

الدبلوماسية في البيئة الرقمية: إعادة التشكل وصناعة الرأي العام Diplomacy in the Digital Environment: Reshaping and Shaping Public Opinion

د. حفيفة طالب⁽¹⁾ د. منى طواهرية⁽²⁾

⁽¹⁾ جامعة البويرة (الجزائر)، h.taleb@univ-bouira.dz

⁽²⁾ جامعة برج بوعريج (الجزائر) mouna.doc.34@gmail.com

تاريخ النشر: 2025/12/31

تاريخ القبول: 2025/09/28

تاريخ الاستلام: 2025/02/09

ملخص:

تهدف ورقتنا البحثية إلى تقديم تحليل معمق لدور الدبلوماسية الرقمية في صناعة وتشكيل الرأي العام، وذلك من خلال استعراض كيفية استفادة الدول من التكنولوجيا الرقمية الحديثة كأداة استراتيجية لتعزيز حضورها الدولي. فقد أصبحت الدبلوماسية الرقمية أداة أساسية في يد الدول للتأثير على الجماهير، سواء داخل حدودها أو خارجها، عبر توظيف وسائل الإعلام الرقمي ومنصات التواصل الاجتماعي لبناء صورة إيجابية للدولة، وإبراز قيمها وسياساتها بشكل يخدم مصالحها الوطنية. ذلك أن للدبلوماسية الرقمية قدرة على توجيه السلوكيات العامة وصناعة سرديات مؤثرة تُعزز مكانة الدولة في النظام الدولي، ومن ثم تحوّل الدبلوماسية الرقمية إلى أداة محورية في المشهد السياسي والإعلامي المعاصر، حيث أصبحت صناعة الرأي العام أحد العناصر الأكثر تأثيراً في تحديد توجهات السياسة الدولية وتحقيق الأهداف الاستراتيجية للدول في ظل عالم مترابط.

الكلمات المفتاحية: الدبلوماسية، الفضاء الرقمي، الدبلوماسية الرقمية، الرأي العام، صورة الدولة.

Abstract :

Our research paper aims to provide an in-depth analysis of the role of digital diplomacy in shaping and influencing public opinion. It examines how states leverage modern digital technology as a strategic tool to enhance their international presence. Digital diplomacy has become a fundamental instrument for states to influence audiences, both domestically and internationally, by employing digital media and social media platforms to construct a positive image of the state and highlight its values and policies in a way that serves its national interests.

Digital diplomacy possesses the ability to guide public behaviors and craft impactful narratives that bolster the state's standing within the international system. Consequently, it has emerged as a central tool in the contemporary political and media landscape, where shaping public opinion has become one of the most influential factors in determining the direction of international policies and

achieving states' strategic objectives in an interconnected world increasingly reliant on digital technology.

Keywords: Diplomacy, Digital Space, Digital Diplomacy, Public Opinion, State Image.

مقدمة:

أدت الثورة الرقمية التي يشهدها العالم إلى إعادة تشكيل و بروز معالم جديدة للدبلوماسية، حيث انتقلت من قاعات المفاوضات التقليدية إلى ساحات التواصل الاجتماعي والفضاء الرقمي. فلم يعد بذلك الدبلوماسيون وحدهم صناع القرار والمؤثرين في العلاقات الدولية، بل انضم إليهم جمهور واسع من الأفراد والمؤسسات التي تساهم في تشكيل الرأي العام وتوجيه السياسات. ولعل أبرز ما تمخض عن البيئة الرقمية ما اصطلح عليه بالدبلوماسية الرقمية التي تعد أكثر من مجرد أداة جديدة للتواصل؛ إنها تحول جذري في مفهوم الدبلوماسية التقليدية. بعد أن تعددت أدواتها ووسائلها معتمدة على الوسائط الرقمية وفي مقدمتها تويتر كأدوات أساسية في التواصل والتفاعل مباشرة مع الجمهور سواء الداخلي (المواطنين) أو العالمي، وهو ما جعلها تتجاوز تمثيل الدولة في المحافل الدولية إلى بناء صورة إيجابية للدولة، وتعزيز العلاقات مع مختلف الفئات، والتأثير على الرأي العام المحلي والعالمي.

تبعاً لذلك، تهدف الدراسة للكشف عن أسس الدبلوماسية الرقمية ودورها في تشكيل وصناعة الرأي العام كأحد أدوات القوة الناعمة من خلال طرح تساؤلات حول طبيعة الدبلوماسية في عصر الرقمية، وكيفية تأثيرها على صناعة الرأي العام، وذلك من خلال دراسة التحولات التي طرأت على الدبلوماسية، ودور وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام، والتأثير المتبادل بين التقنية والسياسة في سياق العلاقات الدولية. وذلك من خلال طرح الإشكالية التالية:

كيف تسهم الدبلوماسية الرقمية في تشكيل الرأي العام؟

وللإجابة على الإشكالية تم تبني الفرضية التالية:

- تعتبر وسائل الإعلام الرقمية أداة مهمة للدبلوماسيين وصناع السياسة الخارجية لأنها تعكس الرأي السائد في المجتمع.

وفيما يخص المنهج الذي سيتم توظيفه في هذه الدراسة هو المنهج الوصفي لدراسة الأسباب التي دفعت إلى التحول من الدبلوماسية التقليدية إلى الدبلوماسية الرقمية، وكيف يعتمد الدبلوماسيين على الوسائل الاتصالية الرقمية في صناعة الرأي العام.

المحور الأول: الدبلوماسية: إعادة التشكل في البيئة الرقمية

إنّ معظم التعاريف المقدمة حول الدبلوماسية مبنية على وظائفها أو الجهات المشاركة في أنشطتها المختلفة كالتمثيل والتفاوض، حيث يركز الكثير من الباحثين في تعريفهم للدبلوماسية على وظيفة التفاوض، فيرى بيريدج G.R Berridge أنّ الدبلوماسية هي: "إدارة العلاقات الدولية عن طريق التفاوض بدلا من القوة"، كما يعرفها هاملتون ولانجون Hamilton and Langhorne بأنها "الإدارة السلمية للعلاقات بين الكيانات السياسية ومديريها ووكلائها المعتمدين". وعلى هذا النحو يعرف هارولد نيكسون الدبلوماسية باعتبارها "سياسة خارجية أو إحدى آليات تنفيذ السياسة الخارجية"¹.

وتعرف الدبلوماسية بشكل عام على أنّها "علم وفن إدارة العلاقات الدولية عن طريق التفاوض ومختلف الأساليب التي تعدل بها هذه العلاقات على يد السفراء والمبعوثين والممثلون الدبلوماسيون"، كما عرفها الدبلوماسي البريطاني المشهور أرنست ساتو بأنها "استعمال الذكاء والكياسة في إدارة العلاقات الرسمية بين حكومات الدول المستقلة"، أمّا الفقيه الدبلوماسي الفرنسي شارل كالفو فقد عرفها بأنها "علم العلاقات القائمة بين الدول المنبثقة عن مصالحها المتبادلة وعن مبادئ القانون الدولي وإحكام الاتفاقات"².

في هذا الإطار نشأت الدبلوماسية استجابة لضرورة تنظيم العلاقات بين القبائل والشعوب، فمختلف الحضارات الفرعونية والسومرية والفينيقية والكنعانية والهندية والصينية كانت بينها اتصالات كثيرة في شكل اتفاقيات أبرمت بينها، والتي كانت تتم عبر مبعوثين خاصين يقومون بمهمة الاتصال، والتمثيل، والتفاوض من أجل التوصل إلى عقد اتفاقيات، وهو ما يعرف حاليا بالدبلوماسية الخاصة أو دبلوماسية المناسبة. ولكن المتعارف عليه أنّ اتفاقية فيينا 1648 هي التي أرست قواعد الدبلوماسية، وحددت مبدأ المساواة بين الدول الأوروبية والتي كان يبلغ عددها آنذاك اثنتي عشرة دولة، وعقب عقد مؤتمر فيينا 1815 توالى اجتهادات تكوين القواعد القانونية الخاصة بالعمل الدبلوماسي إلى أن أصبح هذا الأخير ذو طابع مهني واحترافي ينظم العلاقات الدولية على مر السنوات والمحطات التاريخية³.

عقب انهيار الاتحاد السوفياتي وتنامي ظاهرة العولمة والتطور التكنولوجي المتسارع طرأت العديد من التغييرات على العلاقات الدولية بشكل عام وعلى الدبلوماسية بشكل خاص، فهذه الأخيرة أخذت معاني ودلالات مختلفة وتغير مفهومها بتغير أشكال ممارستها، فبعدما كانت السياسة الخارجية حكرا على الدبلوماسيين والسياسيين والمهنيين فقط انتقلت في ظل الطفرة التكنولوجية التي مست ميدان الاعلام والاتصال من السرية إلى الانفتاح ومن العمل الدبلوماسي للسفراء إلى دبلوماسية القمم، ومن ثم إلى ما يعرف بالدبلوماسية العامة وحاليا الدبلوماسية الرقمية بفعل الاستخدام اللامتناهي لوسائل التواصل الاجتماعي. فالانتشار السريع للمعلومات وحرية الأفراد في الحصول عليها وحتى صناعتها، أدى إلى نشوء نظام عالمي لتكوين الرأي العام من خلال الوسائل الاتصالية الرقمية التي أصبحت تسهم بشكل أو بآخر في تشكيل الهويات وإعادة رسم صور الدولة على الصعيدين الإقليمي والدولي. لتتحول بذلك الدبلوماسية إلى نموذج تواصل تتحكم فيه

تكنولوجيا الاتصال، أين لم تعد الدبلوماسية مطالبة بتوظيف وسائل الاتصال الرقمية لنشر الرسائل فقط، وإنما هي مطالبة بممارسة الاتصال التفاعلي ثنائي الاتجاه⁴.

باعتبار أن الدبلوماسية الرقمية شكل من أشكال الدبلوماسية العامة لا بد من التعرف على مدلول الأخيرة. أين تُعرّف الدبلوماسية العامة على أنها عملية التواصل بين الحكومات والجمهور قصد اجتذابها⁵، وقد عرّفها أحد مستشاري وزارة الخارجية الأمريكية بأنها برامج مُصمّمة وممولة من قبل الحكومة للتأثير في الجمهور الأجنبية⁶. كما تُشير أيضاً إلى تحكّم الدولة أو المنظمة أو الفرد في صنع المعلومة ومعالجتها وتقديمها للجمهور. فالغرض الحقيقي من الدبلوماسية العامة ليس الدعاية فقط، وإنما بناء إستراتيجية للتواصل مع الجماهير أيضاً⁷.

والظاهر من خلال هذين التعريفين أن الدبلوماسية العامة تعتمد على القوة الناعمة لجعل الجمهور ينتهج سياسات الدولة والحكومة، عن طريق الترغيب والإقناع بدلا من التهيب والعنف. وبالتالي تُصبح الدبلوماسية العامة عبارة عن عملية اتصالية تهدف إلى توسيع هامش التأييد المحلي والأجنبي.

وعلى سبيل المثال نجد أنه لطالما ركّز الرئيس التركي رجب طيب أردوغان على تكثيف جهود الدبلوماسية العامة لعرض نجاحات تركيا كقوة ناشئة اقتصاديا، بغية الحصول على احترام الفواعل الدولية والترويج لهوية تركيا وتطورها التكنولوجي والاقتصادي، بإعطاء لمحة عنها كدولة ذات مصداقية تستحق الوصول إلى مرحلة القيادة الإقليمية⁸. وهو ما يؤكد بأن الدبلوماسية العامة هي وجه من أوجه القوة الناعمة التي تسعى إلى التأثير على الآخرين وجذبهم دون الحاجة إلى توظيف القوة القسرية، وبهذا نجحت العديد من الدول في إعادة رسم صورة جديدة لها كسببت اعجاب العديد من شعوب العالم على غرار الترويج لنموذج تركيا العثمانية، وصورة جنوب أفريقيا دون نظام الأبارتيد وغيرها،،

بالنسبة للدبلوماسية الرقمية تعرف بأنها استخدام الدولة لوسائل التواصل الاجتماعي بغرض تحقيق أهداف سياستها الخارجية وإدارة صورتها الوطنية، كما عرف بيولا Bjola وهولمز Holmes الدبلوماسية الرقمية بأنها أداة لإدارة التغيير، بينما يعرفها بوتير Potter بأنها إدارة الدبلوماسية من خلال التقنيات الشبكية. ويعرفها مانور أيضا بأنها التأثير الإجمالي الذي أحدثته تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على إدارة الدبلوماسية بدءا من البريد الإلكتروني إلى تطبيقات الهواتف الذكية⁹.

إنّ ظهور وسائل الإعلام الرقمية وكثرة استخدامها فرض ضغوطا على الدبلوماسية التقليدية- أين أصبحت منصات التواصل الاجتماعي وما أثارته من حوار عالي تتمتع بأهمية كبيرة في تشكيل تصور وإدارة الشؤون العالمية، لهذا لم تقف الدول وممثلها موقفا سلبيا بل ذهب العديد منهم إلى تحديث استراتيجيتهم الدبلوماسية من خلال انشاء قنوات اتصال رقمية ومحاولة زيادة ظهور بعض أبرز القادة السياسيين على مواقع وتطبيقات الانترنت، وهو الأمر الذي ساعد على تنامي الدبلوماسية الرقمية، والتي تشير عموما إلى الإجراءات التي تتخذها الدول وممثلوها لتعزيز سمعتها في الخارج وتحقيق أهدافها الاستراتيجية من خلال الاستفادة من الفرص الجديدة التي توفرها منصات التواصل الاجتماعي¹⁰.

من جانب آخر تُعرّف الدبلوماسية الرقمية عادةً بأنها الاستخدام الاستراتيجي للأدوات الرقمية ومنصات التواصل الاجتماعي من قبل الجهات الدبلوماسية (مثل الحكومات والدبلوماسيين والمنظمات الدولية) لإجراء مجموعة واسعة من الأنشطة الدبلوماسية. يتضمن هذا الشكل من أشكال الدبلوماسية استخدام منصات مثل التويتر والفيسبوك والإنستغرام لتوصيل السياسات والتواصل مع الجماهير الأجنبية وإدارة صورة الدولة وتأثيرها على مستوى العالم.

وينصب تركيزها الأساسي على التواصل والمشاركة العامة، والاستفادة من هذه المنصات الرقمية للتأثير على الرأي العام والانخراط في الدبلوماسية العامة وتسهيل الاتصال التفاعلي

بين الدول والجماهير في جميع أنحاء العالم. إن نطاق الدبلوماسية الرقمية واسع جداً، ويغطي جوانب مختلفة من الدبلوماسية، بما في ذلك الدبلوماسية العامة والدبلوماسية الثقافية واتصالات الأزمات، وبالتالي تسخير المنصات الرقمية لمجموعة متنوعة من الأهداف الدبلوماسية. وفي هذا الشأن حدّدت الوثيقة الرسمية "الاستراتيجية الرقمية" الصادرة عن وزارة الخارجية وشؤون الكومنولث نهج المملكة المتحدة في دمج التقنيات الرقمية في الأنشطة الدبلوماسية منذ عام 2012. وتؤكد هذه الاستراتيجية على التأثير التحويلي للأدوات الرقمية على الاتصالات الدبلوماسية وصياغة السياسات. وهي تعترف بتطور التكنولوجيا الرقمية كونها "أداة اتصال" إلى أن تصبح لاعباً نشطاً في السياسة الخارجية يعزز القرارات السياسية ويساهم في تحقيق النتائج المرجوة. وتهدف الاستراتيجية إلى التكامل الشامل للأدوات الرقمية في الدبلوماسية، مما يسهل عملاً أكثر انفتاحاً وفعالية وشفافية في السياسة الخارجية¹¹.

البدايات الأولى للدبلوماسية الرقمية تعود إلى مطلع القرن العشرين أين اعتمدت الدول على التكنولوجيا الرقمية لتعزيز قدراتها الدبلوماسية، وقد أسهمت بشكل أو بآخر في تغيير طريقة عمل الدبلوماسيين وتعزيز قدراتهم على التواصل والتفاعل مع الجمهور وتبادل المعرفة ولكنها في لوقت نفسه أظهرت للدبلوماسيين تحديات جديدة لم تكن مطروحة لهم من قبل. وفي هذا الصدد تتمثل أدوات الدبلوماسية الرقمية في منصات التواصل الاجتماعي والمؤتمرات الافتراضية والمنصات الإلكترونية إلى جانب تطبيقات الذكاء الاصطناعي وتكنولوجيا البيانات، حيث تسمح هذه الأدوات بتعزيز قدرة الدول على تبادل المعلومات والتفاوض وتنفيذ القرارات¹².

ففي سنة 1984 طرحت فرضية استخدام الوسائط التكنولوجية في الوظيفة الدبلوماسية، وهذا من خلال مقال علمي كتبه آلن هانسن Allen Hansen تحت عنوان "الدبلوماسية العامة في عصر الكمبيوتر"، "Public Diplomacy in the Computer Age"،

وفي 5 فيفري 1994 تم القيام بأول تبادل رسمي للبريد الإلكتروني بين رؤساء الحكومات كارل بيت وبيل كلينتون. أما سنة 2003 فقد تم انشاء الشبكة الاجتماعية الاحترافية LinkedIn Stars الموجهة للمهنيين ورجال الأعمال، ليتم بعدها إنشاء موقع فيسبوك سنة 2004 ففي وقت وجيز تحول من موقع للتواصل الاجتماعي بجامعة هارفارد إلى موقع عالمي يصل إلى ملايين المستخدمين، ليتم في عام 2005 تأسيس موقع اليوتيوب كمنصة لنشر الفيديوهات، وبعد عام من ذلك بدأ العمل بمنصة تويتر التي أصبحت مفضلة الاستخدام من قبل رؤساء الدول والحكومات ومختلف الشخصيات الفاعلة في العالم. أما في عام 2007 فقد تم انشاء أول سفارة افتراضية في العالم ضمن الموقع الفضاء الافتراضي Second Life وهي سفارة جزر المالديف، ليأتي بعدها أول سفير دبلوماسي يغرد على تويتر وهو السفير المكسيكي في واشنطن، وفي عام 2014 أطلقت وزارة الخارجية الأمريكية عدة تطبيقات للتعامل مع المسافرين والمهتمين بالدبلوماسية النووية، كما فتحت حسابا رسميا لها على منصة سناب شات، كما يعتبر Whatsapp أداة للدبلوماسية الرقمية كونه تطبيق مفيد وآمن للاتصالات أثناء الاجتماعات¹³.

في هذا السياق يتفق العلماء بالإجماع على أنّ أصول الدبلوماسية الرقمية يمكن إرجاعها إلى الولايات المتحدة. ويعود الفضل في ذلك إلى حد كبير إلى جهود وزيرة الخارجية السابقة هيلاري كلينتون التي عملت على دمج وسائل التواصل الاجتماعي بفاعلية في استراتيجيات وزارة الخارجية، وقد اعتبرت كلينتون الدبلوماسية الرقمية أداة أساسية للتواصل المباشر مع الشعوب حول العالم، متجاوزة بذلك العلاقات التقليدية بين الحكومات. ولتعزيز هذا النهج خصصت الوزارة موارد كبيرة لتطوير البنية التحتية الرقمية وتدريب الموظفين على استخدامها، حيث يستخدمها أكثر من 1000 موظف في عملهم في الداخل والخارج. على أساس يومي، تستخدم DOS أيضًا وسائل التواصل الاجتماعي لمراقبة المعلومات المنشورة عبر

الإنترنت حتى تتمكن من تعديل رسائلها للاستجابة للرأي العام، ومراقبة خلاصات Twitter بأكثر من 100 لغة¹⁴.

مما سبق يمكن القول بأنّ الدبلوماسية الرقمية هي إحدى مخرجات الثورة المعلوماتية التي أُلقت بضلالها على مختلف المجالات، أين تم تجاوز المفهوم التقليدي للدبلوماسية نتيجة الدور التفاعلي لمواقع التواصل الاجتماعي، والذي فرض على السياسيين والدبلوماسيين ضرورة مواكبة هذا التطور الحاصل في حقل تكنولوجيا الاعلام والاتصال من خلال انشاء السفارات الافتراضية والتفاعل المباشر مع الجماهير عبر منصات الفايسبوك والتويتر.

المحور الثاني: خصائص الدبلوماسية الرقمية وأهدافها

الدبلوماسية الرقمية كغيرها من المفاهيم الجديدة التي ظهرت مؤخرا وفتحت المجال أمام الدراسات والبحوث الأكاديمية التي درست خصائص هذا النوع من الدبلوماسية ومميزاتها وكذا أهدافها لاسيما وأنها مرتبطة بالفضاء الرقمي الذي قلص المسافات وخلق العديد من الفرص التفاعلية التي لم تكن متاحة من قبل.

على هذا النحو تتمتع الدبلوماسية الرقمية بمجموعة من الخصائص يمكن عرضها في

النقاط التالية¹⁵:

- الشفافية: أسهمت الثورة التكنولوجية الهائلة في معرفة آخر المستجدات ومتابعة تطورات الأحداث بكل شفافية.
- السرعة: يتسم النشاط الدبلوماسي الرقمي بخاصية السرعة كونه غير خاضع لقانون الجغرافيا، بل خاضع لقانون الزمن والتفاعل مع مختلف الأحداث والتطورات السياسية والاقتصادية والإنسانية و...،،،
- المركزية واللامركزية: من خلال استحداث قنوات اتصال سهلة ومنظمة غير مكلفة وذات فعالية وكفاءة عالية.

- التفتت والاندماج: بواسطة خلق علاقات دولية سيبرانية "روابط وتجمعات"، اندماج المجتمعات المحلية في السياسة العالمية، وبالتالي تشكيل الرأي العام تجاه مختلف القضايا.
- التعبئة: حشد الرأي العام لنيل مشروعية فيما يخص اتخاذ القرار العقلاني والرشيد، والابتعاد عن الدخول في الصراعات.

- الافتراضية: الدبلوماسية الرقمية تتم عبر وسائل تكنولوجية تسمح بالوصول إلى أعداد هائلة من الفاعلين عبر الانترنت.

أما بالنسبة لأهداف الدبلوماسية الرقمية فقد حدّدها فرغاس هانسون فيما يلي¹⁶:

- تضافر الجهود بين دوائر الدولة لتوظيف مقومات الدولة المادية والمعنوية لتحقيق أهدافها على الصعيدين الإقليمي والدولي.
- الحفاظ على التواصل مع الجماهير في العالم الافتراضي عبر أدوات الاتصال الجديدة للاستماع له والتواصل معه والتأثير عليه، واستخدامها أيضا في صنع السياسات العامة، وكذا توقع الحركات السياسية الناشئة وكيفية الاستجابة لها.
- إنشاء آليات رقمية للاستفادة من الخبرات والموارد الخارجية (السفارات والقنصليات الافتراضية) وتسخيرها للنهوض بالأهداف الوطنية.
- زيادة على ذلك نذكر مجموعة من الأهداف الخاصة بالفعل الدبلوماسي وهي

كالتالي¹⁷:

- توظيف الوسائل الإعلامية الرقمية في مجابهة التحديات الخارجية، إلى جانب تهيئة الرأي العام إزاء بعض القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية والإنسانية.
- السعي للتغيير من خلال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

- خلق التكامل بين الشعوب على مختلف الأصعدة السياسية والاقتصادية والاجتماعية، وتحقيق الانفتاح في كافة المجالات على غرار الحكومات المفتوحة، الأسواق المفتوحة، المجتمعات المفتوحة.

- التعريف بالقيم والسياسات المستهدف إيصالها وضمان معرفة الشعوب لها.

- السيطرة على طيبوغرافيا المجال العام عبر إشاعة مفاهيم مشتركة في ممارسة الدبلوماسية.

تسعى الدبلوماسية الرقمية بشكل عام إلى خلق التفاعل والتواصل بين السياسيين والشعوب، أين استفادت الدبلوماسية من خصائص الاعلام الجديد على غرار السرعة والعالمية والتفاعلية، وهو الأمر الذي عاد بالإيجاب على إمكانية الدول والرؤساء والحكومات من التأثير على الشعوب، وعليه الدبلوماسية الرقمية هي الوجه الآخر للقوة الناعمة.

المحور الثالث: أليات الدبلوماسية الرقمية

إنّ الانتقال من الدبلوماسية التقليدية إلى الدبلوماسية الرقمية يعكس التوجه العالمي نحو الاعتماد المتزايد على التكنولوجيا في إدارة الشؤون الدولية، فالتواصل الفوري عبر الأنترنت والبريد الإلكتروني، وتوفر منصات التواصل الاجتماعي قد ساهم في تسريع وتيرة الدبلوماسية وتوسيع نطاقها لتشمل فئات أوسع من الجمهور، حيث تتميز هذه الدبلوماسية باستغلال التكنولوجيا الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي كقنوات أساسية للتفاعل والتواصل بين الدول، مما أسهم في تسهيل تبادل المعلومات وبناء العلاقات الدولية ومن أبرز الأدوات التي تعتمد عليها الدبلوماسية الرقمية نجد:¹⁸

1- التويتّر: هو عبارة عن منصة عالمية تتيح للمستخدمين فرصة إبداء وتبادل الآراء حول مختلف القضايا، والانخراط في النقاشات والجدالات مع الآخرين بغرض شرح مواقفهم، حيث بعدما كان يستخدم هذا التطبيق بشكل أساسي في نطاق التواصل الاجتماعي وتكوين

الصدقات وتبادل الصور والمشاركات ونشر الهاشتاقات، أصبح من بين أحد الأدوات التي يوظفها الدبلوماسيين في الفضاء الرقمي، كونه عبارة عن قناة إعلامية موضوعية ومباشرة لتقديم الذات، وأداة توظف في الصراعات أيضا وأوقات الأزمات، فهي تعتبر كذلك من بين آليات صناعة الرأي العام لأنها تتيح إمكانية الوصول إلى شريحة واسعة وضخمة من الجماهير، وتفتح المجال للحكومات والدبلوماسيين وقادة الرأي، والسياسيين، والصحفيين للتفاعل مع بعضهم البعض من جهة ومع الجمهور من جهة أخرى.

2- الفايسبوك: يستخدم موقع الفايسبوك من قبل ملايين الأفراد بغرض تكوين الصداقات والتوعية والبحث عن وظائف وغيرها، إلى جانب استخدامه من قبل المؤسسات لأغراض إعلانية، وكذا تنظيم المحتوى والتغلغل في المجتمع، ومؤخرا أصبح الفايسبوك من الفضاءات التي يستغلها الرؤساء والمسؤولين والدوائر الرسمية للتفاعل مع الجماهير وحشد آرائهم.

3- المدونات: هي من بين الأدوات الرئيسية التي تحظى بشعبية كبيرة لاسيما وأنها تتميز بسهولة التحديث والتفاعل، وقد اتضح جليا تأثير المدونات كمصدر للأخبار وكوسيلة للضغط السياسي على الصعيدين الداخلي والخارجي منذ بداية الألفينات، ففي العام 2004 اهتمت السياسة الأمريكية والدبلوماسيون بالمدونات كوسيلة للتعبير عن آرائهم وللتواصل مع الجماهير، وفي هذا الصدد أنشأ الرئيس السابق باراك أوباما مدونة خاصة به يتواصل عبرها مع الجماهير ويبين فيها تفاصيل حملته الانتخابية.

4- السفارات الافتراضية: أصبحت العوالم الافتراضية ثلاثية الأبعاد مستقبل جديد للعمل الدبلوماسي، أين قامت وزارات خارجية العديد من الدول باعتماد سفارات افتراضية ثلاثية الأبعاد على غرار السويد عام 2007 كما سبق ذكره، أين قامت الأخيرة بتقديم عروض وصور للعديد من الفنون، إلى جانب عقد العديد من الندوات الافتراضية، حيث كان يتم إرسال الدعوات للزوار لحضور الندوات. والأمر نفسه بالنسبة للولايات المتحدة الأمريكية التي أطلقت سفارتها الافتراضية في طهران عام 2011 وكان الغرض منها التواصل مع الجماهير

الإيرانية، وحتى الكيان الصهيوني هو الآخر استغل فرصة السفارات الافتراضية من خلال إطلاق السفارة الافتراضية عام 2013 من أجل تعميق الحوار مع الدول العربية¹⁹.

ممّا تقدم يمكن القول بأنّ الدبلوماسيون في إطار التكيف مع البيئة الرقمية والواقع التفاعلي الذي خلفته كان لزاماً عليهم توظيف مختلف منصات التواصل الاجتماعي لأغراض دبلوماسية، لاسيما في ظل الاعتماد التام للأفراد على الأنترنت، إلى جانب الفرص الكبيرة التي تتيحها المواقع وسرعة التواصل وعالمية الانتشار، وهو الأمر الذي يسهم بشكل أو بآخر في تحقيق أهداف الدول في المحيط الخارجي من جهة، ومن جهة أخرى يمكنها من إعادة رسم صورتها وحشد تأييد الشعوب حول القضايا التي تهتم بها.

المحور الرابع: دور الدبلوماسية الرقمية في تشكيل الرأي العام

لعلنا لا نبالغ في تصوير أهمية استخدام الوسائل الرقمية في الوظيفة الدبلوماسية مع تزايد التطور الرقمي وما لها من قوة مؤثرة في صناعة الرأي العام، وتوجه سلوك الأفراد واتخاذ قراراتهم، حيث تمنح الوسائط الالكترونية الدبلوماسية الرقمية آليات ثلاث للتأثير على الرأي العام، تتمثل في:

- التراكمية: يتمثل هذا التأثير في تكرار الرسائل الإعلامية حول موضوع أو شخصية معينة بشكل متواصل، مما يؤدي إلى ترسيخ هذه الرسائل في أذهان الجمهور على المدى الطويل، وتشكيل آراء واتجاهات ثابتة تجاهها.
- الشمولية: حيث يحاصر الفرد بكم هائل من المعلومات والرسائل من مختلف الوسائل، مما يحد من قدرته على الوصول إلى مصادر معلومات متنوعة وأكثر موضوعية.
- التجانس: توافق الأفكار التي تقوم الوسائط الرقمية ببثها وعرضها على جمهور المتلقين، مما يزيد من قوة تأثيرها على الجمهور في تناول القضايا، ويقلل من فرص التشكيك في المعلومات المقدمة.²⁰

فقد شهد القرن الواحد والعشرين تطورا كبيرا في تكنولوجيا الإعلام والاتصال، والتي أثرت على مختلف جوانب الحياة الاقتصادية، والسياسية، والاجتماعية، والثقافية، وكذا الممارسة الدبلوماسية التي لم تسلم من حجم هذا التأثير، إذ أن الثورة الرقمية عملت على نقل الدبلوماسية من دبلوماسية دول إلى دبلوماسية دول وشعوب ساهمت في تفعيلها وسائل التواصل الاجتماعي.²¹

فالدول تستخدم الدبلوماسية الرقمية للترويج لصورة إيجابية لها بين الجماهير الدولية. حيث تسعى الدول إلى بناء صورة مميزة خاصة بها، أو ما يُسمى بالصورة الوطنية أو صورة الأمة، والتي تركز على تقديم سرد إيجابي وحسن السمعة للدولة أمام الشعوب والأجانب بهدف تحقيق أهداف استراتيجية معينة. تشمل هذه الأهداف تعزيز العلاقات الدولية، بناء علاقات اقتصادية قوية، الجذب السياحي، وتقوية الروابط الثقافية، وغيرها، وذلك من خلال اعتماد أساليب التأثير الناعم والجذب. ويتوقف نجاح ذلك على تصميم محتوى مقنع وجذاب ودقيق في اختيار الرسائل أو المضامين التي تهدف من ورائها إلى تحقيق غاياتها.²²

وبذلك تؤدي الصورة الذهنية دور كبير في تكوين الرأي العام كونها اللبنة الأولى التي يتكون منها الرأي نظير تأثيرها في آراء الناس ومواقفهم، وفي عصرنا الرقمي أصبحت الوسائل الجديدة كوسائل التواصل الاجتماعي أداة جد فعالة في العمل على تغيير النظرة للآخر، خاصة بالنسبة للدول التي تسعى لتقديم صورة إيجابية لها لدى الجمهور خاصة الخارجي منه، لذلك يؤكد مانور وسيجيف على أن الدبلوماسية الرقمية تعمل على مستويين متميزين: مستوى وزارة الخارجية، وشبكة السفارات في جميع أنحاء العالم. والتي تمكنها من تكييف رسائل سياستها الخارجية وجهود العلامة التجارية الوطنية لتلبية الخصائص الفريدة للجماهير المحلية، بما في ذلك الجوانب التاريخية والثقافية والقيمية والتقليدية.²³

فالرأي العام عامل حاسم في تشكيل الاستراتيجيات والسياسات الدبلوماسية، فمن خلال تحليل الرأي العام المحلي والدولي يمكن للدبلوماسيين تحسين استراتيجيات الاتصال الخاصة بهم، وتطوير برامج توعية ثقافية فعالة من المرجح أن تلقى استقبالا جيدا، وبالتالي

تساهم في بناء صورة إيجابية للدولة وتعزيز علاقاتها مع الدول الأخرى²⁴ فعلى سبيل المثال، تستخدم إسرائيل الدبلوماسية الرقمية بشكل مكثف لتحقيق أهداف سياسية محددة، مثل تلميع صورتها على الساحة الدولية، وتعزيز علاقاتها مع الدول المجاورة، وتبرير سياساتها. وتعتمد في ذلك على حملات إعلامية واسعة النطاق تركز على إبراز الإنجازات التكنولوجية والثقافية، وتسليط الضوء على القواسم المشتركة مع الدول العربية، وتصوير نفسها كدولة ديمقراطية متسامحة، كما تعول إسرائيل على قوة نشاطها الدبلوماسي لتغيير وجهات نظر الرأي العام في الشرق الأوسط من خلال استغلال اتفاقات التطبيع لتصعيد خطابها الإعلامي بالعربية على مواقع التواصل، والتركيز على الأصوات العربية المؤيدة للتطبيع والسلام مع الاحتلال. كما تعتمد نشر صور ومقاطع فيديو باستمرار تروج لأفكار التسامح والتعايش السلمي، مع التركيز على إبراز الجوانب الإيجابية للعلاقات مع الدول العربية التي وقعت اتفاقيات التطبيع.²⁵

كما نجحت فرنسا في استثمار الدبلوماسية الرقمية لتعزيز صورتها الدولية، والتفاعل بشكل فعال مع جمهورها العالمي. فمن خلال موقعها الرسمي وحساباتها على منصات التواصل الاجتماعي والتي بلغ عدد زوارها ما يقارب 1.7 مليون شهرياً، تمكنت من الوصول إلى ملايين الأشخاص شهرياً، وتنظيم حوارات مفتوحة مع الجمهور حول القضايا الدولية. وقد ساهم هذا النهج في تعزيز الشفافية والثقة المتبادلة بين الحكومة الفرنسية ومواطنيها والعالم، والتأثير عليهم.²⁶

وتعد الولايات المتحدة الأمريكية من أكثر الدول توظيفاً للاتصال الرقمي في العمل الدبلوماسي، حيث تمتلك وزارة خارجيتها أكثر من 300 حساب على تويتر، و400 صفحة على فيسبوك باللغة الإنجليزية ولغة البلد المضيف. ووصل عدد اللغات التي تُغرد بها على تويتر إلى 11 لغة، وبلغ عدد الدبلوماسيين الأمريكيين في الخارج الذين يستخدمون الدبلوماسية الرقمية حوالي 900 دبلوماسي، منهم 39 سفيراً. كما وصل عدد متابعي مواقع وزارة الخارجية

على تويتر عام 2020 أكثر من 1.1 مليون متابع، حيث أصبح أحد أهم أهدافها الوصول إلى شريحة واسعة من الجمهور "الشباب" والتأثير على آرائهم ومواقفهم اتجاه سياساتها، معتمدة على مواقع التواصل الاجتماعي لنشر محتوى متنوع يجذب اهتمام الشباب.²⁷

من خلال ما سبق، يبدو جليا أن كل دولة تعمل على الترويج لرؤيتها الخاصة وإضعاف دبلوماسية الدول المنافسة لها، وذلك من خلال الاستعانة بمختلف النشطاء السياسيين وغيرهم لبناء علاقات دبلوماسية تمتد من الشعوب إلى الحكومات، وتهدف للتأثير على الجمهور من خلال تشكيل صورة ذهنية للدولة تخدم مصالحها الخاصة، حيث تسعى الدول إلى كسب تأييد الشعوب الأجنبية لقضاياها من خلال حملات رقمية موجهة. فتستطيع الدولة من خلال مؤسساتها الحكومية والمسؤولين الرسميين والقادة، التواصل والتفاعل مع الجمهور الداخلي والخارجي بشكل مباشر عبر وسائل التواصل الاجتماعي وإحداث التأثير المتبادل، وذلك عبر نقل توجهات الدولة فيما يتعلق بالقضايا المختلفة، ومعرفة توجهات الرأي العام حول ما تتخذه الدولة من مواقف.²⁸

وقد جاء في كتاب الاستراتيجية وتاريخها في العالم لمؤلفه ليدل هارت: "أن استراتيجية الدولة الكبرى تهدف إلى تنسيق وتوجيه جميع موارد الأمة نحو تحقيق هدف تحدده السياسة الأساسية"، هذه الموارد قد تكون قوة صلبة (التهديد العسكري وفرض العقوبات الاقتصادية) و/أو قوة ناعمة (الاجاذبية والسلطة الأخلاقية)، والتي تتطلب دمج وتطبيق المكونات الأساسية الثلاثة، وهي: القوة والدبلوماسية والاتصال، ويقع المكون الثالث (الاتصال) في قلب الدبلوماسية العامة باعتبارها عملية حكومية للتواصل مع الجمهور الأجنبي في محاولة لفهم أفكار ومثُل الأمة ومؤسساتها وثقافتها، فضلا عن أهدافها الوطنية، فإذا كان من المهم في النزاعات أن تحظى القوة الصلبة باهتمام كبير، فإنه في ظل القوة الناعمة يجب الاهتمام بتشكيل الوعي العام من قبل الحكومات من خلال بث رسائلها إلى

ال جماهير المستهدفة باستخدام قنوات الاتصال المختلفة.²⁹

من جانب آخر، أثرت الدبلوماسية الرقمية على العلاقات الدولية من حيث تضاعف عدد الفواعل في صنع السياسة الدولية، حرية نشر المعلومات وسرعتها بغض النظر عن صحتها أو خطئها. مع تقديم الخدمات الدبلوماسية بأكثر فعالية وأقل تكلفة للمواطنين أو الحكومات. حيث قد تكون للمعلومات الخاصة عند نشرها على الملأ تأثيرات عميقة في توجيه إدارة الشؤون الدولية، وتمثّل فضيحة "أبو غريب" نموذجاً على هذا التأثير؛ إذ بعد نشر الصور التي تكشف المعاملات غير الإنسانية لنزلاء السجون العراقيين وتداولها العالمي بفضل الإنترنت، كانت صاعقة شوّهت سمعة أميركا، وأجّجت الهجمات الجهادية بدافع الانتقام. وأطاحت الحرب في العراق برؤساء حكومات كل من خوسيه ماريّا أزنار في إسبانيا، وتوني بلير في بريطانيا، وقد كان لذلك تداعيات على مسرح العلاقات الدولية.³⁰

ويرى فليتش أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي أصبح مهماً في العمل الدبلوماسي حيث أنها تساهم في عمليات جمع المعلومات والتحليل والتأثير من خلال:

- متابعة التطورات والتنبؤ بها حيث استخدمت وزارة الخارجية البريطانية هذه الوسائل في جمع المعلومات والتأثير على الفاعلين والمؤثرين.
- تشكيل السياسة الخارجية للدولة، حيث تم استشارة المواطنين حول بعض قضايا السياسة الخارجية بحيث تكون هذه السياسة معبرة عن اتجاهاتهم.
- تحديد العناصر المؤثرة والفاعلة من قيادة الرأي والتأثير على اتجاهاتهم حيث يعتبر تفاعل فليتش مع المؤثرين في لبنان ودول عربية أخرى نموذجاً لما يمكن أن يحققه الدبلوماسية الرقمية بشكل عام.³¹

تبعاً لذلك، فقد أدركت الدول أهمية الدبلوماسية الرقمية كأداة في تشكيل الرأي العام والتأثير على السياسات الدولية. فمن خلال استغلال قوة انتشار المعلومات عبر الفضاء الرقمي وتكاليفه المنخفضة، تسعى الدول إلى التغلغل أكثر في أوساط الجماهير والتأثير على صناعة توجهاتها ومواقفها تجاه عديد القضايا والمسائل، والتي من المؤكد أن تخدم مصالح

أطراف وجهات معينة، هي ذاتها القوى الكبرى الفاعلة على المستوى الدولي، أين دأبت على توظيف قدراتها وتمكنها من الوسائل التكنولوجية في توجيه قيم وأفكار تسير وفقا لمخططاتها ومصالحها.³²

لذا أصبح للدبلوماسية الرقمية وقع جد مهم في صناعة أو التأثير على الرأي العام لاسيما في العشر سنوات الأخيرة، نظرا لزيادة انتشار استخدام الشبكات الرقمية بمعدل يتجاوز الخمسة والستون بالمائة من سكان العالم، ومن ثمة تنامي دور الدبلوماسية الرقمية وتأثيرها على الوقائع والأحداث المحلية والدولية، حيث تُساهم في نقل الأفكار والآراء حول قضية معينة لعدد كبير من الأشخاص، وبذلك فهي تُتيح المجال لبلورة رأي أو توجه عام حولها، فتؤدي مع مرور الوقت إلى تسيير لا إرادي لتوجهات المُتلقي حول القضايا السائدة في واقعه.³³

من جانب آخر، ترتبط الدبلوماسية الرقمية بالدبلوماسية الثقافية، حيث تستخدم في التأثير الثقافي على الجمهور الخارجي، يعني ذلك فسح المجال للتبادل الثقافي غير الرسمي عبر الوسائط الاجتماعية من خلال توسيع دور المواطنين في استخدام هذه الوسائط لنقل المنتجات الثقافية التي تسهم في نشر الثقافة عالميا، وضمان تدفق المنتجات الثقافية لبناء علاقات في ما بين الدول، ومما لاشك فيه أن هذا الأمر يسهم في التأثير على منظومة القيم لدى المواطنين سواء بشكل إيجابي من خلال توسيع التبادل الثقافي، أو بشكل سلبي من خلال الغزو الثقافي الذي يؤثر بشكل كبير على توجهات الأفراد وسلوكياتهم.³⁴

خاتمة:

خَلَفَت التطورات المتسارعة في ميدان الاعلام والاتصال مفاهيم جديدة تعكس واقع البيئة الاعلامية الرقمية المنبثقة عن ثورة المعلومات التي مست مختلف الميادين والمجالات، وعلى هذا النحو ولج قاموس السياسة الخارجية مفهوم الدبلوماسية الرقمية الذي أرسى صورا وأنماطا جديدة من الممارسة السياسية، على هذا النحو غدت

الدبلوماسية الرقمية أداة للتفاعل والتواصل مع الجماهير. فالثورة المعلوماتية قد جعلت المسار الدبلوماسي يعرف قفزة نوعية نتيجة اعتماد الدول على استراتيجيات رقمية لمواكبة التطور الحاصل، أين أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي أهم الأدوات التي يوظفها الدبلوماسيون لخدمة الأهداف القومية للدولة وإحدى الآليات الجديدة في السياسة الخارجية.

وفي هذا الشأن نجحت الدبلوماسية الرقمية في بناء جسور رقمية مع الشعوب، من خلال التفاعل معهم وترتيب أولويات القضايا التي يهتمون بها، وبالتالي وسائل الإعلام الرقمية سهلت من مهمة حشد وتعبئة الجماهير نظرا للاستخدام الواسع للأفراد لوسائل التواصل الاجتماعي وتأثرهم بها.

المراجع:

¹-Jovan Kurbalija, « Information Technology and Diplomacy in a Changing Environment », **Diplomatic Studies Programme, Discussion Papers**, (1996), pp 3,4.

²- قحطان عدنان أحمد، الدبلوماسية التقليدية والدبلوماسية متعددة المسارات، مجلة كلية القانون للعلوم القانونية والسياسية، المجلد 13، العدد 49، (2024)، ص 134.

³- تورية الحلوي، الدبلوماسية الرقمية المدخل الجديد لإدارة السياسة الخارجية، مجلة شؤون استراتيجية، العدد 8، أوت (2020)، ص ص 33، 34.

⁴- العربي العربي، الدبلوماسية الرقمية وتأثيراتها في العلاقات الدولية، مجلة لباب للدراسات الاستراتيجية والإعلامية، العدد 10، السنة 3، ماي (2021)، ص 123.

⁵-Jan Melissen, **The New Public Diplomacy Soft Power in International Relations**, New York: Palgrave Macmillan, (2005), p 12.

⁶-Elena Gurgu, "The Role of Public Diplomacy in International Relations in Full Process of Globalization", **Annals of Spiru Haret University journal**, N° 2, (2016) p 127.

⁷-Ibrahim Kalin, "Soft Power and Public Diplomacy in Turkey", **Perceptions Journal**, N° 3, (2011), p 11.

⁸-Ellen Huijgh and Jordan Warlick, "The Public Diplomacy of Emerging Powers: the Case of Turkey", **USC Center on Public Diplomacy**, (2016), p 05.

⁹- Ilan Manor, « The Digitalization of Diplomacy: Toward Clarification of a Fractured Terminology », Working Paper, **Oxford Digital Diplomacy Research Group**, N°2, (2018), p 05.

¹⁰-Shanta Barman, Digital Diplomacy : The Influence of Digital Platforms on Global Diplomacy and Foreign Policy, **Peer- Reviewed, Multidisciplinary & Multilingual Journal**, Volume 3, Issue 1, (2024), p 62.

¹¹- Carola Frey, Digital Diplomacy: The Impact of Technology on Modern Diplomacy and Foreign Policy. Current Realities and Future Prospects, **Romanian Journal of European Affairs**, Volume 24, Number 1, (2024), p 112.

¹²- عبد الله قودة، "الدبلوماسية الرقمية.. نظرة على المميزات والتحديات"، مجلة الدبلوماسية الدولية، 4 مارس 2023، على الرابط:

<https://idmagazine.diplomatic.ac/2023/03/04/%D8%A7%D9%84%D8%AF%D8%A8%D9%84%D9%88%D9%85%D8%A7%D8%B3%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A8%D9%82%D8%A7%D9%81%D9%8A%D8%A9-%D9%88%D8%A7%D9%84%D9%82%D9%88%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D9%86%D8%A7%D8%B9%D9%85%D8%A9>

¹³- نوال مغزيلي وسمية أوشن، "الدبلوماسية في ظل هيمنة الفضاء الإلكتروني: بين واقع الممارسة التقليدية وحتمية التوجه الرقمي"، المجلة الجزائرية للأمن الإنساني، المجلد 6، العدد 2، (2021)، ص 440، 441.

¹⁴- Bridget Verrekia, Digital Diplomacy and Its Effect on International Relations, Student Publications, (2017), p15.

¹⁵- محمد حامد الغنام، "الدبلوماسية الرسمية الرقمية وأثرها في العلاقات الدولية"، مجلة اتحاد الجامعات العربية للبحوث في التعليم العالي، العدد 43، (2023)، ص 543.

¹⁶- عائشة بوعشبة وخيرة ويني، "الدبلوماسية الرقمية وبناء الصور الذهنية عبر وسائل التواصل الاجتماعي: دراسة بعض التجارب العالمية، المجلة الجزائرية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 3، العدد 2، (2019)، ص 28، 29.

¹⁷- وداد نجم عبود، التمثيل والتواصل للأساليب الدبلوماسية في مواقع التواصل الاجتماعي: دراسة تحليلية للخطاب الدبلوماسي في موقع فيسبوك، ورقة مقدمة في المؤتمر الدولي العلمي الافتراضي تقنيات المعلومات والاتصالات في التعليم والتدريب، المركز العربي الديمقراطي، (2021)، ص 245.

- ¹⁸- صباح عبد الصبور، الدبلوماسية الرقمية كأداة في السياسة الخارجية: الدبلوماسية الإسرائيلية تجاه المنطقة العربية نموذجا، أركان للدراسات والأبحاث والنشر، (2021)، ص ص 11، 12.
- ¹⁹- نصيرة خالفي، العوالم الافتراضية ثلاثية الأبعاد ومستقبل الدبلوماسية العامة، مجلة دراسات وأبحاث المجلة العربية للأبحاث والدراسات في العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 12، العدد 3، (2020)، ص ص 600 - 602.
- ²⁰تينان نيهان عبد الرزاق جلاذ، دور الدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية في تعزيز الصورة النمطية للصراع الإسرائيلي - الفلسطيني لدى مجتمع الولايات المتحدة الأمريكية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، نابلس فلسطين، (2019)، ص 24.
- ²¹طلال راشد سالم جمعان الحارثي، الدبلوماسية من التقليدية إلى الرقمية، المجلة العربية للنشر العلمي، العدد 15، (2020)، ص 45.
- ²²حسيبة معوش، الدبلوماسية الرقمية ودورها في السياسة الخارجية: دراسة حالة مجلس التعاون الخليجي، أطروحة دكتوراه في العلوم السياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة خنشلة، (2024/2023)، ص 98.
- ²³عائشة بوعشيبية، خيرة وفي، الدبلوماسية الرقمية وبناء الصور الذهنية عبر وسائل التواصل الاجتماعي: دراسة بعض التجارب العالمية، المجلة الجزائرية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 3، العدد 2، (2019)، ص 30.
- ²⁴Carola Frey, Digital Diplomacy: The Impact of Technology on Modern Diplomacy and Foreign Policy. Current Realities and Future Prospects, **ROMANIAN JOURNAL OF EUROPEAN AFFAIRS**, Vol 24, N° 1, (2024), p113
- ²⁵ معاذ محمود صالح نصّار، استراتيجية الدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية تجاه الشعوب العربية، رسالة ماجستير، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية- نابلس فلسطين، (2024)، ص 41.
- ²⁶عائشة بوعشيبية، خيرة وفي، مرجع سابق، ص 35.
- ²⁷ فرح عبد الله فتمت، التفاعل الرقمي في الدبلوماسية العامة-دراسة تحليلية- مجلة الآداب والعلوم الإنسانية، أوراق ثقافية، العدد 32، (2024)، ص 533.
- ²⁸الدبلوماسية الرقمية.. من البرج العاجي إلى الجمهور العادي، 09 أكتوبر 2019، على الرابط: <https://alqarar.sa/916>
- ²⁹ صباح عبد الصبور، الدبلوماسية الرقمية كأداة في السياسة الخارجية: الدبلوماسية الإسرائيلية تجاه المنطقة العربية نموذجا، أركان للدراسات والأبحاث والنشر، (2021)، ص 15.

³⁰- Amirhossein Asadi, A Role of Digital Media on Discussing about the Diplomacy in the World, **Open Journal of Political Science**, N°07, (2017), P10.

³¹ سليمان صالح، استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الدبلوماسية العامة، مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي: التطبيقات والإشكاليات المنهجية، جامعة الإمام محمد بن سعود، (9-10 مارس 2015)، ص06.

³² حبيبة زلاقي، الدبلوماسية الرقمية كأداة للاختراق الثقافي الناعم ... دور الدبلوماسية الرقمية للكيان الصهيوني، مجلة دراسات وأبحاث، المجلد 13، العدد 04، (2021)، ص433.

³³- Tantry Widiyanarti et all, Digital Media and Its Role in Cultural Diplomacy Media Digital dan Peranannya dalam Diplomasi Budaya, **Madani: Journal Ilmiah Multidisiplin**, Vol2, N° 10, (2024), P333.

³⁴ سليمان صالح، مرجع سابق، ص09.