنمارك الدولة الأولى في العالم التي أنشأت سفارة تكنولوجية، وهي تتعامل مع الشركات التكنولوجية الكبرى كما تتعامل مع الدول الأخرى. الهدف من هذا النهج هو تعزيز الحوار بين الحكومة وقادة التكنولوجيا، وتوجيه التأثير الذي يمكن أن تحدثه هذه الشركات على الجمهور والسياسات العالمية.

استخدمت فنلندا الديبلوماسية الرقمية لنشر الأفكار والأساليب الفنلندية في مجال التعليم، والذي يعتبر من أفضل الأنظمة التعليمية في العالم، عبر منصاتها الرقمية. وتشارك فنلندا مواردها التعليمية مع المعلمين والطلاب والسياسيين في جميع أنحاء العالم.

تجليات الدبلوماسية الرقميةفي الفضاء الافتراضي:

تتراوح محتويات الدبلوماسية الرقمية ما بين المنشورات والتغريدات والصور ومقاطع الفيديو والرسومات الانفوغرافيكية على منصات التواصل الاجتماعي التي تتبع لوزارات الخارجية، والممثليات والسفارات والسفراء والنخب السياسية والمواقع الإلكترونية للوزارات، وبخاصة وزارات الخارجية والسفارات والممثليات والجهات الرسمية، والتي تتضمن معلومات وأخبار وتعليقات، وخدمات قنصلية متنوعة، والمدونات التابعة للجهات الدبلوماسية، والتطبيقات الذكية الخاصة بالخدمات الإلكترونية، والمساحات النقاشية الحية، وغيرها. وتتضمن المواقع الإلكترونية لوزارات الخارجية تشكيلة واسعة من المعلومات مثل الأخبار المتعلقة بالعلاقات الدولية للبلد المعني مثل الاجتماعات والمناقشات والمفاوضات والاتفاقيات والتصريحات الرسمية والإنجازات الوطنية، وجميعها تأتي بأشكال متعددة الوسائط تتضمن مقاطع الفيديو والملفات الصوتية والصور والنصوص، وتتضمن أيضاً روابط تفاعلية متنوعة، مثلما تحتوي على مساحات لرجع الصدى من المستخدمين. كما تقدم المواقع الإلكترونية خدمات الجهات الدبلوماسية للجمهور العام مثل طلبات الحصول على تأشيرات، والتصديق على الوثائق، والحصول على أذونات السفر، وغيرها.

ويتضمن الجدول التالي أبرز مكونات المحتوى المنشور في المواقع الإلكترونية لوزارات الخارجية في دولة الإمارات العربية المتحدة، والولايات المتحدة الأمريكية، وأستراليا في 2023/8/8.

الموضوع	الإمارات العربية المتحدة	الولايات المتحدة الأمريكية	أستراليا
معلومات عن الدولة	√	-	√
معلومات عن الوزارة	√	√	√
السياسة الخارجية	√	√	√
الخدمات	√	√	-
خدمات للمسافرين المواطنين	√	√	√
البعثات الخارجية للدولة	√	√	√
المنصة الإعلامية	√	√	√

الموضوع	الإمارات العربية المتحدة	الولايات المتحدة الأمريكية	أستراليا
المشاركة الإلكترونية	√	-	√
البيانات المفتوحة	√	-	-
وظائف وفرص عمل	√	√	√
تفاصيل الاتصال	√	√	√
التجارة والاستثمار	-	-	√
منصة الأزمات	-	-	√
برنامج التنمية الأسترالي	-	-	√
	mofa.gov.ae/en/Services	state.gov	dfat.gov.au

أما المحتويات التي تتضمنها منصات التواصل الاجتماعي فتشمل مقاطع الفيديو على قناة يوتيوب ومنصات انستغرام وسناب شات وفيسبوك، كما تتضمن مشاهد للأنشطة والفعاليات الخاصة بالدول من زيارات رسمية ولقاءات بروتوكولية ومفاوضات وأنشطة، مثلما تحتوي على مقاطع حول الإنجازات الحضارية للبلد في مجالات مختلفة. أما النصوص فتكون عادة متضمنة تصريحات رسمية أو تعبير عن موقف ما أو تعليق من دبلوماسي حول موضوع ما، أو تشارك في فكرة ما، وغيرها. وتتمثل أهمية محتويات التواصل الاجتماعي في مجال قياس قدرتها على تحقيق تفاعل معين مع المستخدمين بكافة فئاتهم، وفي التعرف على طبيعة ذلك التفاعل، واستخلاص العبر والدروس في خدمة السياسة الخارجية وبناء السمعة. وتتفاوت ردود فعل المستخدمين من أفراد الجمهور بين قراءة المحتوى والإعجاب به ومشاركته مع الآخرين أو إبداء الرأي فيه بشكل تعليق مكتوب أو بأي شكل آخر من أشكال التعبير. وقد طورت شركات التحليل الاجتماعي مقاييس لمستويات التفاعل والتشابك، تبين قوة المحتوى المنشور وقدرته على جذب التفاعل المطلوب. ويبين الجدول التالي طبيعة المحتويات المنشورة على منصة أكس (تويتر سابقاً) لوزارات الخارجية في البلدان الثلاثة بتاريخ 2023/8/8:

الموضوع	الإمارات العربية المتحدة		الولايات المتحدة الأمريكية		أستراليا	
	نص	مادة بصرية	نص	مادة بصرية	نص	مادة بصرية
إعادة إرسال تغريدة	√	√	√	√	√	√
أخبار متنوعة تخص الدولة	√	√	√	√	√	√

الموضوع	الإمارات العربية المتحدة		الولايات المتحدة الأمريكية		أستراليا	
أخبار الوزارة	√	√	√	√	√	√
توضيح سياسة أو توجه رسمي	√	√	√	√	√	√
محادثات مع دولة أجنبية	√	√	√	√	√	√
توجهات دولية متنوعة	√	√	√	√	√	√
توجيهات السفر للمواطنين	√	√	√	√	√	√
	twitter.com/mofauae		state.gov twitter.com/StateDept		twitter.com/DFAT	

وفي مجال التطبيقات الذكية، تعمل الجهات الدبلوماسية على تعزيز التواصل مع أفراد الجمهور من خلال تطبيقات متخصصة يتم من خلالها تقديم الخدمات أو المعلومات والتفاعل معهم عبر برامج تراسل عامة أو خاصة. وتتطلب التطبيقات الذكية اشتراك أفراد الجمهور بها من أجل ضمان وصول الخدمات إليهم بالشكل وفي الوقت المناسبين. ومن الأمثلة على ذلك تطبيق (Travel Smart) الكندي للتواصل مع المواطنين الكنديين في الخارج، وتطبيق (MEA's) الهندي الذي يتيح الوصول إلى تشكيلة واسعة من المعلومات للأفراد والشركات، وتطبيق (UAE MOFA) الإماراتي الذي يمكن الأفراد والشركات من الوصول لمعلومات قيّمة حول خدمات الوزارة وخدماتها المختلفة.

نموذج الدبلوماسية الرقمية

إذا كان نموذجا الإعلام الدعائي المبطن والإعلام المهني المستقل يمثلان جانبين مهمين لتوظيف وسائل الإعلام في الدبلوماسية العامة، وفق أطر نظرية تقليدية تعتمد على التدفق المعلوماتي أحادي الاتجاه، وعلى كون الإعلام وسيطاً بين الجهات الدبلوماسية والرأي العام في نطاق السيطرة النسبية، فإن نموذج الاشتباك الرقمي أو الدبلوماسية الرقمية، يمثل حالة متقدمة من التفاعل بين الطرفين. ففي سياق شبكات الإعلام الاجتماعي، ليس هناك حاجة لأي وسيط بين الطرف الدبلوماسي وأفراد الجمهور، حيث تكون العلاقة مباشرة، كما أن تدفق المعلومات بين الطرفين يكون باتجاهين وبشكل فوري، ومتعدد الوسائط، وفي إطار نظام مفتوح وشفاف. ولم يعد الجمهور في نموذج الدبلوماسية الرقمية عاجزاً ولا حيلة له، بل هو جمهور نشط ومتمكن، وناقد ولديه القدرة على الرد المؤثر. وفيما كانت الجهات القائمة على الدبلوماسية الإعلامية في إطار الدبلوماسية العامة تحتاج لمزيد من الوقت والجهد لتقييم التاثيرات المحتملة للرسائل الإعلامية على الجماهير المستهدفة من خلال المسوحات الميدانية والمقابلات الشخصية مع عينات منتقاة من الأفراد، فإن قياس التأثير في نموذج الدبلوماسية الرقمية أصبح مباشراً وفورياً وأكثر دقة، ويسهم بشكل أفضل في تكون استنتاجات مفيدة في صياغة

التوجهات والسياسات الدبلوماسية في المستقبل. فبفضل التحليلات الاجتماعية المرتبطة بالبيانات الضخمة (Big Data) والحوسبة السحابية (Cloud Computing)، أصبح بإمكان القائمين على الجهود الدبلوماسية أن يطلعوا على نتائج الاشتباك الاجتماعي أولاً بأول، ويستخلصوا النتائج ذات العلاقة من خلال توظيف برمجيات التحليل المناسبة.

لقد نشأ وتطور نموذج الدبلوماسية الافتراضية (الرقمية) مواكباً للتطورات المثيرة في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وظهور الإنترنت كوسيلة اتصال تفاعلية متعددة الوسائط، أفرزت العديد من الظواهر الاتصالية التي تعد الشبكات الاجتماعية من أهمها. وتورد (Yepsen) حالة دراسية لتوظيف منصة تويتر في العمل الدبلوماسي الأمريكي في فنزويلا حيث طورت ما سمي بنموذج شبكة قادة الرأي في المجتمع، والذي يوفر قنوات اتصال ثنائية الاتجاه للدبلوماسيين لكي يتفاعلوا مع قادة المجتمع. ويوفر هذا النموذج معلومات ذات قيمة حول التغريدات التي تتمتع بقيمة مضافة، والتي يطلقها قادة الرأي في المجتمع، ويمكن البناء عليها في بلورة استنتاجات مفيدة حول أنماط التفكير السائدة ضمن تلك الفئة المجتمعية، والرأي العام بعامة. وتورد وزارة الكومنويلث والخارجية في المملكة المتحدة حالات دراسية متنوعة حول توظيف الشبكات الاجتماعية في العمل الدبلوماسي شملت قيام السفارة البريطانية في تونس بتوظيف بمفهوم الرغبة التنافسية (Gamification) في رفع مستوى التفاعل بين الجماهير على صفحة فيسبوك الخاصة بالسفارة حيث شاركوا في ألعاب تنافسية أسهمت في بناء علاقات مع صفحة السفارة ورفع مستوى التفاعل فيها. وخلال المؤتمر الدولي الذي عقد عام 2013 في لندن حول الصومال، تم توظيف الشبكات الاجتماعية بمختلف أنواعها في حشد الدعم لجهود إعانة الصومال ومساعدته في الخروج من محنته.

ويشير (Owen) في بحثه حول دبلوماسية توتير التي اتبعتها السفارة الأمريكية في القاهرة، خلال الفترة الانتقالية التي عاشتها مصر عام 2011، إلى أن تدفق التغريدات الأصلية من السفارة الأمريكية في القاهرة، ومستوى التفاعل مع الجمهور كان عالياً مما يشير إلى توظيف جيد للشبكة الاجتماعية في أوقات الأزمات من خلال الحساب[48] (@USEmbassyCairo). وفي رسالة ماجستير أخرى، في جامعة جوتنجين الألمانية، أشارت (Hoffmann) من خلال حالتين دراسيتين في كل من ألمانيا والسويد إلى وجود مشكلتين رئيسيتين في استخدام تويتر في حالة السويد (@Sweden) الأولى، وهي إمكانية الانزلاق نحو تغريدات ضحلة لا تصب في صلب الدبلوماسية العامة. والثانية، وهي ما يسمى بالبون الرقمي (Digital Divide) الذي يقصي فئات معينة من الناس من التفاعل مع التغريدات بسبب عوامل السن أو الوضع الاجتماعي. أما في حالة ألمانيا (@GI_Journa) فإن هناك فرصاً أفضل للنجاح من خلال الترويج للثقافة الألمانية عبر تويتر في الداخل والخارج، غير أن الباحثة ترى أن محدودية انتشار اللغة الألمانية عالمياً مقارنة باللغة الإنجليزية، مثلا، قد يحول دون تحقيق المستوى المرغوب من التفاعل.[49]

وإذا سلّمنا بأن الدبلوماسية الرقمية أو دبلوماسية الاشتباك الاجتماعي (Social Engagement Diplomacy) في شكلها الأساسي هي عملية اتصالية بين طرفين يتواصلان في فضاء افتراضي

مفتوح، وبشكل متوازن (Symmetrical)، فإننا أمام نموذج فريد من نوعه، يحمل الكثير من التميز عن نموذجي الإعلام الدعائي المبطن والإعلام المهني المستقل، واللذان يعدان تقليديين في الشكل والمضمون والمنهج. ويمكن مقاربة دبلوماسية الاشتباك الاجتماعي بشكل أفضل في إطار مفهوم مجتمع الشبكات (Network Society) الذي طوره (Castells) من جامعة كاليفورنيا في بيركلي، وعرفه بأنه المجتمع الذي تنتظم أنشطته وهياكله الاجتماعية بالترابط مع شبكات التواصل الإلكتروني.[50] ووفق (Castells)، فإن مجتمع الشبكات لا يكتسب خصوصيته من بعده الاجتماعي، لأن الشبكات الاجتماعية التقليدية موجودة منذ القدم، ولكن من قدرته على معالجة المعلومات من خلال توظيف تقنيات متناهية الصغر في التعامل مع المعلومات. كما لاحظ (Castells) أن مجتمع الشبكات يتأثر كثيراً بعوامل سياسية وثقافية واقتصادية. وبناء عليه، فإنه يمكن الافتراض بأن دبلوماسية الاشتباك الاجتماعي تتم في مجتمع شبكات يترابط اللاعبون فيه من الدبلوماسيين وأفراد الجمهور من خلال أوصال تكنولوجية تتدفق فيها المعلومات باتجاهين بناء على طبيعة المعالجات التي يحدثها كل طرف في تلك المعلومات سواء من الناحية الكمية أو الكيفية. ويتسم مجتمع الاشتباك الدبلوماسي الرقمي على الشبكات بعدة خصائص ندرجها فيما يلي:

رسائل دبلوماسية متعددة الوسائط:

بفضل تكنولوجيا الويب 2.0، أصبح من الإمكان الآن إنشاء وتبادل المعلومات بأشكال وسائطية مختلفة مثل النصوص والفيديو والصور والصوت والرسومات، مما يتيح فرصاً ثمينة للقائمين على الدبلوماسية الاجتماعية للوصول إلى الجماهير برسائل مقنعة وعقلانية وواضحة.

بيئة اتصال مفتوحة بين الفاعلين في الشبكة:

تتدفق المعلومات عبر أوصال مجتمع الشبكة الدبلوماسية في بيئة مفتوحة نسبياً، يمكن للآخرين الاطلاع عليها والتشارك فيها وإبداء الرأي حولها، على عكس بيئة الإعلام التقليدي الذي يعاني من مشكلات محدودية الانتشار والرقابة، وعدم القدرة على التفاعل مع المحتوى. ولعل هذه الخاصية تطرح الكثير من القضايا المتعلقة بالشفافية والخصوصية والأمن في التعاطي مع الشبكات الاجتماعية في العمل الدبلوماسي.

تدفق ثنائي الاتجاه للمعلومات:

على عكس النموذج السائد في الإعلام التقليدي، فإن نموذج الاشتباك الاجتماعي في الدبلوماسية يعتمد على تدفق المعلومات باتجاهين، وبشكل تفاعلي بين الطرف الدبلوماسي وأفراد الجمهور الذي أصبح بإمكانه توفير رجع صدى للرسائل الدبلوماسية أو حتى المبادرة في إطلاق رسائل موجهة من أفراد

الجمهور للجهات الدبلوماسية ذاتها. ومن نتائج هذه الظاهرة أن أصبح المرسل الدبلوماسي والمستقبل المواطن على المستوى نفسه، بحيث يتحول الأول إلى مستقبل مثلما يمكن للثاني أن يتحول إلى مرسل.

اختزالية صنع القرار الدبلوماسي الاجتماعي:

لا يحتاج التعامل الرقمي مع القضايا الدبلوماسية في مجتمع الشبكات في معظم الأحيان للمرور في مراحل بيروقراطية وتعقيدات إدارية بسبب الحاجة إلى فورية الرد واتخاذ القرار المناسب مباشرة حول طبيعة الرسالة الدبلوماسية التي يجب توجيهها في سياق ما. وفي كثير من الحالات، يمكن اتباع إجراءات معيارية للعمل (Standard Operating Procedures) بهدف التقليل من البيروقراطية في المؤسسات والهيئات الدبلوماسية ومواكبة المستجدات في أي قضية دبلوماسية متفاعلة.

جمهور متمكن (ecneiduA derewopmE):

لم يعد العمل الدبلوماسي الافتراضي يتعامل مع جمهور ضعيف وعاجز، بل أصبح شريكاً في الاشتباك الاجتماعي مع جمهور متمكن وقادر على أن يرسل الرسائل القوية، وأن يعبر عن رأيه بشكل مباشر للجهات الدبلوماسية، مما يجعل الأطراف الدبلوماسية تحسب له ألف حساب عند المبادرة في إطلاق أية رسائل في الشبكات الاجتماعية.

تشويش سلبي:

يحيط الكثير من التشويش ببيئة الاتصال الافتراضي في الدبلوماسية العامة، فهي بيئة ممتدة، ومفتوحة أمام كل أنواع الرسائل والمعلومات، وهي بيئة متاحة لكل أنواع الآراء والأفكار الحقيقية والمزيفة، ويمكن أن تشكل تهديداً كبيراً للجهود الدبلوماسية العامة في سياقاتها التقليدية والرقمية. وكما أشار (Castells)، فإن مجتمع الشبكات يتأثر كثيراً بعوامل سياسية واقتصادية وثقافية تلقي بظلالها على الاتصالات الدبلوماسية الافتراضية.[51]

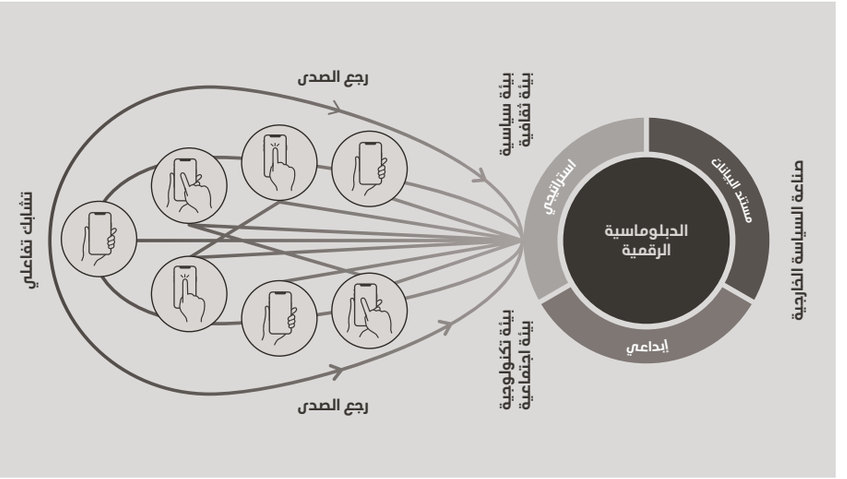
مخاطرة عالية:

لا شك أن دبلوماسية الاشتباك الاجتماعي تتضمن العديد من المخاطر التي يمكن أن تؤثر سلباً في الجهد الدبلوماسي الرقمي بسبب إساءة التقدير أو عدم اعتبار التوقيت المناسب أو تدني مستوى الرسائل الدبلوماسية وافتقارها للإقناعية وعدم الإلمام الكافي بتوجهات المجتمع المستهدف. ومن الصعب التحكم بمستوى انتشار الرسائل المتعلقة بموضوع ما في الشبكات الاجتماعية حيث تنتشر المعلومات

بشكل وبائي (Viral) في حال وجد فيها أفراد الجمهور جوانب مشوقة أو مثيرة، مما يخلق أزمة أخرى تحتاج إلى معالجة.

رجع صدى مباشر ودقيق:

أصبح بالإمكان الآن، وبفضل محركات البحث الاجتماعي والتحليلات الاجتماعية (Social Analytics) توفير بيانات دقيقة ومباشرة للنتائج التي حققتها الرسائل الدبلوماسية عبر الشبكات، مما يمكن صانع القرار الدبلوماسي من الاطلاع على مستوى الاشتباك (Engagement) واتجاهاتها وكيفية توظيفها في خدمة العمل الدبلوماسي.



43 ANTWI-BOATENG, O. and AL MAZROUE, K. (2021). The Challenges of Digital Diplomacy in the Era of Globalization: The Case of the United Arab Emirates. International Journal of Communication 15(2021), 4577–4595.

44 Khakimova , Leysan F. (2013). “Public Diplomacy at Arab Embassies: Fighting an Uphill Battle.” International Journal of Strategic Communication, 7: 21–42.

45 خلود ملياني ودعاء سالم (2021). الاستراتيجيات الاتصالية للدبلوماسية الرقمية السعودية: دراسة في إطار ترسيخ مكانة المملكة كمركز لوجستي عالمي. مجلة جامعة الملك عبد العزيز- العلوم الإنسانية والاجتماعية. مجلد 29 عدد 8 ص. ص. 189 - 261.

49 Hoffmann, Helen (2013). “Twitter as an Instrument of Public Diplomacy: A Case Study of Sweden and Germany,” an unpublished M. A. thesis, University of Göttingen /University of Uppsala, Germany.

50 Castells, Manuel (2000). The Rise of the Network Society. Oxford, UK: Blacwell.

51 مرجع سابق

الدبلوماسية الرقمية الفرص والتحديات

محاور الدبلوماسية الرقمية

2023

igcc.ae

الفصل السابع

محاور الدبلوماسية الرقمية

يستند النموذج المقترح للدبلوماسية الرقمية إلى العناصر المشار إليها أعلاه، وهو في الأساس عملية اتصال اجتماعي تفاعلي من خلال الشبكات الاجتماعية مع جمهور متمكن تكنولوجياً من الأفراد المواطنين في الدول الأخرى بهدف تحقيق درجة من الإقناع والاستمالة فيما يتعلق بقضية أو حدث ما. ويبين النموذج تدفقاً ثنائي الاتجاه للمعلومات بين الدبلوماسي والمواطنين في المجتمعات الأخرى وهو ما يحدث نوعاً من الاشتباك التفاعلي (Engagement) بين الطرفين يتمخض عنه رجع صدى يمكن استخلاص العبر والدروس منه من خلال التحليلات الاجتماعية (Social Analytics) في عملية اتخاذ القرار الدبلوماسي. ويبين النموذج كذلك أن بيئة الاتصال الشبكية هي فضاء مفتوح بين جميع الأفراد الذين يقومون بأدوار المرسلين والمستقبلين في عملية الاشتباك الاجتماعي. ولعل الجانب المتعلق بالتحليلات الاجتماعية يشكل حلقة مهمة في نموذج الاتصال الدبلوماسي عبر الشبكات لأنه يؤكد على أهمية توظيف نتاج الاشتباك الافتراضي في خدمة الدبلوماسية. فالدبلوماسية الاجتماعية ليست مجرد تبادل للرسائل بين الجهات الدبلوماسية والمواطنين في المجتمعات الأخرى، بل هي أيضاً جزء مهم من عملية صنع القرار الدبلوماسي حيث تلعب التحليلات الناجمة عنها دوراً مهماً في توجيه الجهود الدبلوماسية وتعديلها بما يتلاءم مع معطيات الرأي العام والمزاج السياسي والثقافي في المجتمعات المستهدفة.

محور الاستراتيجية

لا يمكن النظر للدبلوماسية الرقمية كمجرد فعل اتصال يومي يسعى لتوفير المعلومة والتفاعل مع الجماهير المستهدف، لأنها في أساسها تشكل بعداً استراتيجياً يدعم سمعة الدول ومكانتها، ويعزز توسيمها الوطني، وقوتها الناعمة في الفضاء الافتراضي مما يترك أثراً واضحاً في علاقاتها مع البلدان الأخرى وشعوبها والأطراف الفاعلة فيها. فالدبلوماسية الرقمية الناجحة تعمل على جذب أعداد كبيرة من المتابعين المهتمين بشؤون الدولة على المستويات السياسية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية، وتسهم في تعديل آرائهم واتجاهاتهم نحوها بشكل يخدم أهداف سياساتها الخارجية على المدى البعيد. ويمكن للدبلوماسية الرقمية الناجحة أن تشكل سنداً قوياً للدبلوماسية التقليدية وليس بديلاً لها من ناحية إنشاء قنوات الاتصال وإبقائها مفتوحة مع أعداد كبيرة من الجماهير المحلية والإقليمية والعالمية بحيث تشكل المعلومات حول الدول رافداً مهماً للمخزون المعرفي للأفراد المتلقين في مناطق العالم المختلفة.

ويعد بناء السمعة وإدارتها من الجوانب الاستراتيجية البارزة في الدبلوماسية الرقمية حيث أنه تعمل الدول على المحافظة على اتجاهات إيجابية ومستدامة حولها من خلال دبلوماسية رقمية تبرز الإنجازات، وتحترم التعددية والاختلاف، وتركز على الجوامع الإنسانية المشتركة بين الشعوب، وتحض الشائعات بالحجج والبراهين، وتعلي شأن القيم الإنسانية النبيلة. ويقول صابر ومنى إن السمعة هي رأس المال الحقيقي الذي تعمل منظمات الأعمال من خلاله، فبدون السمعة الجيدة لن تنجح المنظمة وتستمر في البقاء، ذلك لأن نجاح المنظمات اليوم مرهون بسمعتها في ظل السوق، فلا يمكن للمنظمة أن تضمن بقاءها واستمراريتها في العمل والقيام بمختلف أنشطتها بدون السمعة التي إن فقدتها فهي تكون مهددة نحو الإفلاس والضياع. وفي دراسته حول دور الدبلوماسية الرقمية في بناء السمعة الخاصة بالدولة الإثيوبية، يقول (Ayalyo) الذي يعمل في وزارة الخارجية الإثيوبية إن الدبلوماسية الرقمية تمثل مورداً مهماً لبناء السمعة الخارجية لإثيوبيا ولكنها ليست مستغلة بالشكل المناسب بسبب حداثة الظاهرة في بيئة العمل الدبلوماسي، ووجود فجوة رقمية كبيرة بين السكان مما يحول دون وصول معقول لشبكة الإنترنت، وغياب وسم وطني واضح للبلاد، وعدم وجود سياسات وتوجيهات واضحة في هذا الشأن.[52]

وفي مجال التوسيم الوطني (Nation Branding) الذي يعرف بأنه الإدارة المنتظمة والمتماسكة للإدراكات المتعلقة ببلد أو دولة أو شعب، تعمل الدبلوماسية الرقمية على إرساء دعائم صورة ذهنية إيجابية للدول في أذهان الجماهير الداخلية والخارجية من خلال تعزيز القيم الإيجابية والإنجازات الحضارية والمواقف الأخلاقية السامية. وتشير (Gosling) إلى أن الدبلوماسية الرقمية تلعب دوراً مركزياً في خلق وتطبيق مفاهيم القوة الناعمة من خلال بناء الثقة مع الجماهير المستهدفة لرفع مستوى فاعلية الدول على الساحة العالمية من خلال أساليب غير قسرية.[53] ويخلص تحليل لـ(Bloomberg) إلى أن المقاربات النقدية المتعلقة بالتوسيم الوطني هو أداة استراتيجية مهمة.

ويطرح (Szondi) خمسة نماذج توضح العلاقة بين الدبلوماسية الرقمية والقوة الناعمة، ويتعلق الأول باتجاه يرى أن لا علاقة بين الدبلوماسية العامة والقوة الناعمة بينما أن بقية التوجهات البحثية تؤكد على هذه العلاقة بأشكال مختلفة. ويؤكد سنودن على أن الدبلوماسية الرقمية هي عنصر هام من عناصر بناء التوسيم الوطني لتعزيز القدرات التنافسية للدول في إطار نظام اقتصادي حر ومهيمن مما يسهم في إضفاء صبغة تجارية على الأمم والثقافات. أما المقاربة الثانية فترى أن التوسيم الوطني هو نمط ليبرالي جديد للحوكمة يسعى إلى تعديل السلوك الاجتماعي وتوظيف المواطنين كمروجين للسلع. ويتمثل التوجه الثالث في النظر للتوسيم الوطني على أنه مخزن للحوارات والخطابات التي تنتجها الحكومات ووسائل الإعلام لإعادة هيكلة الهوية الوطنية وبناء أيديولوجية جديدة.[54]

ويرى بعض الباحثين أن الدبلوماسية العامة تندرج في إطار ما يسمى بالقوة الناعمة (Soft Power)، وهو مفهوم طوره الباحث الأمريكي (Joseph Nye) من جامعة هارفارد لوصف قدرات الدول على الاستمالة والاقتناع بتوجهاتها وسياساتها بعيداً عن القوة الخشنة المرتبطة بالتدخل العسكري.[55] وأشار كل من (Cross و Davis) و(Melissen) إلى أن الاتحاد الأوروبي بات أكثر من أي وقت مضى يمارس دبلوماسية تتمس بالنعومة، ومبتعداً عن خشونة المواجهات العسكرية لكي يحقق أهداف السياسة الخارجية من خلال المساعدات الإنسانية والتعاون الثقافي والعلمي.[56] وفي مقال لـ(Servas)، تم التأكيد على أهمية مفهوم القوة الناعمة في العلاقات الدولية من خلال دراسة العلاقات بين الولايات المتحدة والصين. ورأى كاتب المقال أن التحولات التدريجية في المنظومة الاقتصادية والمالية الدولية ستقود بالضرورة إلى تحولات في القوة الناعمة والمتمثلة بالإعلام والاتصال والعلاقات العامة والرأي العام، والدبلوماسية العامة وأنماط استهلاك وسائل الإعلام.[57]

وفي دراسة أخرى لمركز الجزيرة للدراسات، أشار التميمي إلى دورة الدبلوماسية العامة في «توسيم» (Branding) دولة قطر على الساحتين الإقليمية والدولية من خلال تشجيع السياحة وتعزيز الصادرات وجذب الاستثمارات الأجنبية وإزالة الصور النمطية السلبية.[58] وقد حلل كل من (Lee) و(Lin) محتوى أكثر من 13,000 رسالة دبلوماسية في الشبكات الاجتماعية والواردة من الولايات المتحدة والصين وسنغافورة حيث استنتجا أن المحتوى يرتكز على أربعة محاور رئيسية هي: الدول والمجتمعات والولايات المتحدة والشعوب، مع حضور كبير للجانب الإنساني في تلك الرسائل. وأشار (Nye) إلى أن تطور الدبلوماسية العامة من النموذج الإعلامي أحادي الاتجاه إلى النموذج التفاعلي التشابكي قد أحدث تمكيناً كبيراً في صفوف الجمهور الذي أصبح بإمكانه المساهمة في الحوارات الدبلوماسية في الفضاء الافتراضي.[59] وفي دراسة حول استخدام المدونات المصغرة والشبكات الاجتماعية، وبخاصة شبكة (Tencent) الصينية في الدبلوماسية العامة الأمريكية. ووجدت كل من (Zhonga) و(Lua) أن القصص المتعلقة بالولايات المتحدة تشكل المادة الأساسية لتلك المدونات، وأن الأمريكيين من أصل صيني والدبلوماسيين الأمريكيين هم أكثر المستخدمين لتلك المدونات وأن قادة الرأي والشخصيات العامة هم الأطراف الأكثر استهدافاً من تلك المدونات. [60]

محور الإبداع: الوصايا العشر

في عالم التواصل الدبلوماسي الافتراضي، تتنوع سياقات التفاعل مع الجماهير والأطراف المختلفة وتتراوح بين المواقع الإلكترونية لوزارات الخارجية والسفارات والبعثات الدبلوماسية، والحسابات الإلكترونية في المنصات الاجتماعية لتلك الجهات الرسمية وللأفراد من القادة السياسيين والدبلوماسيين الذين يتولون التواصل عبر تلك المنصات بشكل منتظم. وبصرف النظر عن صيغة المنفذ الرقمي للدبلوماسية، فإن التعامل مع القضايا والأحداث السياسية في الفضاء الافتراضي يتطلب العديد من المهارات والمعارف التي لا بد أن تتسم بالإبداع والابتكار لكي تحقق أهدافها. فصحيح أن هناك فريق إعلامي يتولى التعامل مع القضايا ذات الأهمية لضمان تماشيها مع التوجهات الرسمية للدول وتقديمها بالشكل الفني والفكري المناسب على المنافذ الرقمية، ولكن عبئاً كبيراً من هذه المسؤولية يقع على عاتق القائم بالعمل الدبلوماسي الذي يكون عادة في واجهة الأحداث، وفي خضم التوقعات بالردود المناسبة، والفورية وبخاصة في أوقات الأزمات والنزاعات التي تتطلب مواقف مباشرة وواضحة يمكن توصيلها من خلال المنافذ الرقمية للدول. فالدبلوماسي الرقمي ليس مجرد ساعي بريد يقوم بتوصيل رسائل حكومية ورسمية إلى الجمهور العام، بل هو أيضاً قائم بالاتصال، وله دور في تحديد محتوى الرسالة وصيغتها، وشكلها الفني ومحتواها الفكري، والعناصر الإعلامية التي سيتم استخدامها، والجماهير المستهدفة، والتوقيت المناسب، وردود الفعل المحتملة. فعندما يعبر رجل دولة أو دبلوماسي عن وجهة نظر سياسية حول قضية ما، فإن كيفية نقل ذلك من الناحية النفسية والإبداعية والذهنية تمثل مقومات هامة لنجاح الرسائل الدبلوماسية.

وحيث أن الجانب الإبداعي في الدبلوماسية الرقمية والمتمثل في تصميم الرسائل الإعلامية، وتوصيلها بشكل يسهم في كسب القلوب والعقول لا يزال يخضع للنقاش والتجريب في ضوء حداثة ظاهرة الدبلوماسية الرقمية، فقد بُذلت محاولات من القائمين بالدبلوماسية الرقمية وخبراء الإعلام الرقمي وعلماء الإعلام والاجتماع والنفس والسياسة لوضع بعض المعايير التي يمكن الاسترشاد بها في صناعة المحتوى الدبلوماسي الرقمي، وبخاصة ما يتعلق منه بالدور المباشر للدبلوماسيين في التعامل مع القضايا الناشئة عبر التغريدات أو المنشورات أو مقاطع الفيديو. وقد اقترح (Arsen Ostrovsky) وهو محام دولي ومختص في الإعلام الرقمي 10 وصايا لا بد للدبلوماسيين الرقميين التقيد بها من أجل تعظيم النتائج المتوقعة من مهامهم:[61]

1. عدم النشر على الشبكات الاجتماعية ومواقع الإنترنت لمجرد الرغبة في القيام بذلك، بل لا بد من توافر حاجة واضحة وأهداف مقنعة يسعى إلى تحقيقها.

2. عدم استخدام الدبلوماسية الرقمية فقط من أجل بناء مخزن معلوماتي على الشبكة العنكبوتية رغم أهمية هذا الأمر.

3. الحرص على التشابك والتفاعل مع المستخدمين من أفراد الجماهير والأطراف ذات العلاقة في الفضاء الافتراضي. فالتشابك أو التفاعل يشكل الركيزة الأساسية في أي تواصل رقمي يحمل أهداف دبلوماسية، وهو ما يتطلب إيلاء الاهتمام بتعليقات ومنشورات الآخرين، والبحث عن المؤثرين منهم والحفاظ على تفاعل مستدام معهم.

4. عدم حصر التفاعل مع الأطراف الإيجابية والصديقة فقط، ولا بد من توسيع دائرة الحوار والتشابك لتشمل الخصوم والأصدقاء على حد سواء.

5. تجنب التعارك في الفضاء الافتراضي مع المستخدمين والأطراف من الدولة الروسية لأنهم خبراء ومعلمون في فن التعارك الرقمي على الشبكة العنكبوتية، ولديهم مصانع من الذباب الإلكتروني، وبرمجيات التتبع والمتابعة المزيفة.

6. عدم التردد في اتخاذ خطوات جريئة قد تكون محفوفة بالمخاطر من أجل الدفع بقضية هامة على أجندة الدولة، للنقاش في الفضاء الافتراضي بهدف تسليط الضوء عليها وتشكل رأي عام محدد تجاهها.

7. تجنب الملل في التواصل مع الجماهير والأطراف ذات العلاقة من خلال نشر المعلومات المكررة والروتينية والبروتوكولية والتي قد تكون بشكل صور أو فيديوهات سئم الناس منها ولا يرون فيها أي قيمة. وبدلاً من ذلك، لا بد من التركيز على الجانب الإنساني للشخصيات والقضايا والأحداث بشكل إبداعي يحمل معان جميلة يجد فيها الناس شغفاً كبيراً.

8. عدم الإغراق في تفاصيل النشر الإلكتروني من أجل ضمان متابعة المستخدمين للرسالة الدبلوماسية، ولا بد من الاختصار لأن جمهور الإنترنت لا يملك الوقت الكافي لقراءة النصوص الطويلة، ويمكن لصورة معبرة أن تعوض عن ألف كلمة إذا ما أُحسن استخدامها.

9. التركيز على الجوانب البصرية في الرسالة الدبلوماسية الرقمية حيث أن الصورة تغني عن ألف كلمة، وهي أكثر نفاذاً لقلوب وعقول المستخدمين في الفضاء الافتراضي لسرعتها في نقل المعاني وسرعة تفاعل العقل البشري والحواس مع محتوياتها.

10. المحافظة على العفوية وتجنب التصنع في التعامل مع المستخدمين والأطراف ذات العلاقة، والصدق والأمانة في التواصل وعدم اللجوء للخداع والتدليس والمحافظة على أخلاقيات التعامل مع الآخرين استنادا للاحترام والاعتراف بالآخر.

ويقول (Roitman) المتحدث الرسمي باسم وزارة الخارجية في مولدوفيا عن تجربة بلاده في استخدام منصة فيسبوك في الدبلوماسية الرقمية إن هذه المنصة أثبتت جدارتها في التواصل بلغة واحدة مع

الجماهير المستهدفة في بلاده وفي رومانيا بينما يتم استخدام اللغة الإنجليزية في التواصل من خلال منصة تويتر لمخاطبة الجماهير الخارجية. ويتيح هذا تقسيم الجمهور إلى فئات وفق اللغة المستخدمة بحيث تتلقى كل فئة محتوى يتناسب مع خلفيتها الثقافية واللغوية والجغرافية. وأشار إلى أن المحتوى المستند للفيديو هو الأكثر تداولاً وتوليداً للتشابك والتفاعل على منصتي فيسبوك وتويتر، وضرب مثالاً لقراءات شعرية قدمها بشكل مقطع فيديو أحد الدبلوماسيين لتخليد ذكرى أحد الشعراء المحليين حيث لقيت تفاعلاً كبيراً على الشبكات الاجتماعية. وتستخدم وزارة الخارجية في مولدوفيا صيغة 10/20/70 والتي تعني المحتوى المقدم يحتوى على 70% فيديو، و 20% صور مع تعليقات و10% نصوص مكتوبة.[62]

أما مدير النشر في وزارة خارجية سلوفاكيا، (Vladimir Stanko)، فيقول إن الرسائل التي تمعن في نقل الأخبار السياسية وتكون طويلة لا تلقى رواجاً بين المستخدمين، وبالتالي فإن توظيف الفيديو الذي يتم انتاجه في وزارة الخارجية في نقل الرسائل هو أكثر فاعلية من النصوص المكتوبة. ويورد أمثلة على ذلك بالعروض البصرية التي تم إنتاجها ونشرها حول أحداث مهمة في تاريخ سلوفاكيا الحديث مثل إنشاء جمهورية سلوفاكيا عام 1918، واتفاقية ميونخ عام 1939، وربيع براغ عام 1968. ويضيف أنه تبين من التجارب أن الناس يستجيبون عادة للرسائل المشحونة بالمشاعر سواء السعيدة منها أو الحزينة، وكان من بين الفيديوهات المؤثرة مقطعان للمساعدات الإنسانية التي قدمها صندوق سلوفاكيا للأطفال في كينيا حيث عزف الأطفال في المقطع الأول السلام الوطني السلوفاكي في الذكرى المئوية الأولى لاستقلال سلوفاكيا. وفي الثاني أدوا أغنية سلوفاكية محلية. وأشار إلى أن النوع الثاني من المنشورات التي قدمتها وزارة الخارجية تتعلق بتوضيح القضايا ودحض الإشاعات حيث أثبتت نجاحاً باهراً.[63]

محور تحليلات البيانات

من الصعب أن نتصور نجاحاً للدبلوماسية الرقمية بمعزل عن تحليلات البيانات التي تفرزها منصات التحليل الخاصة بالتفاعل عبر الشبكات الاجتماعية. فالتحليلات الاجتماعية هي التي توفر لنا رجع الصدى الفوري المطلوب للتحقق من نجاح التواصل الرقمي في السياق الدبلوماسي، وتحديد أولويات العمل، ومستويات التشابك، وأبرز القضايا التي تحتاج اهتماماً أكبر، إضافة إلى الحاجة للبيانات في بناء الاستراتيجيات وخطط العمل واتخاذ القرارات المناسبة. فمن خلال التحليلات الاجتماعية للبيانات التي تصف أعداد ونوعيات المتابعين، ومستويات تعليقاتهم، وتوجهاتهم نحو القضايا المطروحة، يمكن للقائمين على الدبلوماسية الرقمية تحديد اتجاهات الرأي العام في أوساط الجماهير المستهدفة، وبناء منهجيات ناجحة للتفاعل معهم بشكل مستدام، وبخاصة قادة الرأي والمؤثرين منهم. وقد اقترح خان وزملاؤه نموذجاً لقياس التشابك والتفاعل في الدبلوماسية الرقمية من خلال تحليل استراتيجيات التشابك التي اتبعها السفير الألماني في كراتشي على منصة تويتر. وقد استخدم الباحثون منهجية تحليل النصوص لتحديد الأفكار الرئيسية وردود أفعال المستخدمين عليها، وأكثر تلك الموضوعات التي حازت على أعلى المشاركات التفاعلية

حيث تمثلت الأفكار الرئيسية في الديمقراطية، والسياسة والقانون، والمجتمع والثقافة، والنزاع والعنف، والشخصية، والبيئة والصحة، والتنمية الاجتماعية والاقتصادية، والحياة الخاصة، والشؤون المتعلقة بالسفارة. وقد حدد الباحثون العناصر التي تسهم في تعزيز التشابك الرقمي في الدبلوماسية الرقمية بالكشف الذاتي، والاتجاهات الإيجابية، والتساؤلية. ووجد (Ittefaq) في دراسته للدبلوماسية الرقمية في الهند وباكستان أن الأولى تتمتع بآليات عمل أكثر تنظيماً ووضوحاً في التعامل مع الدبلوماسية الرقمية، ووجد الباحث كذلك أن قسم العلاقات الإعلامية التابع لوزارة الدفاع الباكستانية أكثر نشاطاً في البيئة الرقمية من الإدارات الحكومية الباكستانية الأخرى من حيث عدد المنشورات ومستوى التشابكات.[64]

ووجدت (Al Fahim) أن تحليلات البيانات توفر فرصاً ذهبية للحكومات لصناعة السياسات وتطوير التوجهات الداخلية والخارجية من خلال الدبلوماسية الرقمية، وهو ما حول البيانات والتحليلات إلى خخر استراتيجي في عالمنا المعاصر. ويسهم تحليل البيانات في تعزيز أنشطة دبلوماسية متنوعة مثل المفاوضات والأنشطة الدبلوماسية، والاستجابة الإنسانية وغيرها، حيث أن القدرة على تحديد الاتجاهات والتطابقات بينها سيساهم في تطوير سياسات خارجية قادرة على التنبؤ والاستباق. وقد تُنبه الكثير من الدول لأهمية تحليل البيانات في العمل الدبلوماسي حيث كشفت وزارة الخارجية الأمريكية عن استراتيجية لبيانات المشاريع في سبتمبر2021 بهدف تحويل نفسها إلى جهاز مستند في عمله على البيانات. وفي المملكة المتحدة، سعى مكتب الشؤون الخارجية والكومنويلث لتطوير خطة العمل الرقمية تسعى إلى توفير المخرجات الدبلوماسية والتطويرية بناء على جهاز يعتمد على معطيات ابتكارية وحركية. وتحتضن دولة الإمارات كذلك علوم البيانات حيث أعلنت الحكومة الإماراتية في يناير 2022 عن إطلاق منصة للأمم المتحدة تحت عنوان: البيانات الضخمة من أجل تنمية مستدامة.[65]

وتشير (Ashbrock) إلى أن البيانات الضخمة ستسهم في تحسين العملية القنصلية، ودعم إعداد الدبلوماسيين للمشاركة الفاعلة في مفاوضات متعددة الأطراف حول التجارة والعقوبات وفي تعزيز قدرتهم على التنبؤ بالأزمات الإنسانية المرتبطة بالتغير المناخي وتأثيراته المتمثلة في الجفاف والفيضانات. ويمكن للبيانات الضخمة أن تساهم كذلك في تحديد حملات التشويه والتضليل التي تستهدف دولاً بعينها بطريقة أسرع وأكثر دقة، وتقوم برمجيات الذكاء الاصطناعي بأدوار مفيدة في الخدمات القنصلية من خلال دعم عمليات التسجيل والمساعدات القانونية المقدمة للاجئين.[66]

إن مناقشة نموذج الاشتباك الاجتماعي في الدبلوماسية الرقمية، آنف الذكر، من الناحية العلمية يتطلب تنفيذ مزيد من الدراسات والبحوث التي تتناول طبيعة المتغيرات المشار إليها ومستوى تأثيراتها في المخرجات الدبلوماسية، والدور المحتمل للمتغيرات الوسيطة المتعلقة بالثقافة والتأهيل المهني للدبلوماسيين في تحقيق مستوى إيجابي من الاشتباك الاجتماعي في العمل الدبلوماسي. وكما أشارت تقارير دبلوماسية تويتر المتلاحقة، فإن المجال الشبكي أصبح جاذباً رئيساً للأنشطة الدبلوماسية مع تبوء شخصيات عالمية مراكز مرموقة في التأثير الاجتماعي عبر الشبكات بحكم أعداد المتابعين لهم ونوعية هؤلاء المتابعين. ومن المهم أن تتناول الأبحاث والدراسات العوامل التي تجعل من هؤلاء القادة

أطرافاً مؤثرة في الفضاء الاجتماعي، وكيف ينعكس هذا التأثير بشكل مخرجات دبلوماسية متميزة تتجلى في صور ذهنية براقة، وانطباعات مشرقة بين الناس لهذه الدولة أو تلك. وبعبارة أخرى، فإننا كباحثين مطالبين بأن نسبر أغوار الدبلوماسية الاجتماعية عبر الشبكات بشكل علمي ومنهجي للخروج باستنتاجات ذات مصداقية حول تأثير الخصائص المذكورة أعلاه في ممارسة الدبلوماسية العامة عبر الشبكات. ويمكن مقاربة الموضوع من الناحية الجغرافية أو الثقافية أو السياسية لمعرفة الفروق في نوعية ومستوى الاشتباكات الدبلوماسية بين دولة وأخرى ومجتمع وآخر وثقافة وأخرى، وزعيم وآخر.

ومن الناحية المهنية، فإن الهيئات الدبلوماسية تحتاج أيضاً لدخول هذا المجال المتنامي بكل قوة من خلال خلق الذهنية المناسبة لتقبل الشبكات كحلبة للعمل الدبلوماسي. ولعل هذا يتطلب مزيداً من برامج التدريب والتأهيل، وبخاصة في المناهج التي تتبناها المعاهد والأكاديميات الدبلوماسية لتوفير المهارات المطلوبة للدبلوماسيين في كيفية توظيف الشبكات لتعظيم المكاسب في مجال الدبلوماسية العامة في الخارج. ولا بد هنا، من توفير المناهج الدراسية المتخصصة في العمل الدبلوماسي الاجتماعي بحيث يؤهل الدبلوماسيون في مهارات صياغة الرسائل الدبلوماسية من حيث الخطاب والتوجه والرد عليها، وتحديد التوقيت المناسب، والتعامل الإبداعي مع التحليلات الاجتماعية، وتوظيفها في تعزيز الدبلوماسية العامة. ولا بد هنا من الإشارة إلى أن جميع الوزارات المتعلقة بالشؤون الخارجية في العالم العربي قد دخلت بالفعل العالم الافتراضي عبر إنشاء المواقع الإلكترونية التي تقدم تشكيلة من الخدمات لمواطنيها ولغيرهم، ومن خلال فتح حسابات في الشبكات الاجتماعية بمختلف أنواعها. غير أن هذه التطورات تحتاج إلى مزيد من البناء لتحقيق استفادة أكثر من هذه الموارد التكنولوجية في خدمة العمل الدبلوماسي.

52 Ayalyo, H. (2017). Digital Diplomacy for Image Building and Nation Branding: The Ethiopian Context. Ethiopian Civil Service University. At https://www.researchgate.net/publication/321488296_Digital_Diplomacy_for_Image_Building_and_Nation_Branding_The_Ethiopian_Context/link/5a24f0ec0f7e9b71dd075951/download

53 Gosling, J. Maximising (2021). Soft Power: The Role of Digital Diplomacy in Building Trust with Nation-Branding. Global Affairs Review. Vol. 2, No. 1, June

54 Szondi, G. (2008) Public Diplomacy and Nation Branding: Conceptual Similarities and Differences Article · January 2008. Netherlands Institute of International Relations 'Clingendael'

55 Nye, J. (2004). Soft Power: The Means to Success in World Politics. New York: Public Affairs

56 Cross, Mai›a K. Davis and Melissen, Jan (2013). European Public Diplomacy: Soft Power at Work. London: Palgrave-McMillan

57 Servas, J. (2012). "Soft power and public diplomacy: The new frontier for public relations and international communication between the US and China," Public Relations Review, Vol (38) No. (5) 643–651

58 نواف التميمي (2011). «دور الدبلوماسية العامة في تكوين السمة الوطنية: حالة قطر». مركو الجزيرة للدراسات، الدوحة

59 Nye, J. S. (2010). The new public diplomacy, http://www.project-syndicate.org/commentary/the-new-public-diplomacy (Retrieved on 21.06.15).

Zhonga, Xin and Jiayi Lua. (2013). Public diplomacy meets social

60 media: A study of the U.S.Embassy's blogs and micro-blogs. Public Relations Review. 39: 542-548.

61 Ostrovsky , A. (2018). The 10 Commandments for Successful Digital Diplomacy. Twiplomacy. At https://www.twiplomacy.com/the-10commandments/

62 Roitman, A. (2019). Use all the tools: Facebook Stories, create events, use locations, tag people. At: https://www.twiplomacy.com/use-all-the-tools-facebook-stories-create-events-use-locations-tag-people

63 Stanko, Vladimír (2019). Our main focus is to increase our audience. At: https://www.twiplomacy.com/our-main-focus-is-to-increase-our-audience

64 Ittefaq. H. (2019). Digital diplomacy via social networks: A cross-national analysis of governmental usage of Facebook and Twitter for digital engagement. Journal of Contemporary Eastern Asia 18(1):49-69.

65 Al Fahim, F. (2022). Data Diplomacy: Turning Bytes into Insights in the Foreign Service. Blavatnik School of Government. University of Oxford. At: https://www.bsg.ox.ac.uk/blog/data-diplomacy-turning-bytes-insights-foreign-service

66 Ashbrook , C. (2020). From Digital Diplomacy to Data Diplomacy. Belfer Center for Science and International Affairs. Harvard Kennedy School. At: https://www.belfercenter.org/publication/digital-diplomacy-data-diplomacy

الفرص التي توفرها والتحديات التي تواجهها الدبلوماسية الرقمية

2023

igcc.ae

الفصل الثامن

الفرص التي توفرها والتحديات التي تواجهها الدبلوماسية الرقمية

الفرص التي توفرها الدبلوماسية الرقمية

تحمل الدبلوماسية الرقمية الكثير من الفرص للتواصل الفاعل بين الحكومات والأفراد في إطار استراتيجيات دبلوماسية بعيدة المدى تسعى إلى تحسين السمعة وتحقيق الوسم الوطني المناسب للدولة، وبناء جسور مستدامة مع الشعوب الأخرى، وتوصيل وجهات النظر الرسمية حول المواقف والقضايا بشكل مباشر وفوري، مشفوع بالأدلة البصرية المقنعة. وتسهم الدبلوماسية الرقمية القائمة على التخطيط الجيد في اتخاذ القرارات وصياغة السياسات في الوقت المناسب بما يحفظ مصالح الدولة ويعزز من مكانتها وموثوقيتها في الفضاء الافتراضي للإنترنت. وتندرج الفرص التي توفرها الدبلوماسية الرقمية ضمن:

- **التواصل المباشر:** من خلال استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والمدونات والفيديوهات، يمكن للحكومات التواصل مباشرة مع الجماهير العالمية بطرق لم يكن من الممكن في السابق اعتمادها. وهذا يعزز الشفافية ويسمح بتقديم الرؤية الخاصة للحكومة بشكل أكثر فعالية.

- **التعليم والثقافة:** الحكومات يمكنها استخدام الدبلوماسية الرقمية للترويج للثقافة والتعليم واللغة الخاصة ببلدها. وهذا يمكن أن يساهم في تحسين الصورة الدولية للبلد وتعزيز الفهم والتقدير لثقافته.

- **الاستجابة السريعة للأزمات:** بالإضافة إلى القدرة على توزيع الإعلانات والأخبار، تتيح الدبلوماسية الرقمية أيضاً الفرصة للحكومات للاستجابة بسرعة وكفاءة للأزمات. ويمكن للحكومات استخدام الوسائط الرقمية لتقديم المعلومات الأكثر أهمية والتحديثات في الوقت الحقيقي.

- **تعزيز التعاون الدولي:** الدبلوماسية الرقمية تعزز التواصل بين الحكومات. ويمكن استخدام المنصات الرقمية لعقد الاجتماعات والمؤتمرات وتقاسم المعرفة والبيانات، مما يمكن أن يحسن التعاون والتفاهم بين البلدان المختلفة.

- **نشر السياسات والأهداف:** الحكومات يمكنها استخدام الدبلوماسية الرقمية لشرح وتوضيح سياساتها وأهدافها.

- **إنشاء وتعزيز العلاقات الثنائية ومتعددة الأطراف:** الدبلوماسية الرقمية تتيح للحكومات بناء وتحسين العلاقات مع الدول الأخرى من خلال المشاركة في المناقشات والحوارات الرقمية. ويمكن لهذه الأدوات توفير وسائل جديدة للتفاهم والتعاون بين الدول.

- **المشاركة في القضايا العالمية:** من خلال الدبلوماسية الرقمية، يمكن للحكومات المشاركة بفعالية أكبر في القضايا العالمية، سواء كانت تتعلق بالبيئة، أو حقوق الإنسان، أو السلام العالمي، أو التنمية المستدامة.

- **تقديم نفسها كدولة معاصرة ومتقدمة:** استخدام الحكومة للتكنولوجيا الرقمية والوسائل الاجتماعية يمكن أن يشكل صورة إيجابية لها كدولة متقدمة ومتصلة ومرنة.

- **تنظيم الحملات العامة والرقمية:** يمكن للحكومات الاستفادة من الدبلوماسية الرقمية لتنظيم الحملات التوعوية والتعليمية والصحية وغيرها للجمهور الدولي.

- **التفاعل مع المواطنين في الخارج:** توفر الدبلوماسية الرقمية أدوات للتفاعل مع المواطنين الذين يعيشون خارج البلاد ويمكن لها أن تلعب دوراً حاسماً في الحفاظ على روابطهم مع بلدهم الأصلي وتشجيعهم على المساهمة في التنمية الوطنية.

التحديات التي تواجهها الدبلوماسية الرقمية

إن النقطة المركزية التي يحاول هذا الكتاب تأكيدها هي أنه مثلما تمثل الدبلوماسية الرقمية فرصة كبيرة للدول لتعزيز مكانتها وبناء سمعتها وتوصيل وجهات نظرها وتمكينها من التفاعل مع الشعوب الأخرى بشكل مباشر وقابل للقياس، فإنها تتضمن أيضاً تحديات كبيرة أمام العاملين في هذا المجال من ناحية عدم اليقين حول الأمن المعلوماتي والسيبراني، وانتشار تكنولوجيا الفبركة والأخبار الزائفة، وعدم دقة القياسات في ظل انتشار برمجيات الردود الآلية، وتدني مستوى التدريب لدى العاملين في السلك الدبلوماسي على استخدام الأدوات الاتصالية في هذا المجال. ففي الفضاء الافتراضي الواسع، تنتشر المعلومات بلمح البصر، وكلما زاد حجم المعلومات، كلما قلت إمكانيات التحقق من صحتها وبخاصة بعيد ظهور تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي أتقنت فنون التقليد والمحاكاة بشكل يصعب للفرد العادي أن يتحقق من صحة تلك المعلومات، وبخاصة في ظل وتيرة الاستهلاك المعلوماتي السريعة. كما أن الحالات المتكررة لانتهاك الشبكات المعلوماتية وتعطيلها وبث محتويات بديلة من خلالها يؤثر سلباً على سلامة الدبلوماسية الرقمية، ويقلل الثقة بها، وقد تكون لها آثار سلبية مدمرة على كامل العملية الدبلوماسية وسمعة الدول. وأخيراً، نلاحظ أن الدبلوماسية الرقمية ليست عملية تقنية أو روتينية يمكن لأي فرد اتقانها بمجرد تعلم خطوات أو إجراءات محددة، بل هي عملية إبداعية ترتكز على المعرفة العميقة بالموضوعات المطروحة وعلى اتقان فنون التواصل الفعال والمقنع وكذلك توافر مهارات استخدام أدوات صناعة المحتوى متعدد الوسائط، إضافة لإتقان استخدام التحليلات الاجتماعية والبيانات الضخمة في التعرف إلى الاتجاهات وتحديد المشكلات والقضايا وتوصيف الحلول المناسبة لها.

وتلخص التحديات في النقاط التالية:

- **الأمن السيبراني:** مع ازدياد استخدام الأدوات الرقمية، تتزايد أيضاً المخاطر المرتبطة بالأمن السيبراني، بما في ذلك هجمات القراصنة والتجسس الرقمي والتهديدات الأمنية الأخرى.
- **سرية البيانات:** الحفاظ على سرية وخصوصية البيانات الحكومية الهامة يشكل تحدياً كبيراً في ظل الدبلوماسية الرقمية، حيث يجب تأمين البيانات من الوصول غير المصرح به.
- **مشاكل التكنولوجيا والبنية التحتية:** قد تكون هناك قيود على استخدام التكنولوجيا والبنية التحتية في بعض البلدان، خاصة في المناطق الأقل تطوراً. هذا قد يحد قدرة الدبلوماسية الرقمية على الوصول إلى الجمهور المستهدف.
- **المعلومات المضللة والأخبار الكاذبة:** الدبلوماسية الرقمية قد تكون عرضة للمعلومات المضللة والأخبار الكاذبة، والتي يمكن أن تؤدي إلى نتائج سلبية.
- **توازن الحوار الرقمي والشخصي:** مع الاعتماد المتزايد على الأدوات الرقمية، يمكن أن يكون من

الصعب الحفاظ على التوازن بين الحوار الرقمي والشخصي الذي غالباً ما يكون أكثر فعالية في بناء الثقة والعلاقات الدبلوماسية.

- **قضايا القدرة التقنية والتدريب:** قد يكون من الصعب بالنسبة لبعض الأفراد والمؤسسات التكيف مع التكنولوجيا الرقمية الجديدة، وهذا يتطلب تدريباً
- **الوصول غير المتكافئ للإنترنت:** على الرغم من توسع استخدام الإنترنت، إلا أن الوصول إليه لا يزال غير متكافئ على الصعيد العالمي، مما يعني أن البعض قد لا يكون قادراً على الانخراط في الدبلوماسية الرقمية بنفس القدر.
- **الفجوة الرقمية:** الفجوة بين الأشخاص الذين لديهم القدرة على استخدام التكنولوجيا الرقمية والذين لا يستطيعون، تعتبر من التحديات الرئيسية التي تواجه الدبلوماسية الرقمية.
- **التحديات القانونية والأخلاقية:** قد تكون هناك قضايا قانونية وأخلاقية تتعلق بالخصوصية وحقوق الإنسان والقوانين الوطنية التي تحد من استخدام الأدوات الرقمية في الدبلوماسية.
- **التحديات المرتبطة بالثقة والمصداقية:** بسبب الأخبار الكاذبة والمعلومات المضللة، قد يكون من الصعب بناء وصيانة الثقة والمصداقية عبر القنوات الرقمية.

ملخص وتوصيات

من الواضح أن الدبلوماسية الرقمية كشكل متجدد من أشكال الدبلوماسية العامة قد وجدت لتبقى وتزدهر وتشكل مجالاً معرفياً وممارسة مهنية للتعامل مع الكثير من القضايا المعقدة في عصرنا الحاضر. فخلال العقد الماضي، جذبت الدبلوماسية الرقمية اهتماماً متزايداً من الباحثين في دول العالم، والذين حاولوا استقصاء الجوانب العملية لهذه الظاهرة، والبحث عن الأسس النظرية التي تشرح عملها ووظائفها في بيئة دولية معقدة وسريعة التغيير، وفي إطار تحولات متسارعة في تكنولوجيا الإعلام والمعلومات والاتصالات تتوج حاليا بظاهرة الذكاء الاصطناعي والواقع الافتراضي والواقع المعزز وخوارزميات التحليل. ولاحظنا في العرض السابق، أنه مثلما أضافت الدبلوماسية الرقمية قيمة مهمة للعمل الدبلوماسي والعلاقات الدولية، وكذلك لتمكين الأفراد العاديين من المشاركة في الحوارات والتفاعلات الافتراضية حول قضايا العالم والدول، فإنها قد جلبت معها تحديات جسام على مستوى الدول ومؤسسات صناعة القرار الخارجي والأفراد من القادة والقائمين بالعمل الدبلوماسي. ولاحظنا في العرض السابق أن أولويات القائمين على الدبلوماسية الرقمية تتراوح بين الدول والمؤسسات وفق ظروفها ومهامها، ولكن التحدي الرئيس يتمثل في كيفية القيام بتحول سلس في وزارات الخارجية والسفارات والإدارات الحكومية الأخرى من الأنماط الدبلوماسية التقليدية إلى النمط الرقمي الذي يتطلب كفاءات متخصصة في التعامل الفاعل مع التكنولوجيا وأدوات الإعلام الرقمية، وصناعة المحتوى، وإجادة التعامل مع السلوك البشري من النواحي النفسية والاجتماعية والثقافية، وإعداد البنى التحتية الرقمية التي تمكن من ممارسة هذا النمط الدبلوماسي وفق معايير راقية تحقق الأهداف المرجوة. وتأتي المخاطر المحتملة والمرتبطة بأمن المعلومات وفبركتها وتلفيقها وبخاصة من خلال برامج الذكاء الاصطناعي ضمن أولويات التحديات التي تواجه الدول في مجال الدبلوماسية الرقمية.

ومن أجل تحقيق القيمة المثلى من الدبلوماسية الرقمية، فإن الكاتب يقترح التوصيات التالية:

1. تعزيز البحوث والدراسات العلمية النظرية والتطبيقية حول مفهوم وممارسة الدبلوماسية الرقمية في إطار الدبلوماسية العامة من أجل الوقوف على جوانب القوة والضعف في هذه الظاهرة، ووضع الأطر النظرية التي تساعد في فهمها وتطويرها. ويمكن للبحوث المتعلقة بالدبلوماسية الرقية أن تضم باحثين من تخصصات مختلفة كالإعلام وتقنية المعلومات والعلاقات الدولية وعلم الاجتماع وعلم النفس باعتبار أن ظاهر الدبلوماسية الرقمية هي ظاهرة متعددة المعارف وتحتاج دراستها لمناظير متنوعة.

2. طرح تخصصات جامعية في الدبلوماسية الرقمية من أجل تهيئة إعلامي ودبلوماسي المستقبل لهذه الظاهرة، وبناء الثقافة المناسبة لديهم حولها.

3. وضع السياسات والأطر التنظيمية لممارسة الدبلوماسية الرقمية في إطار عمل وزارات الخارجية والسفارات والبعثات الدبلوماسية، بهدف تقنين التعامل مع هذه الظاهرة ضمن أطر محددة

وواضحة.

4. رفع مستوى الوعي لدى المنظمات الحكومية، بما فيها وزارت الخارجية والسفارات والبعثات الدبلوماسية في الخارج بالدبلوماسية الرقمية من حيث المفهوم والممارسة، من أجل خلق ثقافة متناغمة مع التوجهات الجديدة للدبلوماسية العامة في الفضاء الافتراضي، بما يسهم في تعزيز التحول وتبني المنهجية الرقمية في الدبلوماسية العامة. فقد بينت البحوث أن جزءاً من التحدي الذي يواجه الحكومات في تبنى الدبلوماسية الرقمية يتثمل في عدم تقبل هذه الممارسة في أوساط الدبلوماسيين التقليديين الذي يفضلون استخدام وسائل الإعلام الجماهيرية في التواصل مع الجماهير.

5. إطلاق برامج التدريب والتأهيل المهني في الدبلوماسية الرقمية للعاملين في السلك الدبلوماسي والمسؤولين الحكوميين من أجل رفع كفاءتهم الرقمية، ومعارفهم حول هذه الظاهرة ليكونوا قادرين على التعامل معها بكل ثقة واقتدار.

6. إنشاء البنى التحتية المناسبة لأداء الدبلوماسية الرقمية من حيث الشبكات والأدوات والبرمجيات وصناعة المحتوى وتوزيعه وقياس مستويات التفاعل، وغيرها. فكما نعرف، فإن الدبلوماسية الرقمية تتحرك للأمام بدفع تكنولوجي متواصل، وبالتالي فإن توفير بنية تقنية رصينة سيسهم في تحقيق مخرجات ناجحة.

IGCC.ae