

الإستراتيجية الاتصالية للدبلوماسية العامة الرقمية الأمريكية بالجزائر عبر شبكات التواصل الاجتماعي - دراسة تحليلية

The Communication strategy of the US public digital diplomacy through social networks -Analatycal study

* مبرزة هاجر

كلية الاتصال، جامعة الجزائر3- الجزائر

تاريخ النشر: 2018/12/31

تاريخ القبول: 2018/12/11

تاريخ الإرسال: 2018/04/11

الملخص: تُسلط الورقة التي بين أيدينا الضوء على الرسائل الاتصالية للسفارة الأمريكية بالجزائر، ووقوفاً عند أبعادها الثقافية، لمعرفة مدى تأثيرها على المتلقي الجزائري، لتتوصل إلى أنّ القائمين على الصفحة الرسمية للسفارة الأمريكية عبر الفيسبوك يحترمون الخصائص الثقافية للمجتمع الجزائري، وفي ذات الوقت يقومون ببث القيم الثقافية الأمريكية، إلا أنّ هذا التفاعل الثقافي أو الحضاري عبر هذه البيئة الرقمية لم يُضعف من الحصانة الثقافية للمتلقي الجزائري الذي كان على درجة من الوعي للأهداف الخفية وراء هذه الرسائل الاتصالية الناعمة، ما يُوحى بفشل الإستراتيجية الاتصالية للدبلوماسية الرقمية الأمريكية في تحقيق أهدافها أثناء الفترة الزمنية المحددة للدراسة.

الكلمات المفتاحية: الدبلوماسية العامة؛ الدبلوماسية الرقمية، الإستراتيجية الاتصالية؛ شبكات التواصل الاجتماعي؛ الولايات المتحدة

Abstract: This paper sheds light on the communication messages of the American Embassy in Algeria, standing at its cultural dimensions, to find out the extent of its impact on the Algerian recipient, and we concluded that the official page of the US Embassy via Facebook respect the cultural characteristics of Algerian society, At the same time they broadcast American cultural values. However, this cultural interaction through this digital environment did not weaken the cultural immunity of the Algerian recipient, who was aware of the hidden objectives behind these soft communication messages. Suggesting that the communication strategy of US digital diplomacy has failed to achieve Objectives during the period specified for the study

Keywords : public diplomacy ; digital diplomacy ; communication strategy ; social networks ; USA

مقدمة:

يقول جوزف ناي " ثمة قوة صارمة تستند إلى قوة اقتصادية وعسكرية، وقوة لينة هي قدرة دولة على حمل دولة أخرى على أن تقول ما تريده من خلال اللجوء إلى ثقافتها وأيدولوجيتها، وإذا كانت ثقافة دولة ما لها جاذبية سيكون الآخرون أكثر استعدادا لاتباع قيادتها، فالقوة اللينة بنفس أهمية القوة الصارمة، وبينهما اعتماد متبادل"¹. أي بالاستناد إلى الدبلوماسية العامة التي تهدف من خلالها الولايات المتحدة إلى كسب عقول وقلوب الشعوب الأجنبية، والطريق الأسهل لإسماع صوتها هو اعتماد مواقع التواصل الاجتماعي سواء لتوجيه رسائل سياسية أو لتقديم عروض متمثلة في برامج ثقافية وتعليمية ودعوتهم للمشاركة فيها من خلال خلق جوٍّ من التفاعل، وبشكل رئيسي الفيسبوك، والجزائر من بين الدول التي يُمارَس فيها مثل هذه النشاطات والاتصالات. لذا تهدف هذه الدراسة للوقوف عند الرسائل الافتراضية للسفارة الأمريكية بالجزائر عبر الفيسبوك، وقد اخترنا الفترة التي أقيمت فيها الحملة التسويقية لبرنامج فولبرايت (Fullbright) لرصد تفاعلات المستخدمين الجزائريين مع ما تعرضه السفارة من نشاطات، من خلال تحليل مضامين الرسائل قبل وبعد العرض، ومحاولة معرفة طريقة تفكير المستخدمين الجزائريين حول ما يتم نشره.

إشكالية الدراسة:

تحاول هذه الورقة دراسة الإشكالية التالية: هل نجحت الإستراتيجية الاتصالية للدبلوماسية العامة الأمريكية من خلال منشورات السفارة الأمريكية بالجزائر في الفيسبوك التأثير على الثقافة المجتمعية للمتلقي الجزائري ؟

تساؤلات الدراسة:

- هل تراعي الرسائل الاتصالية للسفارة الأمريكية بالجزائر على شبكة الفيسبوك الأبعاد الثقافية للمجتمع الجزائري؟
- ما موقف المستخدمين الجزائريين من الرسائل الاتصالية المصاحبة لبرامج الدبلوماسية العامة المروّج لها من قبل السفارة الأمريكية بالجزائر؟

¹ ابراهيم غرايبة، الإستراتيجية الثقافية للولايات المتحدة، -http://www.aljazeera.net/specialfiles/pages/34867068-0bde-409f-ba4a-0e10c9d3f4c3 (23/25، على الساعة 2018 / 11/12)

الإطار المفاهيمي للدراسة الإستراتيجية الاتصالية:

إن تعبير الإستراتيجية strategy مشتق أصلا من الكلمة اليونانية strato بمعنى جيش أو حشد، ومن مشتقاتها أيضا والتي تعني الخدعة الحربية في مواجهة العدو، والإستراتيجية من وجهة نظر (كلاوزفيتز) هي استخدام الاشتباك للوصول إلى غايات الحرب، أما (ليدل هارت) فقد عرف الإستراتيجية بكونها فن توزيع واستخدام الوسائط العسكرية لتحقيق هدف السياسة¹.

ليتسع فيما بعد مفهوم الإستراتيجية ويشمل مجالات متعددة ليعبر عن المدى البعيد للخطة الموضوعية من قبل القائمين عليها، ليقتم بدوره هذا المفهوم عالم الاتصال، لتصبح الإستراتيجية الاتصالية مجالاً خصبا للبحث تسعى أي جهة كانت حكومية أو خاصة، تجارية أو ربحية، أشخاص عاديين أو معنويين اكتساب هذه الإستراتيجية التي تمكنهم من تحقيق أهدافهم في أسرع وقت، بطرق سليمة ولغة دقيقة.

إذ تُمَثِّل الإستراتيجية الاتصالية في أبسط تعريف لها "مجموعة من القرارات الرشيدة والمترابطة التي تسعى إلى تحقيق الأهداف المخططة والوسائل اللازمة لتحقيقها"². كما تُعرَّف بأنها "المخطط العام للسياسة الاتصالية للمؤسسة أو المنظمة، مشروع إجمالي متوسط أو طويل المدى يحدد الأهداف ويختار الوسائل"³.

وبالتالي يمكن تعريف الإستراتيجية الاتصالية على أنها مجموعة من القرارات الهامة حول الأهداف الاتصالية التي يجب الوصول إليها، والوسائل المطبقة من أجل تحقيقها، ونقصد في دراستنا هذه الإستراتيجية الاتصالية تحقيق أهداف الدبلوماسية العامة الرقمية الأمريكية بالجزائر.

الدبلوماسية العامة:

يعرف هانس توتش (Hans TUCH) الدبلوماسية العامة بأنها "العملية الاتصالية للحكومة مع الجماهير الأجنبية، في محاولة لفهم أفكار دولهم ومصالحهم، مؤسساتهم

¹ إياد خلف عمر كود، إستراتيجية القوة الناعمة ودورها في تنفيذ أهداف السياسة الخارجية الأمريكية في المنطقة العربية، مذكرة ماجستير في العلوم السياسية، جامعة الشرق الأوسط، 2016، ص7.

² ماجد ترابان، بناء الإستراتيجية الاتصالية، تاريخ الزيارة: 2018/11/10، متاح على الخط: <https://majed1975.wordpress.com/2010/11/26/%D8>.

³ بن قيط الجودي، استراتيجيات الاتصال للإدارة الاستشفائية -دراسة وصفية للإدارة الاستشفائية بالأغواط-، رسالة ماجستير مقدمة في علوم الاتصال، جامعة الجزائر3، 2012، ص60

وثقافتهم، كذا أهدافهم الوطنية والسياسية"¹، ويذهب بول شارب (Paul SHARP) بوصفها "أنها العملية التي يتم من خلالها متابعة علاقات مباشرة مع الناس في بلد ما خدمة لمصالح وقيم هؤلاء الذين يمثلونها"². وعليه نفهم من خلال هذين التعريفين أن الدبلوماسية العامة هي الطرق التي تستطيع بها الحكومات أن تؤثر بصفة مباشرة على الاتجاهات والآراء العامة، بحيث يكون لهذا التأثير ثقلٌ ووزنٌ على القرارات التي تتخذها الدولة في المجال الخارجي.

كما أن الحديث عن الدبلوماسية العامة يثير أممنا نقطة مهمة، تتعلق بمسألة التطور الذي طرأ على نمطية النشاط الدبلوماسي، وفي هذا الصدد يقول بطرس بطرس غالي "كانت الدبلوماسية التقليدية تقوم أساساً على التعامل بين الحكومات، أما اليوم فنتيجةً لانتشار التعليم والثورة الهائلة في وسائل الاتصال فإن الدولة تحاول أن تكون لها علاقات مباشرة مع الشعوب، ويسعى هذا الأسلوب بالدبلوماسية العامة"³، فهذا التحول الذي فرضته ظروف وأحوال العلاقات الدولية جعل الدبلوماسية العامة شعبيةً في أهدافها ووسائلها.

ومهما اختلفت التعريفات التي وردت بهذا الخصوص فإنه يمكن القول بأن الدبلوماسية العامة أصبحت تمثل حالياً جزءاً أساسياً من الدبلوماسية والسياسة الخارجية للدول، حيث تعد فيه النشاطات المباشرة للجمهور أساس نقل رؤية دولتهم وتصورها حول القضايا الثقافية، الاجتماعية، الاقتصادية وحتى السياسية منها إلى الخارج، كما أنها تعمل بطرق ملموسة وبشكل جيد للمضي قدماً بالمصالح الوطنية للدولة. وعلى رأسها استخدام وسائل الإعلام وكذا منظمات المجتمع الدولي لكسب الرأي العام خارج نشاطات السفارات والبعثات الرسمية، إلى جانب ذلك فهي سمة ملازمة للدول الديمقراطية قائمة على تبادل الأفكار ومهمتها العالمية هي أمر أساسي لعلاقتها مع الشعوب الأخرى، بالنسبة لدراستنا هذه التي تتمثل في مختلف الجهود الاتصالية التي تقوم بها السفارة الأمريكية بالجزائر مع المستخدمين الجزائريين من خلال العروض المختلفة التي تقدمها (أي برامج دبلوماسيتها العامة).

¹Jan Melissen, The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations, 2nd ed (London, New York, Palgrave Macmillan 2007)2005,p 12.

² بهجت الهاشمي، الإعلام السياسي والدبلوماسي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، ط:1، 2009، ص133.

³ بطرس بطرس غالي، المدخل في علم السياسة، بيروت لبنان، مكتبة الانجلو المصرية، ط:2، 1998، ص465.

الدبلوماسية الرقمية:

استخدم الباحثون والمختصون ثمة مصطلحات ومسميات عديدة في المجالين الدبلوماسي والاتصالي لوصف أنشطة الاتصال التي يمارسها الفاعلون الدوليون للوصول إلى الجماهير الأجنبية عبر وسائل الإعلام الجديدة كمواقع الانترنت، والشبكات الاجتماعية، وتطبيقات الهاتف المحمول، والألعاب الإلكترونية ومن بينها الدبلوماسية العامة الافتراضية Virtual Public Diplomacy، ودبلوماسية الانترنت Internet Diplomacy، والدبلوماسية الإلكترونية، والدبلوماسية العامة الرقمية، ودبلوماسية الجيل الثاني، ودبلوماسية الجيل الثالث. ويمكن القول بوجود اتفاق بين هؤلاء الباحثين على أن الدبلوماسية الرقمية، تعد أحد مجالات الدبلوماسية العامة التي تستهدف خدمة مصالح وسياسات الدولة الخارجية، والاتصال بالجماهير الأجنبية، وإعلامهم، وإقناعهم، وبخاصية التحوير معهم عبر توظيف فاعلين كثير.

وفي المقابل ارتبط اختلاف المصطلحات بتطور الوسيلة أو الوسيط الاتصالي فيما يعرف بالوسيلة الافتراضية Virtual Medium، حيث أوجد ظهور الشبكات الاجتماعية مثلا مصطلحات دبلوماسية الشبكات الاجتماعية، أو دبلوماسية الجيل الثاني أو دبلوماسية فايسبوك وتويتر Facebook and Twitter Diplomacy.

في حين ارتبط البعض الآخر من المفاهيم بسهولة استخدام تكنولوجيا الاتصال وانخفاض تكلفتها وإتاحتها كمجال عام للمستويات القاعدية، مما زاد من دور الفاعلين غير الحكوميين إلى جانب الفاعل الحكومي الأصلي، ومن ثم ظهرت بعض المصطلحات مثل دبلوماسية شبكة الفاعلين Actor Network Diplomacy، ودبلوماسية المواطن، Citizen Diplomacy.¹

فالدبلوماسية الرقمية (Digital Diplomacy) تشير إلى عمليات التفاعل التي تتم عبر الإنترنت، ويوجد من يسميها بدبلوماسية التواصل الاجتماعي الإلكترونية²، وتتضمن هذه الدبلوماسية الجهود التي يقوم بها المواطنون للاتصال بالمواطنين من دول أخرى والتفاعل والحوار معهم، كما تشمل أيضا الدبلوماسية الافتراضية (Virtual

¹ نريا أحمد البدوي، آلاء فوزي السيد، الدبلوماسية العامة الأمريكية عبر الفايسبوك، القاهرة: عالم الكتب، ط1، 2017، ص 52-53.

² أحمد محمد أبو زيد، التطورات المعاصرة لمفهوم "الدبلوماسية"، مجلة السياسة الدولية، العدد 205، سبتمبر 2016، المجلد 51، ص 51.

(Diplomacy)، وهي تتضمن الأنشطة التي يقوم بها المواطنون عبر المجتمعات والشبكات الافتراضية، والتي بدورها يمكن أن تتضمن نطاقاً واسعاً من القضايا¹.

التفاعلية:

إن كلمة التفاعلية مركبة من كلمتين في أصلها اللاتيني، ومعناه ممارسة بين اثنين أي تبادل وتفاعل بين شخصين. من هنا نفهم معنى التفاعلية يكمن في التبادل والتفاعل، ولقد تداول الوسط الفكري والعلمي والصحفي هذا المفهوم في بداية التسعينيات من القرن الماضي نتيجة التقدم الهائل الذي تعرفه التكنولوجيات الرقمية والذي تم بفضل المعلومات².

وفي خضم هذه التطورات التكنولوجية، أصبح مفهوم التفاعلية مرتبطاً أكثر فأكثر بالوسائط المتعددة، وبالتالي فإن هذا المفهوم عادة ما يشير إلى مفهوم تسويقي، يتضمن الكثير من الوهم، لأنه يمكننا التحدث عن أشكال متعددة من التفاعلية والمرتبطة بتعدد البرمجيات التطبيقية، أو يرتبط مفهوم التفاعلية بمفاهيم الحرية والديمقراطية والمشاركة والحوار.

فالتفاعلية هنا تشير إلى المستوى العالي نسبياً للوسائط الإلكترونية والإمكانات الملائمة التي تسمح بها للتبادلات المتعددة الاتجاهات، وتحدد التفاعلية حسبما إذا كان الوسيط الإلكتروني:

- (1) يجعل الاتصال متعدد الاتجاهات.
 - (2) يسمح للمشاركين بالتحكم في الفعل الاتصالي.
 - (3) يدعم تبادل الأدوار بين المشاركين في العمليات الاتصالية والتواصل بين المرسل والمتلقي في الوقت نفسه³.
- وأما دراستنا هذه فتهتم بمعنى التبادلات بين القائمين، على ما نشره السفارة الأمريكية عبر صفحتها في الفيسبوك والمستخدمين الجزائريين المعلقين على منشوراتها.

¹ سليمان سالم صالح، وسائل الإعلام والدبلوماسية العامة، دار الفكر ناشرون وموزعون، الأردن، 2015، ص 16-17

² <http://www.startimes.com/?t=21431860>

³ علاء حيدر المرعي، الإعلام التفاعلي.. بين المفهوم والأهداف، 2016/10/16، <http://alssafat.com/?p=1143>، (20)، 08،

(10:55، 2018)

الثقافة المجتمعية:

توجد تعريفات كثيرة للثقافة، يرى البعض أنها تجاوزت المئة والستين تعريفاً، والتعريف المستخدم في مجال الدبلوماسية العامة هو ذلك التعريف الذي يركز على مفهوم الثقافة المجتمعية المعاشة والأصح التعايش (societal culture)، التي يعيشها أبناء مجتمع ما، وتشمل كل المكونات الموروثة والمكتسبة، والعادات والتقاليد والقيم الدينية والاجتماعية والأخلاقية، وأنماط الاتجاهات والسلوكيات التي تشكل بدورها نمط الحياة اليومية والتطلعات لأبناء هذا المجتمع، ورؤيتهم لدواتهم وللآخرين في الثقافات الأخرى، وهي ما يرى كومبس وزملاؤه "البرمجة العقلية التي تميز أفراداً ينتمون إلى ثقافة ما عن أفراد آخرين ينتمون إلى ثقافة أخرى"، بمعنى أن الثقافة المجتمعية أشبه بالبرامج الجاهزة (Soft Wares) التي تتولى تشغيل وتشكيل عقول الأفراد وعواطفهم واتجاهاتهم وسلوكياتهم، والثقافة هي التي تحدد هوية كل شعب وتعدّ من عوامل تماسكه¹.

تؤثر الثقافة المجتمعية التي تختلف من مجتمع لآخر، تأثيراً مباشراً على أساليب إدارة المنظمات وعلى سلوكها التنظيمي، وعلى عملياتها ومخرجاتها وتفاعلاتها، وتؤثر بالتالي على وظائفها الاتصالية، وعلى علاقاتها العامة، واستراتيجياتها الاتصالية².

وفي نفس الاتجاه ذهبت روندا زهرانة (Rhonda ZAHANA) إلى أن الاتجاهات العلمية التي ظهرت في الاتصال بين الثقافات، وأن الفرق بين هذه الاتجاهات هو أن باحثي الدبلوماسية العامة يستخدمون البعد الدولي لتمييز مجالهم، ومع ذلك فهم يشتركون في مجالات بحثية كثيرة، وعلى الرغم من الطبيعة الوصفية التي غلبت على الدراسات الأولى للاتصال بين الثقافات، فإنها لعبت دوراً مهماً في توفير قاعدة بحثية ثرية أفادت في فهم طبيعة المتغيرات الثقافية التي تؤثر على ممارسة الدبلوماسية العامة في بيئات مختلفة ثقافياً.

كما أن ثمة أربع محددات للثقافة المجتمعية في أي مجتمع، أولها: العوامل التكنولوجية والاقتصادية، وهي تشير إلى مستوى التنمية الاقتصادية في المجتمع، وتؤثر بصور مختلفة على الثقافة في كل مجتمع، وتلعب التكنولوجيا أيضاً دورها في تشكيل

¹ راسم محمد الجمال، العلاقات العامة الدولية والاتصال بين الثقافات، الدار المصرية اللبنانية، ط:2، الدار المصرية اللبنانية، 2016،

ص105

² راسم محمد الجمال، نفس المرجع، ص105

الثقافة في المجتمعات الحديثة (البث التلفزيوني المباشر، الإنترنت) ولها تأثير مباشر على العلاقات العامة. وثانيتها لبناء الهيكل الاجتماعي، وهو يشير إلى المؤسسات الاجتماعية التي تحدّد العلاقات بين مختلف أعضاء جماعات وأفراد المجتمع، مثل المكانة أو الطبقة الاجتماعية التي ينتهي إليها الفرد. وثالثها الإيديولوجية، وهو محدّد يشير إلى القيم والعادات، والنظرة إلى العالم والمعرفة والفلسفات والمبادئ الدّينية التي يعتنقها أفراد المجتمع. ورابعها الشخصية، وهو محدّد يشير إلى الرّوابط التي تربط أبناء مجتمع ما، والمبنيّة على أساس ما يكتسبه الفرد من أسرته ويتلقّاه في مدرسته ومن أقرانه وبيئته ومكان عمله¹. والثقافة المجتمعية محل الدّراسة هي الثقافة المجتمعية الجزائرية بكل خصوصياتها.

الإطار النظري للدراسة

الإستراتيجية الاتصالية للولايات المتّحدة الأمريكية:

لا يمكننا الحديث عن الدبلوماسية العامة عموماً والدبلوماسية العامة الأمريكية تحديداً دون الإشارة إلى مفهوم الإستراتيجية، خاصة وأنّها المفهوم الأساسي والوارد بقوة في جلّ الدّراسات الخاصة بالدبلوماسية العامة الأمريكية بعد أحداث 11 سبتمبر، لذا فقبل الحديث عن الاتصال الإستراتيجي، يجب لنا أن نفهم المقصود من الإستراتيجية والمقولة التالية ستوضّح لنا أكثر الرؤية:

"لقد حان الوقت لإعادة النّظر في مؤسّسات دبلوماسيةينا العامة، ويجب العمل أكثر على دحض الدعاية المكروهة، تبديد الأساطير الخطيرة وإظهار الحقيقة، ويجب زيادة التبادلات مع باقي العالم، العمل بشكل أقرب من قبل مع المؤسّسات التعليمية، القطاع الخاص والمنظّمات غير الحكومية ويجب تشجيع المواطنين لتعلّم اللّغات الأجنبية، لفهم ثقافات مختلفة، ولإستقبال الآخرين في أوطانهم. ولننجح يجب أن نستمع، وأكبر جزء من رواية القصّة الأمريكية هو معرفة قصص الآخرين. بينما لا يجب أبداً التنازل عن أمننا، لا يجب أن نغلق أنفسنا عن العالم. لقد قلت إنّ الوقت الحالي هو وقت الدبلوماسية، كما أنّ إصلاح الدبلوماسية العامة هو أيضا الآن" (كوندوليزا رايس، 2005).

¹ المرجع نفسه، ص 106

عندما أعلنت وزيرة الخارجية السابقة "كوندوليزا رايس" عن تعيين "كارن هيوز" (Karen Hughes) لتصبح وكيلة وزارة الخارجية للشؤون العامة في 14 مارس 2005، فقد أكدت بذلك للقادة السياسيين، والكثير من الأمريكيين، والدراست الأمريكية التي فاقت الثلاثون دراسة، إعتراهم منذ وقت طويل، أنّ وقت إصلاح الدبلوماسية العامة هو الآن. والمهم فيما جاءت به كوندوليزا رايس أنّها لم تعرض مخططا ولم تدع إلى القيام بدراسات جديدة وإنما إلى "الفعل" وإعادة النظر في مؤسسات الدبلوماسية العامة، أي العمل أكثر من أجل إظهار الحقيقة.

من جهة أخرى فإنّه عند دراسة التراث العلمي الذي تناول العلاقة بين الإتصال الإستراتيجي والدبلوماسية العامة نجد ثلاثة إتجاهات وهي:

أولاً: إستخدام مفهوم الدبلوماسية العامة كمرادف لمفهوم الإتصال الإستراتيجي، وقد شاع هذا الإستخدام في الكثير من الأبحاث، وظهر جلياً في الإستراتيجية القومية الأمريكية للدبلوماسية العامة والإتصال الإستراتيجي التي صدرت سنة 2007.

ثانياً: إستخدام مفهوم الإتصال الإستراتيجي بإعتباره هدفاً من أهداف الدبلوماسية العامة، ومن أهم من إستخدم هذا المفهوم بهذا المعنى هو ليونارد Leonard نتيجة دراسة الدبلوماسية العامة الأمريكية¹.

ثالثاً: وقوع الدبلوماسية العامة داخل الإتصال الإستراتيجي وتُشكّل بذلك نشاطاً من أنشطته، إذ يستخدم معظم الباحثين المفهومين بهذا المعنى، ويأتي في إطار ذلك إستخدام وزارة الدفاع الأمريكية لمفهوم الإتصال الإستراتيجي، وقد تبني تقرير "ويليام شنيدر" (William SCHNEIDER) هذا الإستخدام، حيث يقول "إن الإتصال الإستراتيجي يتم تنفيذه ليس فقط بواسطة وزارة الخارجية والدفاع، ولكن يشارك فيه 64 هيئة حكومية و50 ولاية والكثير من المدن الأمريكية والإئتلافات ومنظمات المجتمع المدني².

لذلك جاء في الإستراتيجية القومية للدبلوماسية العامة والإتصال الإستراتيجي سنة، 2007 أنّ قسم الإتصال الإستراتيجي بوزارة الدفاع الأمريكية يعتبر أنّ إرسال الرسائل من خلال الأعمال يعتبر جزءاً رئيسياً من الإتصال الإستراتيجي، بالإضافة إلى الرسائل التي يتم إرسالها بإستخدام الكلمات، ويشمل ذلك برامج المساعدات الإنسانية فهي

¹ سليمان صاح سالم، نفس المرجع، ص 110

² المرجع نفسه، ص 112

ضرورة للتفاعل مع الجمهور الأجنبي، لذا ظهر مفهوم جديد هو الإتصال الإستراتيجي المبني على الأفعال (Strategic Communication Based Deeds)، ويقوم الإتصال الإستراتيجي في وزارة الدفّاع الأمريكية بتقييم تأثير أعماله ورسائله على الجمهور الخارجي ثم تطوير الإتصال بناءً على هذا التقييم¹.

يقول فيليب تايلور (Philip Taylor) أنّ مشكل الولايات المتحدة أنها أدركت حاجتها لإستخدام الحرب الإعلامية والمعلوماتية بجانب الحرب العسكرية، وكانت تريد أن تقدّم حربها الإعلامية والمعلوماتية بمصطلحات وتسميات جديدة².

لذلك بدأ الاعتراف في أمريكا بأن الإتصال الإستراتيجي يحتاج إلى رؤية جديدة، فالإنترنت أصبحت تلعب دوراً مهماً في كشف الحقائق. والمشكلة الرئيسية أمام الدبلوماسية العامة هي مصداقية المصادر الحكومية الغربية، والضّرر الذي لحق بالمصداقية الأنجلو-أمريكية من الصّعب قياسه. هذا بالإضافة إلى ظهور النّفاق الغربي في الكثير من القضايا ومن أهمها الديمقراطية وحقوق الإنسان، كما أنّ محاولة فرض القيم الغربية أصبح يُنظر إليه على أنّه إستعمار ثقافي جديد (Neo-Cultural Imperliasm)، وفي ضوء ذلك يحتاج الإتصال الإستراتيجي والدبلوماسية العامة إلى رؤية أوسع ودراسة شاملة³.

إنّ المشكلة لا تكمن في المصطلحات والمسّميات ولكن في الأعمال التي تصفها، فمهما كانت مهارات خبرات الإتصال الإستراتيجي والدبلوماسية العامة لا يمكن أن يخدعوا الناس طويلاً في عصر ثورة الإتصال، ولا يُمكن أن يحولوا العمل القبيح إلى عمل جميل⁴.

ومنهم نضم عمل الولايات المتّحدة الدّؤوب على إعادة ترتيب المجتمعات في الكثير من الدّول والتّفاعلات داخلها، هذا من منظور سياسي واقتصادي وثقافي واجتماعي تحت حجج مختلفة من أبرزها دعم مطالب الديمقراطية وحقوق الإنسان والإصلاحات.

الخطاب الثقافي ضمن الإستراتيجية الاتصالية الأمريكية :

يمكن تقدير الخطاب الثقافي الأمريكي أو التابع له في مناطق العالم وتحديدا العالم العربي والإسلامي في النقاط التّالية:

¹ المرجع نفسه، ص 117

² المرجع نفسه، ص 118

³ المرجع نفسه، ص 119

⁴ المرجع نفسه، ص 119

- علمانية تبدو لا تعادي الإسلام ولا الحضارات والثقافات غير الغربية.
- إغراق ثقافي يملأ الفضاء والأوقات والمؤسسات والفئات المستهدفة جميعها ويستوفي الأشكال المختلفة من العمل من فن وسينما وإذاعة ومجلات وصحف ومؤتمرات وندوات وحاضرات ومعارض ورحلات وزيارات وضيافة ولا يدع مجالاً للتقويم والتساؤل والتقاط الأنفاس.
- إغداق مادي وأدبي وجوائز وإغواء إعلامي وأضواء تقدم لفئة من النخب التابعة وحرمان وتجاهل ومطاردة وربما اغتيال وتصفية للآخرين.
- تشريعات وبرامج ثقافية وسياسية وإعلامية تفرض الثقافة الغربية وتحارب قيم الأسرة والتماسك والثقافة الوطنية، وتشجع عادات وأنماط حياة وافدة مثل تحديد النسل وتنظيمه، والاختلاط وإباحة العلاقة بين الرجل والمرأة خارج إطار زوجته، وإطلاق الحريات الفردية بلا حدود، والانفتاح الكامل على الثقافة والقيم الغربية.¹ لو أجرينا جردة متواضعة لأهداف الإختراق المجتمعي بوسائل سياسية واقتصادية وثقافية واجتماعية لتبيننا الآتي:
- زعزعة البناء السياسي في الدول العربية.
- إصرار الولايات المتحدة على فرض قيمها ومبادئها على الأصدقاء السياسيين والاقتصادية والثقافية والحضارية.
- إفساح المجال أمام سيطرة ثقافات وقيم غربية تسوّغ تأثيرها بإحياء المجتمع المدني أو تبني نموذجاً ديمقراطياً وفقاً للمحددات الأمريكية مما يفقده القدرة على الضبط السياسي والاجتماعي والثقافي والاقتصادي.²
- وهنا تأتي الحاجة إلى تبني منظومة من الزدود لتشكل بالتالي نوعاً من المناعة والحصانة ضد الفيروس الأمريكي الذي يُراد زرع داخل المجتمعات لإحداث الإضطراب، فلا بدّ من إثارة الإنتباه إلى الضّرر الكامن وراء الإختراق الإعلامي للمجتمعات، وذلك بشكل مباشر عبر خلق واجهات إعلامية تعمل لصالح الولايات المتحدة، وهذا أيضاً

¹ إبراهيم غرابية، الإستراتيجية الثقافية للولايات المتحدة بعد 11 سبتمبر، متاح على الخط:

<http://www.aljazeera.net/specialfiles/pages/34867068-4a9f-ba4a-0e10c0d3f4c3>

² فاروق الفالح، قضايا دولية، جامعة اليرموك: قسم العلوم السياسية، العدد 04 المجلد 16، 2006.

يُنسب إلى مضمون الخطاب الإعلامي الذي يحتاج إلى إعادة الصياغة حتى يرتقي إلى مصاف القدرة على التصدي والمواجهة بإعتماد المنطق والمنهجية والعقلانية¹.

ما يفسر إلى حد ما لجوء الكثير من الحكومات على الدبلوماسية العامة لتحقيق أهدافها وذلك عن طريق مخاطبة الشُّعوب الأجنبية وليس الحكومات، ذلك أن الرأى العام أصبح له التّأثير الأكبر في إتخاذ القرار، إلى جانب ذلك فإنّ الحكومات لم تعد تتحكّم بصورة كبيرة في المعلومات التي يتلقاها الأفراد حيث سيصلها عن طريق الكتب، الأفلام، التّلفزيون، والإنترنت. وأقصى ما تستطيع الحكومات فعله هو إفساح المجال بصورة واضحة للرّسائل الإيجابية من وجهة نظرها للوصول للجماهير والتي تتفق مع معتقداتها، إلّا أنّها لا تستطيع منع أي من هذه المعلومات للجماهير والتي تتفق مع معتقداتها، وهو ما يعكس تأثير الرأى العام سواءً في المجتمعات الديمقراطيّة، وغير الديمقراطيّة بسبب التّطور الهائل في وسائل الإتصال.

وحتى تنجح الإستراتيجية الاتصالية للولايات المتحدة في إنجاح أهداف دبلوماسيتها العامة ومنها الرقمية، أنّ الولايات المتّحدة لا تحاول صياغة الرّسائل التي توذّ دولةً ما إرسالها إلى الخارج فحسب، وإنما تقوم بتحليل طرق تفسيرها في المجتمعات المختلفة، أي أنّها تحاول الإجابة على سؤال كيف إستقبلت ثمّ فسّرت هذه المجتمعات الرّسالة؟ ثم في الأخير هل اقتنعت؟ لذا تقوم بتوفير وسائل الإقناع المختلفة التي تعمل على إبتكارها. فكيف كانت ردة فعل عينة الدراسة؟

الإطار المنهجي للدراسة :

عينة الدراسة:

لقد قمنا برصد الرّسائل الاتصالية التي رافقت حملة الإعلان عن موعد التّسجيل في منحة فولبرايت والتي إمتدت من تاريخ 15 مارس إلى 21 ماي، إلّا أنّه لا يعني أنّنا قد رصدنا جميع المواد الاتصالية، فقد لاحظنا أنه يتم إضافة وحذف المواد الاتصالية دون الإحتفاظ به في أرشيف يمكن العودة إليه، وعليه فإنّ المواد التي تمّ رصدها أقرب إلى العينة المتاحة منها إلى مجتمع المواد الاتصالية كاملاً. كما أنّه وقع إختيارنا على لهذه المناسبة لأنّه من جهة، يُعتبر برنامج فولبرايت من أهم البرامج الأمريكية، يكفي أنّ العديد من المسؤولين السّياسيين عبر العالم كانوا من خريجي منحة فولبرايت، وهي منحة

¹عسان حيدر، الولايات المتحدة والاختراق المنهجي الهدف إخضاع الدول لسطوة الطموحات الأمريكية وسائل وآليات المواجهة في الداخل وعلى الساحة الأمريكية، جامعة الجزائر: قسم علم الاجتماع (السياسي)، 2014.

يشترط على المستفيدين منها العودة إلى ديارهم وممارسة ما اكتسبوه فيها، ونقل تجاربهم إلى الآخرين، فهي ليست فقط منحة تعليمية وإنما ثقافية أيضا. من جهة أخرى فإن فترة العرض رافقتها عروض للثقافة الأمريكية ونقل لتجارب الخريجين وعرض آرائهم حول الحياة بالولايات المتحدة، كذا عروض خارجة عن موضوع الحملة. وكان القصد معرفة كيف تفاعل المستخدمون المعلقون الجزائريون مع هذه المنشورات، خاصة وأن أغلبيتها كانت صورا وفيديوهات لجزائريين مستفيدين من هذه المنحة، وبذلك فإن العينة تتضمن ما يلي:

أولاً، السفارة الأمريكية بالجزائر:

وقع الاختيار على صفحة "السفارة الأمريكية بالجزائر العاصمة" على الفيسبوك بوصفها إحدى أهم المنظمات السياسية الحكومية الرسمية المعنية بممارسة أنشطة الدبلوماسية العامة الأمريكية وبمخاطبة الجمهور الجزائري على وجه التحديد، وقد إهتم القائمون على الصفحة بكتابة اسم السفارة باللغتين العربية والإنجليزية، كما حرصوا على التعريف بالسفارة وذكر معلومات التواصل معها كأرقام الهواتف والبريد الإلكتروني والعنوان، وقد تنوعت البوستات بين العربية والإنجليزية والفرنسية، كذلك العامية وحتى اللغة الأمازيغية، فالأخيرة تكتب أحيانا بالحروف العربية أو الفرنسية، أما مؤخراً فقد تم استخدام حروف التيفيناغ (الكتابة الرسمية والأصلية للغة الأمازيغية التي يتحدث بها السكان الأصليون لمنطقة شما إفريقيا) وبصورة شبه متساوية عددياً، ولم تُذكر شروط أو قواعد لاستخدام الصفحة.

ثانياً، عينة المستخدمين:

تمثلت عينة المستخدمين في تعليقات ومواقف الجمهور الذي من المفترض أن يكون جزائرياً، نظراً لأسمائهم وتعليقاتهم التي توحى بأنهم جزائريون، ففي العالم الافتراضي لا يمكن أبداً الجزم بهوية المستخدم، إلا أنه من باب المنطق أيضاً أن يكون المهتمون بالصفحة جزائريون.

وقد عمدنا في تحليل هذه الصفحة بالتركيز على الأساليب الإقناعية والوجدانية (استخدام أفعال، صور بلاغية، ألقاب رسمية، أسئلة مباشرة، معلومات تفصيلية، أدلة وحقائق، مخاطبة العاطفة)، وبالنسبة إلى تحليل مضمون تعليقات المستخدمين، فقد ركزت إستمارة التحليل على بعض العناصر الشكلية المتمثلة في النوع، ونماذج للأسماء المستعارة، والجنسية، وصور البروفایل، وعدد المشاركات ونوعياتها). وعلى

مستوى مضمون تعليقات المستخدمين، تمّ دراسة إتجاه التّعليق نحو الموضوع المطروح (مؤيد أو معارض أو متفاعل)، والإستعداد للقيام بفعل معيّن.

الفترة الزمنية للدراسة :

تمّت متابعة وتحليل مضمون المواد الاتصالية المنشورة على صفحة السفارة الأمريكية بالجزائر من 15 مارس 2017 إلى 21 ماي 2017، والتي تزامنت مع حملة "الصّالون الأمريكي للطلّبة" والإعلان عن منحة فولبرايت.

نتائج الدراسة:

تتركز نتائج الدّراسة على محورين رئيسيين، ألا وهما؛ مضامين صفحة السفارة الأمريكية بالجزائر والمستخدمين والمتمثلين في الأبعاد التالية:

أولاً، الأبعاد الثقافيّة للرسائل الاتصالية الأمريكية على شبكة الفيسبوك

أظهرت نتائج التّحليل ميولاً واضحاً من قبل السفارة الأمريكية بالجزائر نحو بناء أرضية مشتركة مع الجمهور الجزائري، مع التّركيز على إستخدام بعض المقولات التي ترتبط بالثقافة العربيّة والإسلامية ومن الأمثلة على ذلك، إستخدام تحية الإسلام "السلام عليكم"، إلى جانب ذلك عرض فيديوهات للمستفيدين من المنح الأمريكية، وكيفية تعايشهم مع العائلات الأمريكية المستقبلة لهم، والتي حملت رسائل قويّة عن قيم التعايش في أمريكا بين مختلف الديانات والأجناس، خاصة التّعامل الودّي مع من هم من العرب أو المسلمين، ففيه تقبّل للمعتقد وقيمه ولباسه، ونقصد هنا الحجاب، وهذا ما خلصت له الباحثة ثراء البدوي، أن الولايات المتحدة الأمريكية قد ركزت على احترام البيئة والثقافة العربيّة، إلى جانب تقديم الصورة المحترمة عن المجتمع الأمريكي ومراعاتها للأبعاد الثقافيّة للمجتمعات العربيّة، وهذا فإنّ الرّسائل الاتصالية اعتمدت في هذا السّياق على مدخل القوّة الناعمة المرتبط بالفوز بقلوب وعقول الجماهير، إنطلاقاً من مقولة "جوزيف ناي" وتعريفه للقوّة الناعمة بما يلي " أن تعرفنا هو أن تحبنا".

كما أظهرت نتائج التّحليل سعي السفارة محل الدّراسة إلى التّحكّم بشكل كبير في الرسائل الاتصالية المكتوبة، ولجأت إلى التّقديم المتعمّد لمعلومات واضحة وتفصيلية تجنباً لحدوث أي سوء فهم، حيث جاءت معظم الرّسائل المنشورة على صفحات الفيسبوك في شكل عناوين، يُرافقها شرح مختصر مع إضافة رابط (Link) للمزيد من المعلومات أو التفاصيل في شكل فيديوهات أو نصوص إضافية.

لاحظت الباحثة حرص المضامين الإعلامية التي نشرتها السفارة على الدمج بين الجوانب اللفظية وغير اللفظية، إذ اعتمدت على وضع عناوين وشرح لفظي مفصّل للصور والفيديوهات بصورة واضحة والبعد عن الإبهام والغموض بقدر الإمكان، وبالمقابل استخدام الإتصال المرئي (Visual communication)، فمن الملاحظ في سياق الدراسة استخدام معظم المضامين الإعلامية الأمريكية صوراً حيّة للأحداث التي تناولتها؛ مثل اللقاءات التلفزيونية في القنوات الخاصّة الجزائرية للإعلان عن موعد الصالون ومضمونه.

وعليه فقد حاولت السفارة الأمريكية بالجزائر بقدر الإمكان مراعاة الأبعاد المرتبطة بالصورة الثقافيّة للدولة، أي وضع المعايير الثقافيّة للشعوب العربية في الاعتبار، وفي ذات الوقت تركز أكثر على نشر قيمها، الأخيرة التي تتوافق مع النتائج التي توصلت إليها دراسة الباحث معتر عبد الفتاح وآخرون (2006)، في الشرق الأوسط، حيث ركّزت الرسائل الاتصالية الأمريكية على خصائص المجتمع الأمريكي، ودور الولايات المتحدة في قيادة العالم وجهودها من أجل دعم الديمقراطية في الشرق الأوسط، في حين أغفلت المعايير الثقافيّة للشعوب العربية في بث رسائلها. على عكس ما جاء في دراستنا اين دمجت بين البعدين.

ثانياً، الأبعاد الثقافيّة المرتبطة بالمستقبل للرسائل الاتصالية الأمريكية عبر الفيسبوك :

تتركز هذه الأبعاد على السلوكيات الاتصالية التي قد تؤثر في خصائص الثقافات المحلية وفي تصميم وتنفيذ برامج العلاقات العامة، وتشمل الإعتماد على الإتصال اللفظي في مقابل الإتصال غير اللفظي (Communication Verbal Vs. Non Verbal)، كشفت الدراسة عن حرص السفارة على استخدام لغة المستخدمين في رسائلها الاتصالية، وفي هذا الإطار استخدمت كلاً من العامية الجزائرية (نهاركم مبروك، صبحتكم بالخير)، العربية الفصحى (صباح الخير يا جزائريين)، الامازيغية (أزول)، الفرنسية (Bonjour)، كما بدا واضحاً أنّ القائمين على الصّفحة يستخدمون لغة عربية سليمة لا تعتمد على مجرد الترجمة الحرفية للمضامين الاتصالية المنشورة بالإنجليزية، الأمر الذي يفسر تعيين موظف جزائري للقيام بهذه المهام.

وبذلك إتضح لنا إستراتيجية الولايات المتّحدة أكثر في محاولتها للوصول إلى الجمهور المستهدف من خلال ثقافته، لتكون تلك المفاتيح الاتصالية المستوحاة من أصوله

وثقافته، المفتاح القوي لتغيير قناعاته واكتساب ثقافة جديدة، إنّ الإتصال من خلال كسب ثقافة الآخر، أوّلا جذب للانتباه ثم ثانيا كسب ثقته حيث تتحول أم لا حسب قناعات ووعي المستقبل لها.

خاتمة:

إتضح لنا من خلال تحليلنا للرسائل الاتصالية الموجودة على الصفحة الرسمية للسفارة على شبكة الفيسبوك، بأنّ السفارة تسعى بشقّى الطرق إلى جذب طلبة إلى الدراسة في الولايات المتحدة، تارة بالإقناع بتميّز التعليم الموجود فيها عن غيره من البلدان الأخرى، وتارة بمحاولة كسر الحاجز الثقافي لهؤلاء الطلبة من خلال إعطاء الإرشادات للتكيف مع نمط الحياة الأمريكي، حتى تشعر أنّك تعرف هذا المجتمع منذ زمن بعيد، وأخيرا بشهادة الطلبة الجزائريين الذين درسوا فيها فجميعهم يؤكدون بأنها فرصة عظيمة وتجربة رائعة، وأنه قرار لا يحتمل الندم فيه إطلاقا، من خلال عرض فيديوهات لجزائريين في أمريكا وكذلك تركّز على فئة الخريجين، كما هو الحال بالنسبة لـ "أنس وادو" الذي كان مرافقا للمسؤولة عن الدبلوماسية العامة في الجزائر في البلاطوهات الإعلامية للقنوات الجزائرية الخاصة، والتي تم نقلها أيضا إلى الفضاء الافتراضي، إلى جانب ذلك فقد حضر الطالب المتخرج من جامعة ميسوري الأمريكية "أنس وادو" الصّالون الأمريكي للطّالِب بالجزائر" وكان له لقاء مباشر مع المستفسرين عن منحة "فولبرايت" من كافة ربوع الوطن، إلى جانب ذلك قيامه بنشر صور الصّالون في حسابه الخاص على شبكة الفيسبوك، وإجابته عن بعض التّساؤلات.

من جانب آخر لم تكن فترة الحملة فقط مخصصة للحديث عن مختلف الجامعات التي يمكن الالتحاق بها وكذا عن منحة فولبرايت، بل وتخلّل هذه الفترة مواضيع متعدّدة سياسية واقتصادية وكذا ثقافية، منها استقبال فرقة رقص أمريكية في أوبرا الجزائر لمدة ثلاثة أيام، مبرزة بذلك أنّها نموذج للانفتاح الثقافي على دول العالم الأخرى، وفي فترات زمنية أخرى غير التي حددت لدراستنا، يتخللها أيضا منشورات خاصة بالزيارات المختلفة في ربوع الوطن، هي تأتي في إطار النشاط الدبلوماسي، لكن يبقى الهدف الرئيسيّ منها هو كسب ود الشعوب، وزرع نموذج تقبل ثقافة الآخر.

إن الطلبة المشاركين في برامج التّبادل يقيمون في الولايات المتحدة في ضيافة أمريكية ينتمون إلى أصول مختلفة، ويلتحقون بالمدارس، ويشاركون في أنشطة يتلقون من خلالها

معلومات عن المجتمع الأمريكي والقيم السائدة فيه، كما يكتسبون فيها مهارات القيادة، ويعرّفون الأمريكيين بدولهم وثقافتهم والعادات والتقاليد السائدة فيها. وبذلك نصل إلى أنّ الولايات المتحدة ذكية في صياغة رسائلها واختيار الوسائل المناسبة لها، خاصة من أجل استقطاب الشباب والمراهقين، وهي تسعى في تبنيها لرسائل مشبعة بالثقافة المجتمعية للمرسل، جذبه إليها ومن ثم التأثير عليه بمضمون الرسالة التي يستقبلها وهي بعيدة كل البعد عن ثقافته المجتمعية وعن الحوار المفترض، وإنما هي إستدراج ناعم للعقول والقلوب وتكييفها بأسلوبها وثقافتها، أي بذلك فرض نموذجها وسياستها. إلا أن عينة الدراسة أثبتت أن المستخدمين يفرقون بين الرسائل التي هي في صالحهم كالدراسة في دولة متطورة، هذا لم يمنعهم من طرح السؤال التالي: ما الغاية من تقديم مثل هذه المنح مجاناً، هذا لم يمنعهم من الإستفسار حول الغاية من تقديم هذه المنح مجاناً نقصد هنا منحة " فولبرايت"، في ذات الوقت لا يثقون في نوايا الولايات المتحدة من مثل هذه المبادرات، إلا أن هذا لا ينفخ الخطر الذي يواجه الثقافة المجتمعية وبناء الشخصية لدى الشاب أو المراهق، خاصة ضمن ما تعيشه بلادنا من اضطرابات إقتصادية وإجتماعية، ولعل هذه النتيجة المهمة تتفق مع النتيجة التي توصلت إليها الباحثة ثراء البدوي، والتي تؤكد أن المستخدمين أظهروا قدرتهم على التفرقة بين الأنشطة التي تمس الجانبين الإنساني والاجتماعي العربي وبالتالي عدم نجاح الجهود التسويقية لأنشطة الدبلوماسية العامة الأمريكية الخاصة بالمنظمات الأمريكية محل دراستها على الفيسبوك على الرغم من مراعاتها للأبعاد الثقافية للمجتمع.

قائمة المراجع :

مصادر باللّغة العربية:

1. أحمد محمد أبوزيد، التطورات المعاصرة لمفهوم "الدبلوماسية"، مجلة السياسة الدولية، العدد 205، المجلد 51، سبتمبر 2016
2. إباد خلف عمر كعود، إستراتيجية القوة الناعمة ودورها في تنفيذ أهداف السياسة الخارجية الأمريكية في المنطقة العربية، مذكرة ماجستير في العلوم السياسية، جامعة الشرق الأوسط، 2016.
3. بطرس بطرس غالي، المدخل في علم السياسة، بيروت لبنان، مكتبة الانجلو المصرية، ط:2، 1998.
4. بهجت الهاشمي، الإعلام السياسي والدبلوماسي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، ط:1، 2009
5. ثراء البدوي، الجهود التسويقية للدبلوماسية العامة الأمريكية عبر شبكات التواصل الاجتماعي: دراسة تحليلية لخطابات القائمين بالاتصال والمستخدمين، مجلة رؤى إستراتيجية، أبريل 2015
6. بن قيط الجودي، إستراتيجية الاتصال للإدارة الإستشفائية -دراسة وصفية للإدارة الإستشفائية بالأغواط-، رسالة ماجستير مقدمة في علوم الاتصال، جامعة الجزائر3، 2012.
7. ثريا أحمد البدوي، آلاء فوزي السيد، الدبلوماسية العامة الأمريكية عبر الفيسبوك، القاهرة: عالم الكتب، ط1، 2017
8. راسم محمد الجمال، العلاقات العامة الدولية والاتصال بين الثقافات، الدار المصرية اللبنانية، ط:2، الدار المصرية اللبنانية، 2016
9. سلجان سالم صالح، وسائل الإعلام والدبلوماسية العامة، دار الفكر ناشرون وموزعون، الأردن، 2015

10. علاء حيدر المرعي، الإعلام التفاعلي. . بين المفهوم والأهداف، 2016/10/16، <http://alssafat.com/?p=1143>.
11. غسان حيدر، الولايات المتحدة والاختراق المجتمعي الهدف إخضاع الدول لسطوة الطموحات الأمريكية وسائل وآليات المواجهة في الداخل وعلى الساحة الأمريكية، جامعة الجزائر: قسم علم الاجتماع (السياسي). ، 2014
12. غسان حيدر، الولايات المتحدة والاختراق المجتمعي الهدف إخضاع الدول لسطوة الطموحات الأمريكية وسائل وآليات المواجهة في الداخل وعلى الساحة الأمريكية، جامعة الجزائر: قسم علم الاجتماع (السياسي). ، 2014
13. فاروق الفالح، قضايا دولية، جامعة اليرموك: قسم العلوم السياسية، العدد 04 المجلد 16، 2006.
14. معتز عبد الفتاح وآخرون، خطاب الدبلوماسية الشعبية الأمريكية تجاه الشرق الأوسط: التحليل والفاعلية، ورقة بحثية مقدمة إلى ندوة الدبلوماسية العامة الأمريكية إتجاه العالم العربي، جامعة القاهرة: كلية الاقتصاد والعلوم السياسية 2006.
15. يسرى حسني عبد الخالق، الدبلوماسية الشعبية الإسرائيلية الموجهة للشعوب العربية على الفيس بوك: دراسة تحليلية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2014.

مصادر باللغة الإنجليزية:

16. Jan Melissen, The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations, 2nd ed, New York ,Palgrave Macmillan -2005.

مواقع الانترنت

17. ماجد ترابان، بناء الإستراتيجية الاتصالية، تاريخ الزيارة: 2018/11/10، متاح على الخط: <https://majed1975.wordpress.com/2010/11/26/%D8>
18. إبراهيم غرابية، الإستراتيجية الثقافية للولايات المتحدة بعد 11 سبتمبر، تاريخ الزيارة: 2018/11/12، متاح على الخط: <http://www.aljazeera.net/specialfiles/pages/34867068-4a9f-ba4a-0e10c0d3f4c3>