

دور العلاقات العامة الرقمية في تعزيز العمل الدبلوماسي

دراسة ميدانية بمنظمة التعاون الإسلامي بمدينة جدة

د. فتيمة قبيبي بن دنيا

أستاذ مشارك بكلية الاتصال والإعلام
جامعة الملك عبد العزيز - المملكة العربية السعودية

مقدمة:

إن العلاقات العامة في إطارها المعاصر هي بمثابة ثورة في الفكر الإداري وقفزة نوعية في تغيير مسار المؤسسات ونجاحها، ذلك باعتبارها المحرك الديناميكي لها ومدخلا أساسيا لتنظيم وإدارة المنظمات الحديثة. وما من شك أن للعلاقات العامة اليوم أهمية بالغة للمؤسسات المعاصرة، حيث تستهدف تحقيق التوافق والتكيف بينها وبين جماهيرها التي تتعامل معها، وبهذا التوافق والتكيف يتحقق التطور السليم والنجاح المنشود.

ومن المتفق عليه أن العلاقات العامة علما يحتل أهمية ومكانة خاصة لدى الهيئات والمنظمات والمؤسسات في المجتمع المعاصر، فقد أضحت جزءا من فلسفة حياتنا الاجتماعية، باعتبارها وظيفة حيوية ومهمة من وظائف المنظمة، نظرا لدورها الفعال والرئيسي في الإدارة من خلال تسهيل الاتصال والارتباط المتبادل بين المؤسسة وبين جماهيرها، والتركيز على تشكيل صورة جيدة لديهم، وكسب ثقتهم ومن ثم الحصول على ولائهم. وما هو ملاحظ اليوم، هو التغير الكبير الذي طرأ على مجال عمل العلاقات العامة نظرا للتطور التكنولوجي المتسارع، وما أتاحته الأنترنت من تطبيقات. حيث أن ظهور هذه الشبكة في بداية التسعينات يعد حدثا بارزا نظرا لما أحدثته من تأثيرات في مختلف المجالات مرفقة بتغييرات مسّت الخريطة الاتصالية الإعلامية، خاصة بعد ظهور تطبيقات الويب الحديثة وما وفرته لمستخدمي الإنترنت من خيارات اتصالية، بما فيها السماح لهم بالمساهمة في صنع المحتوى الرقمي، تعديله ومشاركته مع باقي المستخدمين وبالتالي الانتقال من الاستهلاك إلى المشاركة ومن القراءة على الويب إلى القراءة والكتابة على الويب.

على هذا الأساس، أصبحت الحاجة إلى استخدام التكنولوجيات الحديثة ضرورة ملحة في عمل العلاقات العامة، لاسيما وأن الإدارة الحديثة أصبحت تعتمد على المعلومة السريعة المتغيرة في جميع مراحلها، كما أصبح من الضرورة بما كان أن تتطور ممارسة العلاقات العامة بتطور وسائل الاتصال واحتياجات العملاء والجمهور، مستثمرة أدوات الإعلام الجديد الذي أتاح لممارسي العلاقات العامة جودة ومهنية عالية في تسيير مهامهم، بالاستفادة من الكثافة الجماهيرية المتنامية لمستخدمي التطبيقات الجديدة كمواقع الويب، المدونات، شبكات التواصل الاجتماعي بالإضافة الى تطبيقات الهواتف المحمولة وهي كلها أدوات اتصالية توظفها العلاقات العامة في رفع كفاءتها وتحقيق أهدافها، مما أدى إلى خلق ثقافة جديدة تماما، أساسها التشاركية والتفاعلية وما نتج عنها من إعلاء لحالات الفردية والتخصيص.

في السنوات الأخيرة، زاد الاهتمام بمجال العلاقات العامة الدولية، خاصة وأنها وليدة التقاطع بين الدبلوماسية العامة والعلاقات العامة، والتي أضحت وظيفة من وظائف المنظمات الدولية باعتبارها جهودا منظمة ومخططة لمنظمة ما أو مؤسسة أو حكومة، لإنشاء علاقات منفعة متبادلة مع الدول الأخرى وجماهيرها. وعليه، فإن العلاقات العامة الدولية هي الأساس الذي تبنى عليه العلاقات المعاصرة، فهي أحد أهم عناصر القوة الناعمة التي تستخدمها الدول والمنظمات للتعريف بأفكارها ومهامها وتحقيق التفاهم المشترك مع الأطراف التي تتعامل معها خاصة مع العصر الرقمي الذي فرض على الهيئات الدولية والحكومية زيادة الاهتمام بأنشطة العلاقات العامة وإدارتها وممارستها، في ظل عولمة تكنولوجيا الاتصال الحديثة التي سرعت بظهور مصطلح فرض نفسه وبقوة في السنوات الأخيرة وهو العلاقات العامة الرقمية باعتبارها أكثر شمولاً وأكثر تنوعاً من خلال إدارة الاتصال بين المنظمة وجماهيرها بواسطة استخدام تطبيقات الانترنت والاعتماد على التقنيات الحديثة

مشكلة الدراسة:

تعد العلاقات العامة الدولية حلقة الوصل بين مؤسسات المجتمع الواحد، وبين المجتمعات الأخرى عن طريق تقديم خدمات معينة لها مبنية على الثقة المتبادلة انطلاقاً من أهمية الفرد والشرائح الاجتماعية، وقوة تأثير الرأي العام في المجتمعات على مختلف المؤسسات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية. وقد زاد اهتمام المنظمات الدولية على تطوير وظائف العلاقات العامة لديها، وزيادة إقبال الشركات على تعيين أفضل العناصر للعمل بالعلاقات العامة لديها كذلك، وبهذا فإن العلاقات العامة قد تأكدت فعاليتها للمنظمات والمؤسسات بشكل عام، سواء كانت محلية أو دولية، حكومية أو غير حكومية، ربحية أو غير ربحية، لاسيما مع التطورات السياسية والاقتصادية التي يشهدها العالم، وخاصة مع الثورة التكنولوجية وبروز الاهتمام البالغ بتوظيف العلاقات العامة للتقنية والإعلام الجديد في سبيل القيام بوظائفها وتحقيق أهدافها بفاعلية ودقة وسرعة أكبر، ما أدى بالكثير من الباحثين المهتمين بمجال العلاقات العامة إلى القيام ببحوث ودراسات في مجال العلاقات العامة الدولية.

ومن هذا المنطلق ومن خلال ملاحظة قلة الدراسات التي اهتمت بمجال أدوار ووظائف العلاقات العامة الرقمية في المنظمات الدولية على وجه الخصوص، وندرة البحوث العربية، خاصة التطبيقية منها التي أجريت حول العلاقات العامة والدبلوماسية، فإننا سنركز في بحثنا هذا على معرفة مدى توظيف العلاقات العامة الرقمية في مجال الدبلوماسية بالتطبيق على منظمة التعاون الإسلامي بالنظر إلى أنها ثاني أكبر منظمة دولية بعد الأمم المتحدة، حيث تضم في عضويتها سبعاً وخمسين دولة موزعة على أربع قارات. وتُمثل المنظمة الصوت الجماعي للعالم الإسلامي وتسعى لحماية مصالحه والتعبير عنها دعماً للسلم والانسجام الدوليين وتعزيزاً للعلاقات بين مختلف شعوب العالم. وعلى هذا الأساس سنركز في هذه الدراسة على التساؤل الرئيسي الآتي: ما دور العلاقات العامة الرقمية في تعزيز العمل الدبلوماسي بمنظمة التعاون الإسلامي؟

أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيسي للدراسة الحالية في محاولة التعرف على دور تطبيقات العلاقات العامة الرقمية في تعزيز العمل الدبلوماسي بمنظمة التعاون الإسلامي بمقرها بمدينة جدة، ومن أجل الوصول الى ذلك لابد من تحقيق الأهداف الفرعية الآتية:

- * التعرف على مدى استخدام ممارسي العلاقات العامة في منظمة التعاون الإسلامي الدولية للتطبيقات الرقمية للقيام بأنشطة العلاقات العامة الرقمية.
- * التعرف على دوافع واسباب استخدام ممارسي العلاقات العامة بمنظمة التعاون الإسلامي للتطبيقات الرقمية أثناء قيامهم بأنشطة العلاقات العامة.
- * التعرف على أدوار العلاقات العامة في تعزيز العمل الدبلوماسي بالمنظمات الدولية.
- * التعرف على أدوار العلاقات العامة الرقمية بمنظمة التعاون الإسلامي في الدفاع عن قضايا الإسلام والمسلمين.
- * معرفة أهم اقتراحات أفراد العينة لتطوير مجال استخدام التقنيات الاتصالية الحديثة في عمل العلاقات العامة بمنظمة التعاون الإسلامي .

أهمية الدراسة:

* تكتسب هذه الدراسة أهميتها في توصيف الدور المتنامي لتكنولوجيا الاتصال بشتى تقنياتها وتطبيقاتها على مجالات العلاقات العامة لما لها من دور كبير في تحقيق أهدافها ورفع كفاءتها.

* تعد هذه الدراسة إضافة مهمة الى مجال الدراسات المتعلقة بالعلاقات العامة الرقمية من خلال استثمار أدوات الإعلام الجديد، وخاصة وأنها ركزت على مجال المنظمات الدولية التي تشهد قلة في البحوث الخاصة بها.

* تحظى الدراسة الحالية بأهمية من خلال تزايد الحاجة إلى دراسة فاعلية العلاقات العامة في المجال الدولي خاصة وأن الدبلوماسية الحديثة تستند على الإعلام والعلاقات العامة وتوظيف التقنيات الحديثة من أجل تحقيق اتصال تفاعلي وعلاقات ناجحة بين الدول، هذا من أجل بناء

تراكم معرفي في هذا المجال يستفيد منه الباحثون في تطوير رؤى جديدة حول استثمار تطبيقات العلاقات العامة الرقمية في مجال الدبلوماسية والعلاقات الدولية.

• تساؤلات الدراسة:

- انطلقت الدراسة من التساؤلات الآتية:
- * ما مدى استخدام ممارسي العلاقات العامة في منظمة التعاون الإسلامي للتطبيقات الرقمية للقيام بأنشطة العلاقات العامة؟
- * ماهي دوافع استخدام ممارسي العلاقات العامة في منظمة التعاون الإسلامي للتطبيقات الرقمية أثناء قيامهم بعملهم؟
- * فيما توظف العلاقات العامة الرقمية أنشطتها بمنظمة التعاون الإسلامي من أجل تعزيز العمل الدبلوماسي؟
- * إلى أي مدى تساهم العلاقات العامة الرقمية بمنظمة التعاون الإسلامي في دعم قضايا الإسلام والمسلمين؟
- * ما هي أهم اقتراحات ممارسي العلاقات العامة بمنظمة التعاون الإسلامي من أجل تطوير استخدام التقنيات الحديثة في مجال العلاقات العامة والدبلوماسية؟

مفاهيم ومصطلحات الدراسة:

• العلاقات العامة الرقمية

- اصطلاحاً:

تعرف العلاقات العامة الرقمية على أنها جهود وأنشطة العلاقات العامة المخططة والمقصودة وممارستها عبر الوسائل والنظم الرقمية الحديثة (الصالح، 2021). وتعرف كذلك على أنها أنشطة تستخدم الوسائط عبر الإنترنت ومحركات البحث والمواقع الاجتماعية التي تعمل كقنوات اتصال وتفاعل (Dogan, 2018).

إجرائياً: نقصد بالعلاقات العامة الرقمية في هذا البحث قيام ممارسي العلاقات العامة بمنظمة التعاون الإسلامي بتوظيف تقنيات الاتصال الحديثة لتنفيذ أنشطتهم من أجل تحقيق أهداف المنظمة.

• العمل الدبلوماسي

اصطلاحاً: تعرف الدبلوماسية على أنها فن ممارسة العلاقات الدولية مثل التفاوض، كما تعني براعة التعامل مع الآخرين، طريقة تعامل بين الناس تقوم على التوصل إلى الهدف بوسائل تتسم باللباقة والدهاء (مختار عمر أحمد، 2008). وتعرف كذلك الدبلوماسية على أنها مجموعة المفاهيم والقواعد والإجراءات والبراسم والأعراف الدولية التي تنظم العلاقات بين الدول والمنظمات الدولية والممثلين الدبلوماسيين بهدف خدمة المصالح العليا والسياسات العامة الدولية بواسطة الاتصال والتبادل وإجراء المفاوضات وعقد الاتفاقيات والمعاهدات الدولية (الكياي عبد الوهاب، 1992). كما

يمكن تعريفها بأنها إدارة الاتصال والعلاقات بين مختلف دول العالم الناتجة عن المصالح المتبادلة بين الدول والمنظمات الدولية بهدف التوفيق بين مصالح الدول المتباينة وإعطاء صورة صادقة تربط الطرفين وهي أداة وأسلوب لتسيير وتنظيم العلاقات الدولية (دياب وليد خلف، 2021).

إجرائيا: نقصد بالدبلوماسية في هذا البحث علم وفن يعنى بإدارة العلاقات الدولية بين منظمة التعاون الإسلامي وبين الدول الأعضاء وغير الأعضاء بالوسائل السلمية في سبيل الدفاع عن قضايا الإسلام والمسلمين بالعالم وبهدف حماية مصالح الدول الأعضاء.

• العلاقات الدولية:

إصطلاحا: تعرف العلاقات الدولية على أنها البرامج والخدمات الإعلامية للتعريف بنشاط الهيئات الدولية وتدعيم علاقاتها الطيبة مع الجماعات والهيئات والأفراد (الزبيدي طه أحمد، 2010). كما تعرف على أنها علاقات قائمة على ثقافات متنوعة وتحتاج إلى جهود دولية كبيرة لكي تتمكن من بلوغ أهدافها المنشودة، لذا فالعلاقات العامة الدولية لا تعمل في ظل بيئة محلية وإنما ينبغي أن تكون ذات صبغة دولية (العلاق بشير، 2020).

إجرائيا: المقصود بالعلاقات العامة الدولية هي الجهود المخططة والمنظمة التي تقوم بها منظمة التعاون الإسلامي بهدف إيجاد علاقات منفعلة متبادلة وتفاهم مشترك مع الأطراف التي تتعامل معها في الدول الأخرى.

• المنظمات الدولية:

إصطلاحا: تعرف المنظمة الدولية على أنها هيئة دولية تنشأ باتفاق مجموعة من الدول لرعاية مصالح مشتركة على وجه الدوام، وتتمتع بإدارة مستقلة عن إدارة الدول الأعضاء، وتهدف إلى حماية تلك المصالح المشتركة للدول الأعضاء (العودي جلال محمد، 2021).

إجرائيا: نقصد بالمنظمة الدولية في هذا البحث، منظمة التعاون الإسلامي بمقرها الرئيسي بجدة، وهي أكبر ثاني منظمة بعد الأمم المتحدة وتضم في عضويتها 57 دولة موزعة على أربع قارات وتمثل الصوت الجامع للعالم الإسلامي.

الدراسات السابقة:

تم الاستناد على العديد من الدراسات السابقة التي يمكن تقسيمها إلى محورين رئيسيين هما:

المحور الأول: مجال العلاقات العامة الرقمية

1. دراسة (علي محمد عثمان، 2015) :

هدفت الدراسة الى التعرف على استخدام التقنيات الحديثة في إدارة أنشطة العلاقات العامة بالتطبيق على 30 موظفا من ممارسي العلاقات العامة بالشركة السودانية للاتصالات «سوداتل»، ومن أجل تحقيق أهداف البحث فقد تم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي بهدف وصف البيانات والمعلومات المتعلقة بالدراسة، كما تم استخدام التحليل الاحصائي بغرض اختبار الفروض ومن ثم الحصول على النتائج. بالنسبة لأدوات جمع البيانات فقد استخدم الباحث أداة الاستبيان لجمع البيانات الأولية من خلال تضمينها ثلاث أقسام رئيسية. ومن بين أهم النتائج المتوصل إليها:

- استخدام التقنيات الحديثة ساهم في زيادة فعالية أنشطة إدارة العلاقات العامة بالشركة السودانية للاتصالات سوداتل وتأثير هذه الأنشطة على جماهير الشركة .
- استخدام التقنية أدى الى تغيير النظرة العامة للجمهور، بل وأدى الى تحسين الصورة الذهنية عن الشركة وخدماتها لدى الجمهور الخارجي.
- الإهتمام بالتقنية الحديثة جعل الشركة في مركز الريادة في مجال الاتصالات المحلية والاقليمية والدولية.
- من مزايا استخدام التقنيات الحديثة في عمل العلاقات العامة أنها ساعدت على تعزيز مكانة المنظمة وتحسين مستوى خدماتها، وسهولة الحصول على آراء الجمهور وتغذيتهم المرتدة وكذلك تدعيم روح الانتماء لدى الموظفين بالمنظمة.

2. دراسة (عياد خيرت محمد، 2019) :

هدفت هذه الدراسة إلى مراجعة بحوث العلاقات العامة الرقمية منذ بداية الالفية الثالثة وفق أسس علمية ومنهجية، من خلال التركيز على رصد أهم الاتجاهات البحثية لهذه الدراسات وأهم نتائجها وأهم الأسس المعرفية والنظريات التي تبنتها والمنهجية التي اتبعتها. وتدرج هذه الدراسة في إطار دراسات المستوى الثاني meta-review، أو ما يعرف بالمراجعة المنظمة منهجياً systematic reviews، من خلال مراجعة وتحليل 115 بحثاً في العلاقات العامة الرقمية خلال الفترة ما بين 2000 الى 2017، واعتمدت الدراسة على مخلصين نظريين أساسيين لها، المدخل الأول متمثلاً في المدخل النظري الذي تبناه Briner and Denyer، في المراجعة المنظمة للدراسات في مجال محدد من خلال تحديد أهم القضايا التي تناولتها. المدخل الثاني هو الذي قدمته ليز فيكتور Victor، والذي يستند على مجموعة من الخطوات في مراجعة الدراسات المختلفة في موضوع محدد.

قد أوضحت نتائج البحوث التي تمت مراجعتها فعالية استخدام العلاقات العامة الرقمية في تحقيق الأهداف الاستراتيجية للمنظمة، كما يلاحظ أن نسبة كبيرة من البحوث التي تم مراجعتها اعتمدت على تبني نظريات ونماذج تؤكد على أن فعالية العلاقات العامة تتوقف على بناء وإدارة علاقات متوازنة بين المنظمة وجمهورها، ومن أهم هذه النظريات نظرية الامتياز، ونظرية الحوار، والنموذج المتمثل في الاتصال، ونظرية إدارة العلاقات، كما تبين أن أكثر المناهج استخداماً في بحوث العلاقات العامة الرقمية هي المناهج الكمية وأهمها المنهج المسحي وكذا تحليل المضمون. كما أوصى الباحث متابعة إجراء المزيد من البحوث المشابهة وفق محاور وآليات جديدة تأخذ بعين الاعتبار فئات الجمهور المستهدف من هذه الدراسات والمضامين التي يتم تحليلها.

3. سارة (شعبان زغلول سارة، 2021) :

هدفت الدراسة الى رصد وتقييم استخدام الشركات المتعددة الجنسيات العاملة في مصر للعلاقات العامة الرقمية في ممارسة أنشطة العلاقات العامة الرقمية وانعكاساتها على أداء ممارسي العلاقات العامة ومعرفة التقنيات المتاحة لإدارات العلاقات العامة بالشركات ومدى استخدامها ومجالات توظيفها، وتدرج هذه الدراسة ضمن مجال الدراسات الوصفية بالاستناد على منهج المسح على

عينة قوامها 84 مفردة من ممارسي العلاقات العامة داخل الشركات محل الدراسة، وباستخدام صحيفة الاستقصاء كأداة جمع للمعلومات وبالارتكاز على النظرية الموحدة لقبول واستخدام التقنية. **ومن بين النتائج التي خلصت إليها الدراسة :**

- تصدرت تطبيقات الواتس اب، الفيس بوك، اليوتيوب، تويتر « مقدمة التطبيقات الأكثر استخداما من قبل ممارسي العلاقات العامة في الشركات محل الدراسة.
- اتفق غالبية ممارسي العلاقات العامة محل الدراسة على أن استخدام تطبيقات العلاقات العامة الرقمية يمكن ممارسي العلاقات العامة من أداء عملهم بصورة أسرع وأفضل بالإضافة الى تسريع نقل الاخبار والقرارات الى العاملين بالشركة وسهولة التواصل والتفاعل مع العاملين بالشركة.
- أظهرت نتائج الدراسة أن أهم الفوائد التي تعود على الشركة من استخدام التطبيقات الرقمية أنها تمثل وسيلة فعالة لمواجهة الأزمات، كما أنها تساهم في سرعة التأثير على سلوك أفراد الجمهور الداخلي والخارجي.

4. دراسة (محمود رشاد أحمد، 2019).

حاول الباحثان من خلال هذه الدراسة تفسير وتحليل الدور الذي تلعبه وسائل وتطبيقات الاتصال الحديثة في تغيير شكل وأنماط وظائف وعلاقات العامة لدى المنظمات، على اختلاف مجالاتها الانتاجية والخدمية، وكذلك لدى الجمهور العام في ممارساتهم اليومية لأشكال التفاعل الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومنصات الإعلام الرقمي، وارتكزت المشكلة البحثية في الإشكالية القائمة بين توصيف المبادئ النظرية وبين واقع التطبيقات العملية لوظائف العلاقات العامة الإلكتروني، ومدى كفاءة هذه الوظائف في تحقيق الأهداف الاتصالية والتسويقية للعلاقات بلعامة، وبحث العوامل المؤثرة في تحقيق هذه الأهداف.

وتتنمي هذه الدراسة إلى الدراسات التحليلية من المستوى الثاني، من خلال تحليل الأدبيات تحليليا كيفيا لما نشر من بحوث ودراسات، بالتطبيق على عينة من بحوث ومؤلفات العلاقات العامة الرقمية العربية والأجنبية قدر عددها 100 بحث ومؤلف، بدءا من عام 2010 الى عام 2018. كما تمثلت أداة جمع البيانات وفتات تحليل بحوث ودراسات العلاقات العامة الإلكترونية في دليل تحليل تضمن الإشكاليات البحثية المثارة في مجال العلاقات العامة الإلكترونية والأطر النظرية والمناهج المستخدمة.

ومن أهم النتائج المتحصل عليها:

- اتفقت الدراسات على سمات التفاعلية، جودة المعلومات، سهولة الاستخدام، التحديث المستمر، كخصائص للمواقع الإلكترونية الفعالة، وهي ذات السمات التي أشارت إليها نظرية الاتصال الحواري عبر الأنترنت.

- طرحت الدراسة مفاهيم جديدة للوظائف العملية للعلاقات العامة الرقمية مثل، الولاء الإلكتروني الإدارة الإلكترونية، الأحداث الخاصة الإلكترونية، المطبوعات الإلكترونية، كلمة الفم الإلكترونية.

- أوضحت الدراسات فاعلية العلاقات العامة الإلكترونية في تنمية الولاء الوظيفي لدى الجمهور الداخلي للمنظمة، وزيادة كفاءة الاتصالات التنظيمية الناشئة بينهم، وذلك بالاستفادة من مزايا

التكنولوجيا الرقمية في تحقيق الولاء الإلكتروني وعقد الفعاليات والأحداث الخاصة بالإلكترونية وما يصاحبها من زيادة فرص التفاعل والمشاركة بين جماهير المنظمة والعاملين فيها.
كما أوصت الدراسة ب:

- توظيف العلاقات العامة الإلكترونية في أساليب الاتصال التنظيمي بين الجمهور الداخلي للمؤسسات.

- التزام المضامين الإلكترونية عبر منصات الاتصال الرقمي بمبادئ الاتصال الحواري الفعال.
- تنظيم الجامعات والمعاهد الأكاديمية للدورات والبرامج التدريبية الهادفة إلى تعليم مهارات التسوق الإلكتروني، وإجادة استخدام التطبيقات التكنولوجية المختلفة.

المحور الثاني: مجال العلاقات العامة والدبلوماسية:

1. دراسة (العطوي فهد بن سويلم، 2018).

- تمثلت مشكلة هذه الدراسة في محاول التعرف على دور العلاقات العامة في فاعلية العمل الدبلوماسي، بالتطبيق على منسوبي وزارة الخارجية السعودية بالرياض، وقد بلغ عدد الاستبانات المستردة الصالحة للتحليل (278) استبانة أثناء فترة إجراء الدراسة من العام الدراسي 1439هـ. استخدمت الدراسة «المنهج الوصفي التحليلي» وهو منهج يقوم بدراسة الظاهرة كما هي، ويصفها بشكل مفصل ودقيق، والتعبير عنها كميًا وكيفيًا. واستخدم الباحث الاستبانة كأداة لجمع البيانات.

أهم النتائج المتوصل إليها:

- أفراد الدراسة موافقون على الدور الذي تقوم به العلاقات العامة في تعزيز فاعلية العمل الدبلوماسي بنسبة (83.8%)، في حين أنهم موافقون على الأساليب التي يمكن أن تستخدمها العلاقات العامة لتعزيز فاعلية العمل الدبلوماسي بنسبة (84%) وكذلك موافقون على وجود معوقات تحد من فاعلية عمل العلاقات العامة في العمل الدبلوماسي بنسبة (80.8%)، كما واتضح أيضاً أنهم موافقون بشدة بنسبة (84.2%) على الوسائل المستخدمة للتغلب على المعوقات التي تحد من فاعلية عمل العلاقات العامة في العمل الدبلوماسي.

ويتضح من الدراسة عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) فأقل في أفراد مجتمع الدراسة حول محاور الدراسة باختلاف المستوى التعليمي، وسنوات الخبرة. ووجدت فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات أفراد الدراسة، حول محور مهام العلاقات العامة في تعزيز فاعلية العمل الدبلوماسي باختلاف تخصص العمل والمعوقات التي تحد من فاعلية العلاقات العامة في تعزيز العمل الدبلوماسي عند مستوى (0.05) فأقل، وكانت الفروق لصالح أفراد مجتمع الدراسة الذين تخصصهم العلاقات العامة.

ومن بين التوصيات التي قدمها الباحث:

• تعيين أفراد أكفاء مؤهلين ومتخصصين في العلاقات العامة، يمكنهم الاضطلاع بمهام الربط بين الإعلام المقروء والمسموع والمرئي والإعلام الجديد والعمل الدبلوماسي. منح العلاقات العامة مستوى إداري متقدم يناسب قدرات موظفيها وخبراتهم. • اختيار العاملين بالعلاقات العامة على

أسس علمية متطورة مناسبة للعمل الدبلوماسي.

2. دراسة (دياب وليد خلف، 2020)

هدفت الدراسة إلى بيان أهمية دور العلاقات العامة في القطاعات الدبلوماسية واستخدمت منهج المسح الميداني، من خلال المسح الشامل لممارسي العلاقات العامة في القطاعات المختلفة المعنية بالدراسة، بالتطبيق على 50 سفارة أجنبية وعربية داخل جمهورية مصر. واستخدم الباحث المنهج المقارن بهدف المقارنة بين السفارات الأجنبية من خلال التركيز على أوجه التشابه وكذا الاختلاف في أساليب ممارسة العلاقات العامة ومستوى الأداء بين هذه السفارات.

وتوصلت هذه الدراسة إلى أن أغلبية الممارسين للعلاقات العامة بتلك السفارات يؤكدون على وجود جهاز علاقات عامة لممارسة هذا النشاط، كما تبين تفهم الإدارة العليا بهذه السفارات لطبيعة عمل العلاقات العامة ووظيفتها وأن العلاقات العامة والدبلوماسية هما وجهان لعملة واحدة.

3. دراسة (زومانا توري، 2020).

هدفت هذه الدراسة إلى مناقشة فاعلية العلاقات العامة الدولية في إنجاح أداء العمل الدبلوماسي في وزارة الخارجية الإيفوارية، واعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي بالاستعانة بأداة الاستبيان لدراسة مجتمع البحث بوزارة الشؤون الخارجية، كما اعتمدت الدراسة على المنهج التاريخي لتتبع التطور التاريخي للدبلوماسية والعلاقات العامة الدولية، واستخدمت الدراسة مجموعة من الأدوات البحثية مثل المقابلة، الملاحظة والاستبيان.

توصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج من أهمها:

-العلاقات العامة الدولية تسعى إلى خلق صورة طيبة لجمهورية كوت ديفوار، إضافة إلى تحقيق التعاون الدولي وتعزيزه وتحقيق التفاهم بين كوت ديفوار والدول المجاورة.

-جهاز العلاقات العامة يستخدم وسائل التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك وتويتر واليوتيوب بدرجة كبيرة لتوجيه الرأي العام.

كما أوصت الدراسة بضرورة توفير جميع الأدوات الحديثة اللازمة للقيام بالنشاط الاتصالي والإعلامي في المجال الدبلوماسي لضمان إنجاز أنشطة العلاقات العامة الدولية بالصورة المناسبة، مع ضرورة توفير ميزانية مناسبة وفق الخطة لإدارة العلاقات العامة الدولية بالوزارة محل الدراسة.

4. دراسة (هاجر ميرزة، 2019) .

حاولت الباحثة من خلال هذه الدراسة مناقشة الجدل القائم حول الدبلوماسية العامة والعلاقات العامة، في محاول للتعرف على أوجه التشابه والاختلاف بينهما، والتعرف على المصطلحات التي نجمت عن التداخل بين المصطلحين

ومن خلال سرد وتحليل دقيق استطاعت الباحثة من الإجابة على تساؤلات بحثها بالاستشهاد بما توصل اليه الباحثون المهتمون بهذه المجالات عالميا، وتوصلت الدراسة إلى أنه توجد اختلافات بينهما وفي نفس الوقت توجد مجالات واسعة للتداخل والتقارب بينهما، ويبقى الاتصال الاستراتيجي الجامع بينهما والذي يهدف إلى التواصل مع الجماهير الأجنبية وبناء علاقات بعيدة المدى معه، كما توصلت إلى أنه العديد من الدراسات ترى أن مصلح العلاقات العامة ومصطلح الدبلوماسية

العامة يتقاربان ويتقاسمان بعض الوسائل والأهداف، وأن المصطلحين يتقاربان إن لم يكن نظريا فبالمارسة.

5. دراسة (عاشور هيا يوسف، 2020) .

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على طبيعة الأنشطة الاتصالية وأسلوب عمل وفعالية البرامج والمشاكل التي تواجه العلاقات العامة في المنظمات الدولية بالأردن، بالإضافة إلى تأثير برامج العلاقات العامة على الجمهور كما يراها ممارسو العلاقات العامة الدولية بالأردن. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي باستخدام أداتي الاستبيان والمقابلة حيث تم توزيع الاستبانة على جميع ممارسي العلاقات العامة في جميع المنظمات الدولية العاملة في الأردن والبالغ عددها 15 منظمة.

من بين أهم النتائج المتوصل إليها:

- أن هناك اتفاقا بين العاملين في العلاقات العامة بالمنظمات الدولية بالأردن على أساليب ممارسة نشاط المنظمات الدولية في الأردن، وأن العاملين في مجال العلاقات العامة من المؤهلين علميا بشكل جيد نظرا لأنهم جميعهم يحملون درجة الماجستير وليهم سنوات خبرة جيدة. وأن الهاتف أكثر الوسائل استخداما من قبل ممارسي العلاقات العامة من أجل التأثير على جمهور المتعاملين مع هذه المنظمات ومن ثم الملصقات فالمجلات والأنترنيت والصحف وأخير التلفزيون والإذاعة

التعليق على الدراسات السابقة وأوجه الاستفادة منها:

- اتسمت بعض هذه الدراسات بأنها موازنة بين الجانب لنظري والجانب التطبيقي، في حين اكتفت أخرى بالتحليل النظري. كما تنوعت الأدوات البحثية التي اعتمدت عليها الدراسات الميدانية بين الملاحظة، المقابلة، الاستبيان، تحليل المضمون وذلك وفقا لأهداف كل دراسة، كما تنوعت العينات حسب موضوع كل منها

- أكدت الدراسات المتعلقة بمجال العلاقات العامة الرقمية على أن استخدام التطبيقات الرقمية أصبح ضرورة حتمية في العصر الحالي نظرا لزيادة فعالية التواصل مع جماهير المؤسسة ورفع كفاءة أنشطة العلاقات العامة. في مقابل ذلك، أكدت الدراسات المتعلقة بالعلاقات العامة والمجال الدبلوماسي على ضرورة الاهتمام أكثر بمجال العلاقات العامة الدولية نظرا لأهميته في تعزيز التعاون بين الدول وتحسين سمعتها على الصعيد العالمي. في هذا السياق، وما هو ملاحظ أن هذه الدراسات اهتمت بالتعرف على أنشطة العلاقات العامة في الهيئات الدبلوماسية دون التركيز على توظيف أدوات الإعلام الجديد في فاعلية العمل الدبلوماسي وعلى هذا الأساس تم تحديد المشكلة البحثية لدراستنا هذه.

إجمالاً، نؤكد على أن كل هذه الدراسات أفادتنا للانطلاق في بحثنا هذا ومهدت الطريق لنا من أجل تحديد موضوع بحثنا بدقة وتوجيهه الوجهة الصحيحة. وما هو ملاحظ كذلك اهتمام البعض من هذه الدراسات بمجال العلاقات العامة الرقمية من حيث استخداماتها بالمنظمات أو من ناحية التركيز على المفهوم في حد ذاته أو رصد الاتجاهات البحثية المعاصرة في مجال العلاقات العامة الرقمية.

الإطار النظري للدراسة:

أولاً: الخلفية النظرية

• النظرية البنائية الوظيفية: The Structural Theory

انطلاقاً من الدور الاتصالي التي تركز عليه العلاقات العامة في المنظمات من خلال إيجاد علاقات طيبة بينها وبين الأطراف التي تتعامل معها وتحسين سمعتها وتحقيق التفاهم المشترك بين المؤسسات والمنظمات وكذا الدول وجماهيرها، واستخدامها في سبيل ذلك التقنيات الحديثة ووسائل الإعلام الجديد، فإن المدخل الوظيفي يعد مدخلاً نظرياً مناسباً لنا من أجل تفسير دور العلاقات العامة الرقمية في تعزيز العمل الدبلوماسي بالمنظمات الدولية ومعرفة كيف يساهم استخدام التقنيات الحديثة في تجسيد أنشطة العلاقات العامة في فاعلية العملية الدبلوماسية بمنظمة التعاون الإسلامي.

والوظيفية هي اتجاه فكري من بين أهم التيارات السائدة وقد حظيت بمسميات عديدة منها «الوظيفية - البنائية الوظيفية» أو الاتجاه الوظيفي، ويشير الاتجاه الوظيفي إلى ضرورة تكامل الأجزاء في إطار الكل أو ما يطبق عليه في بعض الأحيان «تساند الأجزاء» (الرحمن، عبد الله محمد عبد، 2005). ومن أهم رواد النظرية نذكر أوجست كونت، هيربرت سبينسر، دور كايم وميرثون بارسونز .

من مبادئ هذه النظرية:

- النظرية الكلية للمجتمع، يوصفه نسقاً يحتوي على مجموعة من الأجزاء المتكاملة بنائياً والمتساندة وظيفياً لبلوغ النسق وأهدافه، أي أن تحقيق أهداف النسق مرهون (المجتمع) بتكامل أفراده.
- استناد العملية الاجتماعية لتعدد العوامل الاجتماعية وتبادل التأثير والتأثر فيما بينها.
- إن الأنساق الاجتماعية تخضع لحالة من التوازن الدينامي الذي يشير إلى حالة الاستجابة للتغير الخارجي المعززة بآليات التلاؤم والضبط الاجتماعي.
- لا يخلو النسق من التوارث والانحرافات والقصور الوظيفي غير أنها تحل نفسها بنفسها وصولاً للتكامل والتوازن.
- يحدث التغير بصورة تدريجية ملامة أكثر مما يحدث بصيغة فجائية.
- التغير الحاصل إنما يأتي من ثلاثة مصادر أساسية تتمثل في تكيف النسق مع التغيرات الخارجية والنمو الناتج عن الاختلاف الوظيفي والثقافي، والتجديد والإبداع من جانب أفراد النسق وجماعته.

• نظرية الامتياز في العلاقات العامة: The Excellence Theory

بما أن دراستنا هذه تحاول التعرف على دور العلاقات العامة الرقمية في تعزيز العمل الدبلوماسي بالتركيز على منظمة دولية أساس عملها تحقيق علاقات دولية ناجحة مع الأطراف التي تتعامل معها، فإنه لمن المناسب أن نستند على نظرية الامتياز في العلاقات العامة باعتبارها من أنسب النظريات لدراسة المجال الدبلوماسي والتعرف على ممارساته، وفي هذا الصدد يرى يان Yan، أن مبادئ نظرية الامتياز للعلاقات العامة هي نفسها مطبقة في الدبلوماسية العامة (Kathy)

(Fitzpartick, 2013)، كما أثبت علماء العلاقات العامة ملائمة استخدام نظرية الامتياز ونماذج جرونيج الأربعة في دراسة ممارسات الدبلوماسية العامة (عماد المديفر، 2020). وبالرجوع إلى بدايات هذه النظرية، نجد عالم العلاقات العامة Grunig James ورفاقه عام 1976 قاموا بإجراء سلسلة من الدراسات بهدف الكشف عن سلوك العلاقات العامة في المنظمات (Grunig James et al, 1995)، فتوصل عام 1984 إلى أربع نماذج لوصف أساليب ممارسة العلاقات العامة تعرف بنماذج (جرونج وهانت) وهي: نموذج الوكالة الصحفية، نموذج المعلومات العامة، النموذج اللامتوازن ثنائي الاتجاه، والنموذج المتوازن ثنائي الاتجاه (الاء الشيخ، 2021). وبهدف تطوير هذه النماذج الأربعة، والانتقال إلى مرحلة أكثر عمقاً تعد منطلقاً لنماذج الممارسة وبعد تحليل هذه النماذج تم طرح مجموعة من الأبعاد لوصف ممارسة العلاقات العامة في البيئات المختلفة، وتشمل تلك الأبعاد: شكل الاتصال، تأثير الاتصال ومدى توازنه، الوسيلة، والأخلاق (عماد المديفر، 2020).

جدير بالذكر هنا، أنه لم يكن الانتقال من النماذج الأربعة إلى تلك الأبعاد سوى مرحلة انتقالية، مهدت الطريق لجرونج وفريقه لبلورة هذه النتائج والخروج بنظرية شاملة، فمن خلال العمل على النموذج الرابع (النموذج المتوازن ثنائي الاتجاه) وفق الأبعاد الأربعة، وبعد اختبار صلاحيته في مختلف البلدان والثقافات، تمكّن من صياغة نظرية الامتياز في العلاقات العامة وعليه، فنظرية الامتياز هي نظرية عامة للعلاقات العامة نتجت عن دراسة استمرت 15 عاماً لأفضل الممارسات في إدارة الاتصالات بتمويل من مؤسسة أبحاث الرابطة الدولية لمتواصل الأعمال IABC (Grunig James, 2008).

تفترض نظرية الامتياز في العلاقات العامة الحاجة إلى اتجاهين متوازنين في الاتصال بحيث تسعى اتصالات العلاقات العامة لتحقيق المنفعة المتبادلة بين المنظمة وجمهورها، كما توصلت النتائج لنظرية الامتياز إلى نظرية عالمية للعلاقات العامة، والتي توفر مبادئ عامة يمكن تطبيقها بفعالية في معظم الدول.

وتقوم هذه النظرية على مبادئ عامة يمكن تطبيقها في مختلف الثقافات والنظم الاقتصادية والسياسية ونظم وسائل الإعلام ومستويات التنمية المختلفة ودرجة الحراك من بين أهمها (الاء الشيخ، 2021):

- 1- قيمة التواصل كما يراها الرئيس التنفيذي الأعلى لإدارة المؤسسة.
- 2- التفاوض في التحالف المهيمن من أجل المساهمة في المهام الاستراتيجية للمؤسسة.
- 3- الوظيفة المتكاملة للعلاقات العامة.
- 4- ترأس المؤسسة من طرف مدير بدلا من تقني فني.
- 5- نموذج العلاقات العامة المفضل من قبل المؤسسة: يعتبر النموذج المتناسق والمتكامل ذو الاتجاهين من أكثر الأساليب الممتازة لإدارة العلاقات العامة.
- 6- تحقق المؤسسات ذات الثقافة التشاركية والمعتمدة على أعضاء يمثلون هيكلها التنظيمي نتائج ايجابية عالية وعلاقات عامة أكثر فاعلية، كما تساهم النظم الحوارية للاتصال الداخلي والمستوى

العالي من الرضا الوظيفي في تحقيق الامتياز في العلاقات العامة.

7- افترض الباحثون أن إدارة العلاقات العامة المتنوعة تتمكن من فهم جميع فئات الأفراد وتمثيلهم بشكل أفضل في البيئة التنظيمية للمؤسسة.

8- تدرج صفتا الأخلاق الحميدة والنزاهة ضمن الأدوار الوظيفية لدى العلاقات العامة بالتحديد فيما يخص تقديم النصيحة للإدارة العليا.

وعلى هذا الأساس نحاول الاستفادة مما جاءت به هذه النظرية في سبيل التعرف على كيفية مساهمة العلاقات العامة في تعزيز العمل الدبلوماسي بمنظمة دولية لها أهميتها على الصعيد العالمي ممثلة في منظمة التعاون الإسلامي.

ثانيا: العلاقات العامة في العصر الرقمي

العلاقات العامة الرقمية أو الجيل الثاني من العلاقات العامة، العلاقات العامة التفاعلية، العلاقات العامة عبر الأنترنت، العلاقات العامة والفضاء الإلكتروني أو ما أضحى يطلق عليه بـ RP2.0 في المؤسسات والمنظمات، مسميات مختلفة بواقع موحد فرض نفسه على إدارة المنظمة الحديثة، في بيئة رقمية فرضت حتمية الانتقال من العلاقات العامة التقليدية إلى العلاقات العامة التي تعتمد على استثمار الإعلام الاجتماعي، واستخدام القوائم البريدية وتوظيف التطبيقات التكنولوجية واستخدام الأنفوجرافيك من تحويل البيانات والمعلومات والمفاهيم المعقدة إلى صور ورسوم يمكن فهمها واستيعابها بوضوح وسلاسة.

وإذا ما ركزنا على مفهوم «العلاقات العامة الرقمية» نجد أنه يتكون من شقين: العلاقات العامة والرقمية، حيث تعرف بأنها إدارة الاتصال بين المنظمة وجمهورها من خلال استخدام تطبيقات الأنترنت بما تتضمنه هذه التطبيقات من الموقع الإلكتروني والألعاب الإلكترونية وخدمات الرسائل النصية التي تقدم المعلومات عبر الأنترنت، ودمج النصوص والجغرافيك والصور ومقاطع الفيديو (حاتم علي حيدر الصالحي ، 2021).

كما يعرفها، حسين نيازي صيفي على أنها عملية اتصال استراتيجي رقمي تبني علاقات منفعة متبادلة بين المنظمة وجمهورها (حسين نيازي الصيفي، 2020). ويعرفها آخرون على أنها ممارسة الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة عبر الفضاء الإلكتروني وشبكة المعلومات الدولية. ومن المعروف أنه من خلال العلاقات العامة عبر الأنترنت يستطيع الجمهور التفاعل مع المنظمات فوراً وتزامنياً، بكل يسر وسهولة، كما يتعاضد دور العلاقات العامة الرقمية أثناء الأزمات والكوارث ولعل أزمة كورونا أبرز دليل عن ذلك، أين فرضت التقنية نفسها بقوة في كل المنظمات وعلى كافة القطاعات.

عملياً، سمحت أدوات الإعلام الجديد كالمواقع الإلكترونية والمدونات والشبكات الاجتماعية مرونة وديناميكية على أداء أقسام العلاقات العامة في المؤسسات. فمع استخدام شبكة الأنترنت في مجال ممارسة العلاقات العامة، حلت خدمات البريد الإلكتروني محل البريد الورقي، واستطاع ممارس العلاقات العامة استخدام أسلوب مراقبة البحث على موقع المنظمة للحصول على تغذية عكسية

فورية، وصار بالإمكان القيام باستطلاعات الرأي بالبريد الإلكتروني وتلقي الشكاوى واستخدام المجموعات الإخبارية ومنتديات الدردشة لمناقشة الموضوعات المشتركة وتصميم منتدى للعلاقات العامة وتنظيم المقابلات الشخصية على الأنترنت (حاتم محمد عاطف، 2015).
وعليه، فإن العلاقات العامة الرقمية هي مستقبل العلاقات العامة لا محالة، ولا يمكن أبدا تجاهل أهمية استخدام تطبيقات الأنترنت وتوظيف الذكاء الاصطناعي في هذا المجال، بل صار ذلك ضرورة حتمية من أجل تطوير ممارسات العلاقات العامة ومواكبة كل التغيرات التي تتسارع بقوة عالميا.

ثالثا: العلاقات العامة الدولية والعمل الدبلوماسي...أي علاقة؟

لقد تشعبت مجالات العلاقات العامة وتوسعت لتصل إلى مجال العلاقات الدولية أو العلاقات الحكومية، خاصة مع تصاعد العولمة الذي ساهم في تعظيم دورها على مستوى مختلف المجالات الدولية في محاولة لكسب الرأي العام وتأييده وكذلك كسب الثقة بين المؤسسات والمنظمات والدول وبين جماهيرها. وبالرغم من عدم الاتفاق بين الباحثين على تعريف موحد للعلاقات العامة الدولية بالنظر إلى بعض المتغيرات، إلا أنه يمكن لنا تعريفها حسب ويلكوكس Wilcox بأنها الجهود المخططة والمنظمة لشركة ما أو حكومة ما لتحقيق علاقات تبادلية مع الجماهير من دول أخرى (منال مزاهرة، 2015).

ويجدر بنا في المستهل الإشارة إلى أنه يوجد البعض من الباحثين ممن يفرقون بين الدبلوماسية العامة والعلاقات العامة من بينهم Antony Pratkanis الذي يعتبر بأن العلاقات العامة قد شكلت فقط إحدى النماذج الشعبية والأساسية لتحقيق غايات الدبلوماسية، وتتفق معه Nancy Snow، إلا أنها حددت أكثر الاختلاف بينهما في أن العلاقات العامة هي تقنية أكثر منها استراتيجية (ميرزة هاجر، 2019). في مقابل ذلك، يرى البعض الآخر من الباحثين والمهتمين بأن العلاقات العامة الدولية هي بمثابة نقطة التقاطع بين العلاقات العامة والدبلوماسية، نظرا لما يمكن لأنشطة العلاقات العامة أن تحدثه في المجال الدبلوماسي خاصة مع التطور التكنولوجي الحاصل وثورة الاتصالات والمعلومات وبروز الدبلوماسية الرقمية التي سماها البعض بالثورة في عالم العلاقات العامة الدولية من خلال استثمار التقنيات الرقمية والشبكات الاجتماعية في سبيل إدارة الاتصال والعلاقات بين مختلف دول العالم وكذا المنظمات الدولية بشكل يتسم بالتناغم والتفاهم المشترك. وتعتبر اليوم عملية الاتصال من المهام المرتبطة بالعمل الدبلوماسي، مما جعل بعض فروع العلوم السياسية يعتبر الاتصال والإعلام والعلاقات العامة الدولية فرعا من فروع دراسة الدبلوماسية (على عبد الفتاح كنعان، 2014). وتمثل الدبلوماسية إحدى الأدوات الأساسية لتوجيه العلاقات الدولية، فالدبلوماسية على صلة وثيقة بالإعلام والعلاقات العامة والرأي العام، بل أصبحت هذه الصلة أهم الأسلحة الدبلوماسية التي تنمو ويتعاظم تأثيرها على مر الزمن (العطوي فهد بن سويلم، 2018).
في السياق ذاته، فإن وظيفة العلاقات العامة في إطار العلاقات الخارجية تتجسد في تطويع المهمة الاتصالية وتحويلها إلى أداة دبلوماسية بحيث تبدو وكأنها المهمة الدبلوماسية نفسها، وأن وظيفة العلاقات العامة -التي أهلتها للتكامل مع وظيفة الدبلوماسية- جاءت من دورها الرئيس

المطلوب في توفير الانسجام والتناغم بين المصالح التي تهدف المؤسسات والمنظمات الاسلامية الى تحقيقها وبين متطلبات السياسة الدولية للدول التي تتعامل معها هذه المنظمات (العطوي فهد بن سويلم، 2018). كما تسعى كل من العلاقات العامة الدولية والدبلوماسية إلى بناء السمعة وإدارة العلاقات، الحوار والشفافية، الثقة والالتزام، والالتفاف حول مصادر الاتصال، (Bouzanis Jason, 2009). بالإضافة إلى اشتراكهما في بعض الأهداف العملية خاصة ما تعلق بوضع أجدناتهم الإعلامية وتشكيل الخطابات العامة. وعندما تعتمد الجماهير على الأهداف المتطابقة مع أهداف الاستراتيجية الاتصالية لكل من العلاقات العامة الحكومية والدبلوماسية، يكونا بذلك قد اكتسبا ميزة سياسية تنظيمية كبيرة (Hopkins Alexander, 2015). ومما سبق ذكره، يظهر لنا -بوضوح التقارب بين العلاقات العامة والعمل الدبلوماسي اللذان يتكاملان لتنفيذ السياسة الخارجية للدولة أو المنظمة الدولية، في سبيل تحقيق أكبر قدر ممكن من الأهداف المرجوة.

وجدير بالذكر هنا الإشارة إلى أن الدبلوماسية الرقمية التي تمثل اليوم شكل جديد من أشكال الدبلوماسية العامة، حيث تستخدم الأنترنت وتقنية المعلومات والاتصالات الجديدة كوسيلة لتعزيز العلاقات الدبلوماسية وتعرف على أنها هي استخدام الأنترنت وتقنيات الاتصال والمعلوماتية الجديدة للمساعدة على تنفيذ الأهداف الدبلوماسية (Fergus Hanson, 2012)، ويرى ايفان بوتير أن الدبلوماسية الرقمية تشير اساسا إلى الممارسات الدبلوماسية من خلال التقنيات الرقمية والشبكات بما في ذلك الأنترنت والأجهزة المحمولة وقنوات وسائل الاعلام الاجتماعية (Evan Potter, 2002). إجمالاً تتعدد تسميات الدبلوماسية الرقمية، ولكن في المحصلة تشير الى استخدام أدوات الأنترنت، وظهرت بذلك مفاهيم جديدة منها الدبلوماسية عبر تويتر والدبلوماسية باستخدام الفيسبوك» الدبلوماسية الالكترونية وتعتبر من الأشكال الجديدة التي جاءت استجابة للتطور التكنولوجي، لا سيما بعد ظهور شبكات التواصل الاجتماعي التي أصبحت ميدانا عالميا وغير مقتصر على فئة معينة، بل تستخدمه الدول والحكومات والأحزاب وحركات المجتمع المدني وحتى عموم الجمهور.

رابعاً: منظمة التعاون الاسلامي...الصوت الجامع للمسلمين

تستخدم الدبلوماسية كإحدى الأدوات والأساليب الأساسية لتنفيذ أهداف وسياسات المنظمات والهيئات الإسلامية في تعزيز الصورة الإيجابية، لاسيما مع التطور المتسارع لوسائل الاتصال التي كان لها الأثر البالغ في تغيير عمل وفاعلية الدبلوماسية، إضافة إلى زيادة حجم الأسرة الدولية. وتؤدي البعثات الدائمة لدى المنظمات الدولية دورا مهما في إدارة العلاقات الخارجية للدول وهي تتدرج في إطار الدبلوماسية متعددة الأطراف وليس ضمن الدبلوماسية الثنائية. فالبعثة الدائمة لدى المنظمات الدولية قوامها علاقة ثلاثية الأطراف بين دولة موفدة ومنظمة دولية ودولة مضيفة للمنظمة الدولية (محمد خليل الموسى، 2005). وقد أكدت الدبلوماسية أنها ظاهرة مرنة ومتجددة، حيث أنها تتطور وبقوة مع تطور العلاقات الدولية وثورة الاتصالات وتشابك المصالح الدولية وتحولات التنظيم الدولي ذاته (دياب وليد خلف، 2020). وفي هذا الإطار، نلفت الانتباه إلى أنه في دبلوماسية المنظمات الدولية تركز أهم وظائف

الدبلوماسية في التمثيل وتوصيد الاتصالات والتفاوض والتحقق من الأنشطة التي تجري داخل المنظمة والتقارير عنها وترقية التعاون من أجل تحقيق الأهداف والمبادئ التي يربو إليها التنظيم الدولي، بالإضافة إلى إبراز وجهات نظر الأطراف المعنية في كل ما يناقش من مسائل (دياب وليد خلف، 2020).

ومن بين المنظمات الدولية الأكثر اهتماماً بشؤون المسلمين ومصالحهم، نذكر منظمة التعاون الإسلامي التي تعد ثاني أكبر منظمة دولية بعد الأمم المتحدة، حيث تضم في عضويتها سبعا وخمسين دولة موزعة على أربع قارات. وتُمثل المنظمة الصوت الجماعي للعالم الإسلامي وتسعى لحماية مصالحه والتعبير عنها دعماً للسلام والانسجام الدوليين وتعزيزاً للعلاقات بين مختلف شعوب العالم. وقد أنشئت المنظمة بقرار صادر عن القمة التاريخية التي عُقدت في الرباط بالمملكة المغربية في 12 من رجب 1389 هجرية (الموافق 25 من سبتمبر 1969 ميلادية) ردًا على جريمة إحراق المسجد الأقصى في القدس المحتلة. وتتكون منظمة التعاون الإسلامي من عدد من الأجهزة المتفرعة واللجان الدائمة وكذا المؤسسات التابعة (العثيمين يوسف احمد، 2017).

عُقد في عام 1970 أول مؤتمر إسلامي لوزراء الخارجية في جدة بالمملكة العربية السعودية، وقرر إنشاء أمانة عامة يكون مقرها جدة ويرأسها أمين عام للمنظمة. وجرى اعتماد ميثاق منظمة التعاون الإسلامي في الدورة الثالثة للمؤتمر الإسلامي لوزراء الخارجية في عام 1972. ووضع الميثاق أهداف المنظمة ومبادئها وغاياتها الأساسية المتمثلة بتعزيز التضامن والتعاون بين الدول الأعضاء. وارتفع عدد الأعضاء خلال ما يزيد عن أربعة عقود بعد إنشاء المنظمة من ثلاثين دولة، وهو عدد الأعضاء المؤسسين، ليلعب سبعا وخمسين دولة عضواً في الوقت الحالي. وتم تعديل ميثاق المنظمة لاحقاً لمواكبة التطورات العالمية، فكان اعتماد الميثاق الحالي في القمة الإسلامية الحادية عشرة التي عُقدت في دكار، عاصمة السنغال عام 2008 ليكون الميثاق الجديد عماد العمل الإسلامي المستقبلي بما يتوافق مع متطلبات القرن الحادي والعشرون (<https://www.oic-oci.org>).

تتولى المنظمة باعتبارها الإطار الجامع لدول العالم الإسلامي، تقديم الصورة الصحيحة للإسلام كدين تسامح والدفاع عن الجاليات المسلمة في الغرب. وتؤدي منظمة التعاون الإسلامي دورين أساسيين فهي من جهة تعد منتدى لمناقشة القضايا والمسائل ذات الاهتمام المشترك، ومن جانب آخر تمثل منبرا للاضطلاع بالأدوار والمواقف الفردية والجماعية الخاصة بالشؤون الدولية والتنسيق بين تلك الأدوار والمواقف. كما تتولى المنظمة وضع أطر للعمل الموجه نحو تعزيز مصالح الدول الأعضاء وتحقيق أهدافها وطموحاتها، وهي بمثابة الأرض الذي تنمو عليها بذرة العلاقات الخارجية لدولها الأعضاء (احسان أوغلو أكمل الدين، 2013). وتتيح منظمة التعاون الإسلامي لدولها الفرصة للحصول على دعم وتعاون سياسي من دول العالم الإسلامي استنادا إلى فكرة التضامن الإسلامي. خاصة لما كانت الدبلوماسية هي نتاج للعلاقات الدولية والأساس الذي يتبنى عليه العلاقات المعاصرة، فهي أحد أهم عناصر القوة الناعمة التي تستخدمها الدول وكذا المنظمات للترويج عن أفكارها وأهدافها، فصارت الأساليب الدبلوماسية هي أساس الاتصال وتبادل المنفعة بين الجماعات والدول والمنظمات والهيئات لتحقيق السلام والتفاهم المشترك وإقامة علاقات طيبة

متبادلة وخاصة مع ثورة العالم الرقمي وتعاضم دور شبكات التواصل الاجتماعي وتطبيقات الهواتف الذكية التي مكنت من مواكبة الأوضاع الجديدة في المجتمع الدولي المعاصر .
تعد منظمة التعاون الاسلامي صرحا هاما للعمل الإسلامي المشترك تضم في عضويتها 57 دولة يمثلون خمس سكان العالم، فضلا عن كونها تجسيدا لفكر تضامني إسلامي تزداد الحاجة اليه مع مر الزمن، هي منظمة دولية الثائية على مستوى العالم من حيث العضوية بعد الأمم المتحدة ، تم إنشاء المنظمة سنة 1969 بموجب قرار اتخذته خمس وعشرون دولة، وتضم الان في عضويتها 57 دولة . وتؤدي منظمة التعاون الاسلامي دورين أساسين، فهي من جانب تعد منتدى لمناقشة القضايا والمسائل ذات الاهتمام المشترك ومن جانب آخر تمثل منبرا للاضطلاع بالأدوار والمواقف الفردية والجماعية الخاصة بالشؤون الدولية والتنسيق بين تلك الأدوار والمواقف. كما تتولى المنظمة وضع الاطر للعمل الموجه نحو تعزيز مصالح الدول الأعضاء وتحقيق أهدافها وطموحاتها (مركز الأبحاث الاحصائية والاجتماعية).

فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين درجة استخدام عينة الدراسة لتطبيقات العلاقات العامة الرقمية وبين الفوائد التي تتحقق نتيجة استخدامها.
الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين استخدام عينة الدراسة للتطبيقات الرقمية للقيام بأنشطة العلاقات العامة وبين حرص المبحوثين على الدفاع عن قضايا الاسلام والمسلمين.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين استخدام المبحوثين للتطبيقات الرقمية للقيام بأنشطة العلاقات العامة وبين المتغيرات الديموغرافية المتمثلة في (النوع - العمر -سنوات الخبرة).

الاجراءات المنهجية للدراسة:

نوع الدراسة ومنهجها:

تنتمي هذه الدراسة الى الدراسات الوصفية التي تستهدف تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة أو دراسة الحقائق الراهنة والمتعلقة بطبيعة الظاهرة الراهنة أو موقف أو مجموعة من الأوضاع، وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها. ويعرف المنهج الوصفي على أنه «طريقة لوصف الظاهرة المدروسة وتصويرها كميًا، عن طريق جمع معلومات مقننة عن المشكلة وتصنيفها، وإخضاعها للدراسة الدقيقة (عامر مصباح، 2010)». وتسعى الدراسة الحالية الى رصد استخدام وتوظيف العلاقات العامة الرقمية بمنظمة التعاون الاسلامي لتعزيز العمل الدبلوماسي ودعم قضايا الاسلام والمسلمين دوليا، وعلى هذا الأساس فالمنهج الوصفي التحليلي هو الأنسب لهذه الدراسة.

مجتمع البحث وعينته:

مجتمع البحث في هذه الدراسة هو جميع ممارسي العلاقات العامة بمنظمة التعاون الإسلامي والأجهزة المتفرعة عنها بالعالم، أما عينة الدراسة فتمثلت في ممارسي العلاقات العامة بمقر الأمانة العامة لمنظمة التعاون الإسلامي بمدينة جدة وبلغ عددهم 30 ممارسا للعلاقات العامة، حيث تمت عملية توزيع الاستبيان الإلكتروني الأسئلة بهدف الحصول على إجابات عن التساؤلات المطروحة.

خصائص العينة :

جدول رقم 1: يوضح خصائص عينة الدراسة

العينة	التكرار	النسبة المئوية
النوع	الذكور	70%
	الإناث	30%
السن	اقل من 30 سنة	6.7%
	من 30 سنة الى 39 سنة	30%
	من 40 سنة الى 49 سنة	40%
	من 50 سنة فما فوق	23.3%
سنوات الخبرة	من سنة الى 5 سنوات	20%
	من 6 سنوات الى 10 سنوات	23.3%
	من 11 سنوات الى 15 سنة	56.7%
المؤهل العلمي	مستوى ثانوي	3.3%
	بكالوريوس	36.7%
	ماجستير	26.7%
	دكتوراه	33.3%

يظهر لنا من خلال بيانات الجدول السابق توزيع عينة الدراسة وفقا لمتغير النوع بين 70% ذكور و30% إناث، ووفقا للسن يتوزع المبحوثين بين أعلى نسبة وهي 40% بالنسبة للفئة العمرية من

(40-49 سنة)، تليها نسبة 30% بالنسبة للفئة العمرية من (30-39 سنة)، ثم 23.3% بالنسبة للفئة العمرية من (50 سنة فما فوق) ثم نسبة 6.7% بالنسبة للفئة العمرية أقل 6.7%. بالنسبة لمتغير سنوات الخبرة فتتوزع العينة بين نسبة 56.7% ممن لديهم من 11 إلى 15 سنة خبرة، ثم نسبة 23.3% ممن لديهم بين 6 إلى 10 سنوات خبرة، يليها نسبة 20% ممن لديهم خبرة تتراوح بين سنة إلى 5 سنوات. أما بالنسبة للمؤهلات العلمية لأفراد عينة الدراسة فنجد أغلبهم من حاملي شهادة بكالوريوس بالنسبة 36.7% ونسبة ثانية 33.3% من حاملي شهادة الدكتوراه ثم 8% من حاملي شهادة الماجستير و 3.3% فقط بالنسبة للمستوى الثانوي.

أدوات جمع البيانات:

تم الاستعانة في هذه الدراسة بالاستبيان وهو أحد الأساليب التي تستخدم في جمع البيانات الأولية من مفردات المجتمع وذلك من خلال صحيفة الاستقصاء بحيث يتم توجيه مجموعة من الأسئلة المعدة مسبقاً حول المشكلة أو القضية موضوع البحث (عبد الله حمدخالد، 2012). وقد تم بناء الاستبانة بالاستناد على أهداف الدراسة وبما يتوافق مع التساؤلات المطروحة وبالرجوع إلى الدراسات السابقة والأخذ بأراء الخبراء والمهتمين بهذا المجال البحثي. حيث تم تضمينها بمجموعة من الأسئلة عبر محاور موضوعية عبرت في مجملها عن الأهداف الكلية للدراسة. كما تم الارتكاز على مقياس ليكرت الخماسي الأكثر استخداماً في العديد من البحوث، بالنظر لسهولة فهمه ودقة درجاته من خلال المستويات الآتية:

درجات مقياس ليكرت الخماسي

الاستجابة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
الدرجة	1	2	3	4	5

صدق وثبات الاستبيان:

الصدق والثبات:

• اختبار الصدق: (Validity)

ويقصد به صدق المقياس المستخدم ودقته في قياس المتغير النظري أو المفهوم المراد قياسه، وللتحقق من صدق المقياس المستخدم في البحث، وتم القيام بعرض البيانات (صحيفة الاستبيان) على مجموعة من الخبراء والمتخصصين في مناهج البحث والإعلام والإحصاء، إجراء بعض التعديلات بناء على آرائهم واقتراحاتهم بحيث أصبحت تقيس بالفعل ما صممت لقياسه وتحقق أهداف الدراسة.

• اختبار الثبات: (Reliability)

يعنى محاولة تخفيض نسب التباين لأقل حد ممكن من خلال السيطرة على العوامل التي تؤدي

لظهوره في كل مرحلة من مراحل البحث، وهو ما تم على النحو التالي:
تم تطبيق اختبار الثبات على عينة تمثل 10% من العينة الأصلية بعد تحكيم صحيفة الاستبيان،
ثم أعيد تطبيق الاختبار مرة ثانية على عينة 5% من المبحوثين بعد أسبوعين من الاختبار الأول،
والذي وصل إلى 93%، مما يؤكد ثبات الاستمارة وصلاحياتها للتطبيق وتعميم النتائج.
وقد تم التأكد من صدق فقرات الاستبيان بطريقتين هما:

1- الصدق الظاهري (صدق المحكمين)

وتم ذلك بعرض الاستبيان على مجموعة من الأساتذة بهدف التأكد من صحة وسلامة لغة الاستبيان.

2- طريقة ألفا كرونباخ

ألفا كرونباخ: مقياس أو مؤشر لثبات الاستبيان كطريقة ثانية لقياس الثبات. ولذلك قامت الباحثة بحساب معامل الثبات لكل العبارات المرتبطة بالاستبيان. ويتم دراسة ثبات أداة الدراسة من خلال قيمة معامل الثبات كرونباخ ألفا (Alpha Cronbach) لكل بعد، يقيس هذا المعامل الاتساق الداخلي في فقرات الاستبانة. وحسب دراسة للباحثين «Strong» و «Hensley» فإنه حتى يتحقق ثبات الأداة يجب أن يكون معامل كرونباخ ألفا أكبر أو يساوي 0,60. وقد بلغت قيمة معامل ألفا لجميع فقرات الاستبانة 0.863

أساليب المعالجة الإحصائية:

لقد قامت الباحثة بتفريغ وتحليل الاستبيان من خلال برنامج Spss الاحصائي وتم استخدام الاختبارات الإحصائية التالية:

- النسب المئوية والتكرارات
 - معامل ارتباط بيرسون لقياس صدق الفقرات
 - اختبار ألفا كرونباخ لمعرفة ثبات فقرات الاستبيان
 - اختبار T-Test
 - اختبار One Way ANOVA أحادي الاتجاه
- الحدود المكانية: تم إجراء الدراسة بمدينة جدة بالمملكة العربية السعودية بالتطبيق على منظمة التعاون الإسلامي.

الحدود الزمنية: امتدت الدراسة الميدانية على مدار شهري نوفمبر - ديسمبر 2021 .

النتائج العامة للدراسة:

1- مدى استخدام عينة الدراسة للتطبيقات الرقمية أثناء القيام بأنشطة العلاقات العامة الرقمية:

جدول رقم 2 يوضح يمثل استخدام أفراد العينة للتطبيقات الرقمية أثناء القيام بأنشطة العلاقات العامة

استخدام أفراد العينة للتطبيقات الرقمية	ك	%	م، ح	م، إ
دائما	22	73.3	1.26	0.44
أحيانا	08	26.7		
نادرا	00	00		
المجموع	30	100		

يتضح من الجدول السابق:

أن غالبية عينة الدراسة من ممارسي العلاقات العامة بمنظمة التعاون الإسلامي يستخدمون التطبيقات الرقمية أثناء القيام بأنشطة العلاقات العامة بصفة دائمة وذلك بنسبة %73.3، بينما تستخدم نسبة 26.7% تلك التطبيقات أحيانا، كما تشير نتائج الجدول السابق إلى ارتفاع استخدام أفراد العينة للتطبيقات الرقمية أثناء القيام بعملهم وذلك بمتوسط حسابي بلغ 1.26، وانحراف معياري بلغ 0.44.

يمكن تفسير نتائج هذا الجدول بأن استخدام التطبيقات الرقمية في العصر الحالي أصبح ضرورة ملحة في كل المجالات الحياتية وكذا المهنية وعلى اختلاف تخصصاتها بما فيها مجال العلاقات العامة الدولية الذي يتطلب التواصل الدائم والتفاعلي مع مختلف الجماهير والأطراف ذات الصلة، خاصة وأن التقنيات الاتصالية الحديثة لها من المميزات ما يجعلها تيسر وتسهل التواصل في مختلف أنحاء العالم وفقا للترانزية واللامكانية التي جعلت العالم بمثابة قرية واحدة على حد تعبير العالم مارشال مكلوهان.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة سارة شعبان زغلول (زغلول سارة شعبان، 2021) والتي توصلت إلى ارتفاع معدل استخدام تطبيقات العلاقات العامة الرقمية في ممارسة أنشطة العلاقات العامة، كما تتفق كذلك مع ما توصلت إليه دراسة (محمود رشاد وسمر مهران 2019) من أهمية تضمين وظائف العلاقات العامة الرقمية في المجالات الحياتية المختلفة بكافة المنظمات الانتاجية والخدمية بهدف تسيير الأعمال ومواكبة متغيرات التحول نحو التكنولوجيا الرقمية بكافة المجالات ويكاد يجمع الباحثون المهتمون بالعلاقات العامة على أن الأنترنت تؤثر إيجابيا في ممارسة العلاقات العامة إذ يرى شل هوتز أن الأنترنت تمثل أكثر الأدوات التي تم استخدامها في العلاقات العامة وأكثرها أهمية على الإطلاق فقد غيرت الأنترنت الطريقة التي تتواصل بها المنظمات داخليا مع منتسبيها وخارجيا مع جماهيرها (وليد خلف دياب، 2020).

2- أكثر التطبيقات الرقمية استخداما من طرف عينة الدراسة:

جدول رقم 3 يوضح أكثر التطبيقات الرقمية استخداما من طرف أفراد العينة

م.إ	م، ح	تستخدم نادرا		تستخدم احيانا		تستخدم دائما		أكثر التطبيقات استخداما من طرف ممارسي العلاقات العامة بمنظمة التعاون الإسلامي
		%	ك	%	ك	%	ك	
0.83	2.00	33.3	10	33.3	10	33.3	10	تويتر
0.83	2.3	53.3	16	23.3	07	23.3	07	فايسبوك
0.83	2.3	53.3	16	23.3	07	23.3	07	انستغرام
0.77	2.4	60	18	23.3	07	16.7	05	سناب شات
0.89	2.5	60	18	13.3	04	20	06	تلغرام
0.85	2.4	46.7	14	30	09	16.7	05	لينكين
0.48	1.2	03.3	01	13.3	04	83.3	25	الواتس اب
0.56	1.4	0.3.3	01	36.7	11	60	18	زوم
0.18	1.0	-	-	03.3	01	96.7	29	البريد الالكتروني
0.58	1.2	6.7	02	13.3	04	80	24	الموقع الالكتروني

يتضح من الجدول السابق:

- تصدر البريد الالكتروني مقدمة أكثر التطبيقات استخداما من طرف ممارسي العلاقات العامة بمنظمة التعاون الإسلامي بمتوسط حسابي بلغ 1.0، وقد تنوعت أشكال الاستخدام بين ما يستخدمه بشكل دائم بنسبة 96.7% وبين من يستخدمونه بشكل غير منتظم بنسبة 03.3%. وتفسر الباحثة ذلك كون ان البريد الالكتروني من بين الوسائل التي تسمح للمستخدمين بمراسلة الأفراد والجماعات من خلال إنشاء قوائم بريدية يمكن تحديثها باستمرار ترسل إليها البيانات والمعلومات كما يمكن للمستخدم تسجيل بريده الالكتروني على مواقع تهمة للحصول على نشراتها وخدماتها، كذلك يسمح البريد الالكتروني بالاتصال مع الجمهور الداخلي والخارجي للمنظمة بصورة سريعة والتعرف على ردود الفعل اتجاه المنظمة وسياساتها وأنشطتها وتقديم خدمات ومعلومات دورية للجمهور (البشير الأمين، 2016).

- احتل تطبيق الواتساب المرتبة الثانية من بين أكثر التطبيقات الرقمية استخداما من طرف ممارسي العلاقات العامة بمنظمة التعاون الإسلامي بمتوسط حسابي بلغ 1.2 وانحراف معياري

بلغ 0.48، وتستخدم أكبر فئة من افراد العينة هذا التطبيق بصفة دائمة بنسبة 83.3%، في حين تستخدم نسبة 13.3% تطبيق الواتساب بصفة غير منتظمة «أحيانا» ويمكن تفسير ذلك بأن تطبيق الواتس أب هو من أكثر التطبيقات انتشارا في العالم نظرا لأنه يسمح بالتواصل السهل والفعال بين الأشخاص ومشاركة الرسائل والصور والفيديوهات والملفات الكبيرة الحجم، كما يتيح إمكانية التواصل مع أكثر من شخص في آن واحد من خلال إنشاء مجموعات للتواصل في وقت واحد. ومن أكبر المميزات في خدمة الواتس أب أنه يوفر ميزة التشفير حيث تصبح المكالمات والرسائل آمنة وبها خصوصية كبيرة.

- جاء الموقع الإلكتروني في المرتبة الثالثة ضمن التطبيقات الرقيمة الأكثر استخداما من طرف ممارسي العلاقات العامة بمنظمة التعاون الإسلامي بمتوسط حسابي بلغ 1.2، وانحراف معياري بلغ 0.58، وقد تنوعت أشكال الاستخدام بين من يستخدمونه بصفة دائمة وهي أكبر فئة وبنسبة 80%، وبين من يستخدمونه بصفة غير منتظمة «أحيانا» بنسبة 13.3 %، والفئة الأقل تستخدمه «نادرا» بنسبة 1.2%، ويمكن تفسير ذلك بأن الموقع الإلكتروني هو المتسع الذي يتجول فيه جمهور المنظمة (Marsh David, 2003) جاء تطبيق الزووم في المرتبة الرابعة فيما يخص أكثر التطبيقات الرقيمة استخداما من طرف ممارسي العلاقات العامة بمنظمة التعاون الإسلامي بمتوسط حسابي بلغ 1.4، وقد تنوعت أشكال الاستخدام بين من يستخدمه بصفة دائمة وذلك بنسبة 60 بالمئة، في حين نسبة 36.7 بالمئة من أفراد العينة تستخدم تطبيق الزووم أحيانا .

- يمكن تفسير ذلك بأن برنامج الزووم هو أحد أفضل التطبيقات لعقد الاجتماعات ومؤتمرات الفيديو وقد هيمن بقوة بعد انتشار جائحة كورونا، فهو عبارة عن خدمة سحابية تمكن من مشاركة المحتوى والتعاون ومشاركة الفيديو والصوت والشاشة عبر مجموعة واسعة من الأجهزة والمنصات، كما يوفر إمكانية تسجيل الاجتماع وبمساحة تخزين سحابية غير محدودة.

- في المرتبة الخامسة جاء موقع تويتر بمتوسط حسابي بلغ 2.00، حيث يستخدمه 33.3 بالمئة من أفراد العينة بصفة دائمة و33.3 بالمئة أحيانا، وكذلك 33.3 بالمئة نادرا وبهذا الشكل فقد تساوت النسب بين جميع أشكال الاستخدام .

- يلي تطبيق تويتر، موقع الفايسبوك وموقع انستغرام بنفس المتوسط الحسابي الذي بلغ 2.3، وبنفس نفس نسب أشكال الاستخدام حيث تستخدمها نسبة 23.3 بالمئة بصفة دائمة و23.3 بالمئة أحيانا و53.3 بالمئة نادرا، ما يبين قلة الاستخدام لهذين الموقعين من قبل ممارسي العلاقات العامة بمنظمة التعاون الإسلامي ويمكن تفسير ذلك بأن العديد من الدول والمنظمات بما فيها الدولية تبحث عن كيفية استغلال مواقع التواصل الاجتماعي في ممارساتها الدبلوماسية بغية زيادة التأثير في العالم الخارجي وتحقيق أهداف سياستها الخارجية، وفي هذا السياق نشير إلى أن مفهوم دبلوماسية تويتر (عبد القادر دندن ، 2021) قد انتشر في المجال الدبلوماسي ليشير إلى استخدام موقع التدوين المصغر من قبل الدبلوماسيين من أجل أهداف الدبلوماسية، وتعد ظاهرة الدبلوماسية عبر تويتر ظاهرة جديدة من أجل مخاطبة الجمهور وإيصال رأيهم بشكل مباشر، كما أنه أكثر فعالية في الاستماع للأفراد والمواطنين والجمهور الأجنبي الذي يسعى الدبلوماسيون من خلاله

للتسويق لدولهم ومنظماتهم

- أما تطبيق التلغرام ، لينكدن وسناب شات فجاءت في آخر المراتب بالنسبة لأكثر التطبيقات استخداما من قبل ممارسي العلاقات العامة في منظمة التعاون الاسلامي.
- 3- دوافع وأسباب استخدام ممارسي العلاقات العامة بمنظمة التعاون الإسلامي للتطبيقات الرقمية أثناء القيام بعملهم:

جدول رقم 4 يوضح دوافع وأسباب استخدام ممارسي العلاقات العامة للتطبيقات الرقمية أثناء القيام بعملهم

م ، ح ، م ، إ ، م	م ، ح ، م ، إ ، م	غير موافق بشدة		غير موافق		محايد		موافق		موافق بشدة		دوافع وأسباب الاستخدام
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
0.4	1.2	00	00		00		00	20	06	80	24	أصبحت ضرورة ملحة
0.5	1.3	00	00		00	3.3	01	30	09	66.7	20	تسهل العمل وتيسره
0.4	1.3	00	00		00		00	30	09	70	21	تسهل الاتصال التفاعلي
0.8	1.4	00	00	3.3	01	10	03	13.3	04	73.3	22	تسهل الاتصال التفاعلي مع الجمهور
0.8	1.6	00	00		00	20	06	23.3	07	56.7	17	تساهم في دعم الصورة الذهنية
0.7	1.5	00	00		00	13.3	04	26.7	08	60	18	لينكين ساعد على القيام باستطلاعات
0.6	1.4	00	00		00	06.7	02	26.7	08	66.7	20	تسهل نقل الاخبار والمعلومات
0.7	1.6	00	00		00	13.3	04	40	12	46.7	14	تمكنني من رصد آراء الجماهير الخارجية

0.8	1.6	00	00	03.3	01	10	03	33.3	10	53.3	16	تساعد على إدارة السمعة الالكترونية
0.8	1.6	00	00	03.3	01	10	03	33.3	10	53.3	16	تمتاز بالمرونة في التواصل مع جمهور

يتضح من الجدول السابق:

- اتفق غالبية ممارسي العلاقات العامة في المنظمة محل الدراسة على أن من أكثر دوافع استخدامهم للتطبيقات الرقمية أثناء القيام بأنشطة العلاقات العامة هي أنها أصبحت ضرورة ملحة في العصر الحالي حيث جاءت في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ 1.2 ، حيث وافق وبشدة نسبة 80 بالمئة على ذلك، كما وافق 20 بالمئة المتبقين على هذا الدافع لاستخدام التطبيقات الرقمية.يلين ذلك في المرتبة الثانية سبب «تسهيل الاتصال التفاعلي مع الجمهور الخارجي» بمتوسط حسابي 1.4، حيث بلغت نسبة «موافق بشدة» 73.3 بالمئة ونسبة «موافق» 13.3 بالمئة و 10 بالمئة «محايد» .

- يليه في المرتبة الثالثة دافع «تسهيل الاتصال التفاعلي مع الزملاء في العمل» بمتوسط حسابي بلغ 1.3، حيث بلغت نسبة «موافق بشدة» 80 بالمئة، ونسبة 30 بالمئة «موافق»، ويليه في المرتبة الرابعة سبب «تسهيل نقل الاخبار والمعلومات الخاصة بالمنظمة للجمهور الداخلي والخارجي» وكذلك سبب «تسهيل العمل وتيسره» بنفس النسب تقريبا حيث كانت نسبة موافق بشدة لكلا السببين نسبة 66.7 بالمئة و 30 بالمئة «موافق» .

- جاء في المرتبة الخامسة سبب «أنها تساعد على القيام باستطلاعات الرأي بسهولة وبسرعة» بمتوسط حسابي بلغ 1.5، ونسبة 60 بالمئة على «موافق بشدة» ونسبة 13.3 بالمئة على «موافق». وفي المرتبة السادسة جاء سبب «تساهم في دعم الصورة الذهنية» بمتوسط حسابي بلغ 1.6 ونسبة 56.7 بالمئة على «موافق بشدة»، ونسبة 23.3 بالمئة «موافق» .

- يليه كل من سبب «تساعد على إدارة السمعة الالكترونية للمنظمة» و «تمتاز بالمرونة في التواصل مع جمهور المنظمة الداخلي والخارجي» بنفس النسب لكل السببين حيث بلغت نسبة 53.3 بالمئة لـ «موافق بشدة» ونسبة 33.3 لـ «موافق» ونسبة 10 بالمئة لمحايد

- ويمكن تفسير هذا الترتيب بأن التطبيقات الرقمية أصبح استخدامها من قبل الدول والمنظمات أمرا يفرض نفسه وبقوة خاصة فيما تعلق بتسيير النشاط الدبلوماسي وتسهيل التواصل مع الجماهير لما تحققه هذه التطبيقات من فوائد للمشتغلين بكل المنظمات بما فيها المنظمات الدولية العابرة للحدود.

4- فوائد استخدام التطبيقات الرقمية للعلاقات العامة بمنظمة التعاون الإسلامي من وجهة نظر عينة الدراسة:

جدول رقم 5 يوضح فوائد استخدام التطبيقات الرقمية للعلاقات العامة بمنظمة التعاون الإسلامي

م. ا	ح. م	غير موافق بشدة		غير موافق		محايد		موافق		موافق بشدة		فوائد استخدام التطبيقات الرقمية في مجال العلاقات العامة بالمنظمة
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
0.62	1.53	00	00	00	00	6.7	02	40	12	53.3	16	
0.57	1.50	00	00	00	00	03.3	01	43.3	13	53.3	16	تكوين صورة ذهنية ايجابية
0.73	1.50	00	00	00	00	13.3	04	23.3	07	63.3	19	تعزيز التفاعل الايجابي
0.72	1.56	00	00	00	00	13.3	04	30	09	56.7	17	تعزيز العلاقات بين المنظمة
0.75	1.66	00	00	3.3	01	6.7	02	43.3	13	46.7	14	سهيل عملية تنظيم المؤتمرات
0.76	1.96	00	00	00	00	26.7	08	43.3	13	30	09	سهيل عملية استقبال الوفود
0.80	1.90	00	00	03.3	01	16.7	05	46.7	14	33.3	10	التفاعل مع الشكاوي والاقتراحات
0.62	1.40	00	00	00	00	06.7	02	26.7	08	66.7	20	تسهيل عملية الاعلان

يتضح من الجدول السابق:

فيما يخص فوائد استخدام التقنيات الحديثة من طرف ممارسي العلاقات العامة بمنظمة التعاون الإسلامي، فقد اتفق أغلبية أفراد العينة على أن استخدام تطبيقات العلاقات العامة الرقمية يسهل عملية الاعلان عن فعاليات وأنشطة منظمة التعاون الإسلامي، حيث جاء ذلك في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ 1.40 وبنسبة 66.7 بالمئة على «موافق بشدة» ونسبة 26.7 بالمئة على «موافق». وتختلف إلى حد ما هذه النتيجة مع ما توصل اليه الباحث فهد عطوي، أين احتلت مثل هذه العبارة المرتبة السادسة.

جاء في المرتبة الثانية أن استخدام تقنيات الاتصال الحديثة في منظمة التعاون الإسلامي يساعد بدرجة كبيرة على تعزيز التفاعل الايجابي والعمل المشترك بين المنظمة والدول الأعضاء بمتوسط حسابي بلغ 1.50 وبنسبة 63.3 بالمئة على «موافق بشدة» ونسبة 23.3 بالمئة على «موافق». في المرتبة الثالثة جاء «تعزيز العلاقات بين المنظمة وباقي المنظمات الاسلامية وغيرها» بمتوسط حسابي 1.56 وبنسبة 56.7 بالمئة على «موافق بشدة» ونسبة 30 بالمئة على «موافق». يليه في المرتبة الرابعة، تكوين صورة ذهنية ايجابية لمنظمة التعاون الإسلامي بمتوسط حسابي

بلغ 1.50 ونسبة 53.3 بالمئة «موافق بشدة» ونسبة 43.3 بالمئة «موافق»، ثم «التعريف بجهود وأنشطة منظمة التعاون الاسلامي» بمتوسط حسابي بلغ 1.53 ، وبنسبة 53.3 بالمئة على «موافق بشدة» ونسبة 40 بالمئة على «موافق». وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة كل من محمد خليل الحبل (2015) ودراسة خالد محمد الرويلي (2013) في أن وسائل الاتصال الحديثة ساعدت على خلق صورة ايجابية عن المؤسسة. جاء بعد ذلك «تسهيل عملية تنظيم المؤتمرات والفعاليات الخاصة بمنظمة التعاون الاسلامي» بمتوسط حسابي بلغ 1.66 وبنسبة 46.7 بالمئة على «موافق» بشدة، ونسبة 43.3 بالمئة على «موافق» ، ونسبة 6.7 بالمئة على محايد. أما نسبة 33.3 بالمئة من أفراد العينة يوافقون وبشدة على أن استخدام التطبيقات الرقمية يمكن من التفاعل مع الشكاوي والاقتراحات والرد عليها للجمهور ، بمتوسط حسابي بلغ 1.90، كما توافق نسبة 30 بالمئة من أفراد العينة على أن استخدام تلك التطبيقات يسهل عملية استقبال الوفود الرسمية والاهتمام بها طيلة فترة اقامتها، وذلك بمتوسط حسابي بلغ 1.96 . ويتضح من هذه النتائج أن التطبيقات الرقمية من خلال مميزاتا تحقق التفاعلية مع جماهير منظمة التعاون الإسلامي وتسهل من تحقيق أهدافها وإبراز سياستها ورؤيتها. ولذا فمن الأهمية بمكان أن تستفيد كل المنظمات من الاستخدامات والمزايا التي وفرتها الأنترنت للعلاقات العامة ويمكن لممارسي العلاقات العامة تطبيقها والاستفادة منها في تفعيل استراتيجيات وتكتيكات الاتصال المرتبطة بالبرامج والحملات التي تنفذ. وتتفق هذه النتائج مع ما توصل اليه الباحث .

5- حرص ممارسي العلاقات العامة بالمنظمة من خلال استخدامهم للتطبيقات الرقمية على الدفاع عن قضايا الاسلام والمسلمين:

جدول رقم 6 يوضح حرص ممارسي العلاقات العامة بالمنظمة من خلال استخدامهم للتطبيقات الرقمية على الدفاع عن قضايا الاسلام والمسلمين

م	ح	غير موافق بشدة		غير موافق		محايد		موافق		موافق بشدة		حرص ممارسي العلاقات العامة على قضايا الاسلام
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
0.8	1.7	-	-	03.3	01	13.3	04	36.7	11	46.7	14	تصحيح التصورات الخاطئة عن الإسلام
0.8	1.8	-	-	03.3	01	16.7	05	36.7	11	43.3	13	تحقيق مبدأ نشر التعاليم الاسلامية القائمة على الوسطية والتسامح
0.8	1.8	-	-	03.3	01	20	06	33.3	10	43.3	13	حماية صورة الاسلام والدفاع عنها وتشجيع الحوار بين الأديان

0.7	1.7	-	-	03.3	01	10	03	40	12	46.7	14	تسهيل إدارة الاجتماعات الرسمية لمنظمة التعاون وأجهزتها
0.8	1.6	-	-	03.3	01	13.3	04	30	09	53.3	16	تعزيز التعاون بين المنظمة وغيرها من المنظمات الدولية بهدف حماية مصالح المسلمين

يتضح من الجدول السابق:

- حرص ممارسي العلاقات العامة بمنظمة التعاون الإسلامي على الدفاع عن قضايا الإسلام والمسلمين من خلال استخدام التطبيقات الرقمية، إذ يتفق الإغلبية على أن استخدام تلك التطبيقات يساهم في تعزيز التعاون بين منظمة التعاون الإسلامي وغيرها من المنظمات الحكومية الدولية بهدف حماية مصالح المسلمين، بمتوسط حسابي بلغ 1.6، بنسبة 53.3 بالمائة لموافق بشدة ونسبة 30 بالمائة لـ «موافق» و 13.3 بالمائة لـ «محايد»، كما تمثل نسبة 46.7 بالمائة لـ «موافق بشدة» ونسبة 40 بالمائة لـ «موافق» ونسبة 10 بالمائة لـ «محايد» فيما تعلق باستخدام التطبيقات الرقمية في تسهيل إدارة الاجتماعات الرسمية لمنظمة التعاون الإسلامي وأجهزتها من أجل مناقشة قضايا المسلمين.

- كما توافق نسبة 46.7 بالمائة وبشدة على أن استخدام التطبيقات الرقمية بمنظمة التعاون الإسلامي يساهم في تصحيح التصورات الخاطئة عن الإسلام والمسلمين، في مقابل نسبة 36.7 بالمائة لـ «موافق» ونسبة 13.3 لـ «محايد».

- يساعد استخدام التطبيقات الرقمية في منظمة التعاون الإسلامي على تحقيق مبدأ نشر وتعزيز التعاليم الإسلامية القائمة على الوسطية والتسامح وذلك بمتوسط حسابي بلغ 1.8، وبنسبة 43.3 بالمائة لـ «موافق بشدة» و 36.7 بالمائة لـ «موافق» ونسبة 16.7 بالمائة لمحايد. كما تساعد تلك التطبيقات الرقمية على حماية صورة الإسلام والمسلمين والدفاع عنها وتشجيع الحوار بين الأديان، وذلك بمتوسط حسابي بلغ 1.8 وبنسبة 43.3 بالمائة لـ «موافق بشدة» ونسبة 33.3 بالمائة لـ «موافق» ونسبة 20 بالمائة لـ «محايد».

- يتضح من ذلك حرص منظمة التعاون الإسلامي من خلال استخدامها للتطبيقات الرقمية على الدفاع عن الإسلام وقضايا المسلمين والذي يعتبر من أهم أهدافها فهي تسعى إلى حماية صورة الإسلام الحقيقية والدفاع عنها والتصدي لتشويه صورة الإسلام وتشجيع الحوار بين الحضارات والأديان .

6- اقتراحات عينة الدراسة لتطوير مجال استخدام التقنيات الاتصالية الحديثة في مجال العلاقات العامة والدبلوماسية

جدول رقم 7: يبين اقتراحاتك لتطوير مجال استخدام التقنيات الاتصالية الحديثة في مجال العلاقات العامة والدبلوماسية بمنظمة التعاون الإسلامي

م.ا	ح.م	غير موافق بشدة		غير موافق		محايد		موافق		موافق بشدة		اقتراحات عينة الدراسة بخصوص تطوير استخدام التقنيات الاتصالية الحديثة
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
0.7	1.5	-	-	03.3	01	03.3	01	33.3	10	60	18	تحسين البيئة المناسبة لتفعيل استخدام التطبيقات الرقمية في مجال العلاقات العامة الدولية والدبلوماسية
0.6	1.3	-	-			03.3	01	26.7	08	70	21	تحديث الوسائط التقنية باستمرار
0.8	1.5	-	-	03.3	01	03.3	01	36.7	11	56.7	17	تأهيل العلاقات العامة وتدريبهم أكثر لاستخدام تطبيقات العلاقات العامة الرقمية
0.8	1.5	-	-	03.3	01	03.3	01	36.7	11	56.7	17	توفير قواعد البيانات المتكاملة والمتطورة
0.8	1.5	-	-	03.3	01	03.3	01	30	09	63.3	19	توفير حقائب تدريبية متطورة للممارسي العلاقات العامة

يتضح من الجدول السابق :

من بين أكثر اقتراحات ممارسي العلاقات العامة بمنظمة التعاون الإسلامي فيما يخص تطوير مجال استخدام التقنيات الاتصالية الحديثة في مجال العلاقات العامة والدبلوماسية، تحديث الوسائط التقنية باستمرار وبصفة دورية وذلك بمتوسط حسابي بلغ 1.3، ونسبة 70 بالمئة ممن وافقوا على ذلك بشدة ونسبة 26.7 بالمئة «موافق». كما ترى نسبة 63.3 بالمئة منهم يوافقون بشدة ونسبة

30 بالمئة ممن يوافقون على مقترح توفير حقائب تدريبية متطورة لممارسي العلاقات العامة لتعزيز العمل الدبلوماسي، وفيما يخص مقترح «تهيئة البيئة المناسبة لتفعيل استخدام التطبيقات الرقمية في مجال العلاقات العامة الدولية والدبلوماسية» فقد جاءت نسبة 60 بالمئة لموافق بشدة ونسبة 33.3 بالمئة لـ«موافق». كما توافق نسبة 56.6 بالمئة على مقترح ضرورة تأهيل ممارسي العلاقات العامة وتدريبهم أكثر لاستخدام التطبيقات الرقمية في تسيير المهام والأنشطة.

نتائج اختبار الفروض:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين درجة استخدام عينة الدراسة لتطبيقات العلاقات العامة الرقمية بالمنظمة وبين الفوائد والاشباكات المحققة نتيجة لذلك الاستخدام.

جدول رقم 9: معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين درجة استخدام تطبيقات العلاقات الرقمية وبين الفوائد والاشباكات المحققة نتيجة لذلك الاستخدام.

مستوى الدلالة	مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	درجة استخدام تطبيقات العلاقات الرقمية/الفوائد والاشباكات المحققة
غير دال	0.477	.135	

تشير بيانات الجدول الى عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين درجة استخدام تطبيقات العلاقات العامة من قبل ممارسي العلاقات العامة في منظمة التعاون الاسلامي و الفوائد والاشباكات المحققة نتيجة لهذا الاستخدام ، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون =135. عند مستوى معنوية 0.477 و هي قيمة غير دالة احصائيا . أي أنه لم تكن هناك اختلافات واضحة بين درجة استخدام تطبيقات العلاقات العامة الرقمية و بين الفوائد والاشباكات المحققة نتيجة هذا الاستخدام ، مما يثبت عدم صحة الفرض الأول .

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين استخدام التطبيقات الرقمية للقيام بأنشطة العلاقات العامة وبين حرص المبحوثين على الدفاع عن قضايا الإسلام والمسلمين .

جدول رقم 10 : معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين استخدام التطبيقات الرقمية للقيام بأنشطة العلاقات العامة وبين حرص المبحوثين على الدفاع عن قضايا الإسلام والمسلمين.

الدلالة	مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	استخدام التطبيقات الرقمية للقيام بأنشطة العلاقات العامة /الحرص على الدفاع عن قضايا الإسلام والمسلمين
دال	0.000	**0.978	

تشير البيانات السابقة الى وجود علاقة دالة احصائيا بين درجة استخدام عينة الدراسة لتطبيقات

الرقمية و بين حرصهم على الدفاع عن قضايا الاسلام و المسلمين ، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون 0.978^{**} عند مستوى معنوية 0.000 و هي قيمة دالة احصائيا بمعنى أن درجة كثافة استخدام عينة الدراسة للتطبيقات الرقمية ساعد على زيادة حرصهم على الدفاع عن قضايا الاسلام و المسلمين و بذلك ثبت صحة الفرض الثاني .

الفرض الثالث:توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين استخدام المبحوثين للتطبيقات الرقمية للقيام بأنشطة العلاقات العامة وبين المتغيرات الديموغرافية المتمثلة في النوع والعمر وسنوات الخبرة.

جدول رقم 11 يوضح اختبار تحليل أحادي الاتجاه (One Way ANNOVA) واختبار T-Test، لمعرفة الفروق في درجة استخدام التطبيقات الرقمية للقيام بأنشطة العلاقات العامة وفقا لمتغيرات النوع- السن- سنوات الخبرة

استخدام التطبيقات الرقمية للقيام بالعلاقات العامة/ الخصائص الديموغرافية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجات الحرية DF	درجة الاختبار	مستوى المعنوية Sig
النوع	ذكور	0.462	1	ت=0.122	.730
	اناث	0.440	28		
السن	أقل من 30 سنة	1.0000	1	ف = 0.76	.785
	من 30 الى 39 سنة	1.3333	28		
	من 40 الى 49 سنة	1.2500			
	من 50 سنة فما فوق	1.2857			
سنوات الخبرة	من سنة الى 5 سنوات	1.1667	1	ف = 0.289	.595
	من 6 الى 10 سنوات	1.2857	28		
	من 11 الى 15 سنة	1.2941			

أولاً : بالنسبة للنوع :

يشير الجدول الى عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين متغير النوع (ذكر ، أنثى) و بين مدى استخدام عينة الدراسة للتطبيقات الرقمية للقيام بأنشطة العلاقات العامة بمنظمة التعاون الاسلامي ، حيث بلغت قيمة ت يساوي 0.122 . و عند مستوى معنوية يساوي 0.730 . و هي قيمة غير دالة إحصائياً ، و بذلك يثبت عدم صحة الفرض الفرعي القائل بوجود دلالة احصائية بين متغير النوع و درجة استخدام التطبيقات الرقمية للقيام بأنشطة العلاقات العامة.

ثانياً : بالنسبة لمتغير السن :

تشير بيانات الجدول السابق الى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير السن و بين مدى استخدام عينة الدراسة للتطبيقات الرقمية للقيام بأنشطة العلاقات العامة بمنظمة التعاون

الإسلامي ، حيث بلغت قيمة ف يساوي 0.76 و عند مستوى معنوية 785 . و هي قيمة غير دالة إحصائياً ، و بذلك يثبت عدم صحة الفرض الفرعي القائل بوجود دلالة إحصائية بين متغير السن و درجة استخدام التطبيقات الرقمية للقيام بأنشطة العلاقات العامة .

ثالثاً: بالنسبة لمتغير سنوات الخبرة :

باستقراء بيانات الجدول السابق فقط ثبت عدم وجود فروق بين عينة الدراسة في معدل استخدام تطبيقات الرقمية للقيام بأنشطة العلاقات العامة وفقاً لمتغير سنوات الخبرة ، حيث بلغت قيمة ف = 289 . و عند مستوى معنوية = 595 . وهي قيمة غير دالة إحصائياً ن و بذلك يثبت عدم صحة الفرض الفرعي القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير سنوات الخبرة و درجة استخدام التطبيقات الرقمية للقيام بأنشطة العلاقات العامة .

يمكن تفسير عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين كل متغير النوع ، السن ، سنوات الخبرة و بين درجة استخدام التطبيقات الرقمية للقيام بأنشطة العلاقات العامة كون أن هذه التطبيقات أصبحت ضرورة ملحة لعمل العلاقات العامة ، نظراً لما توفره من تسهيلات عملية لمستخدميها .

نتائج الدراسة :

* أثبتت النتائج بأن 68.4 بالمئة من أفراد العينة يستخدمون التطبيقات الرقمية بصفة دائمة أثناء قيامهم بأنشطة العلاقات العامة بمنظمة التعاون الإسلامي.

* تصدر البريد الإلكتروني أكثر الوسائل استخداماً من قبل ممارسي العلاقات العامة بمنظمة التعاون الإسلامي، يليه الموقع الإلكتروني للمنظمة، ثم تطبيق الواتس اب ، ثم تطبيق الزووم فتطبيق تويتر .

* من بين التطبيقات الأقل استخداماً من قبل ممارسي العلاقات العامة بمنظمة التعاون الإسلامي هي على التوالي: تلغرام، لينكدن، سناب شات، انستغرام، فايسبوك، تويتر .

* اتفق غالبية ممارسي العلاقات العامة في المنظمة محل الدراسة على ان من أكثر دوافع استخدامهم للتطبيقات الرقمية أثناء القيام بأنشطة العلاقات العامة هي أنها أصبحت ضرورة ملحة في العصر الحالي، بالإضافة إلى تسهل الاتصال التفاعلي بين الزملاء في العمل وكذلك مع الجمهور الخارجي، كما أن استخدام هذه التطبيقات يسهل من نقل المعلومات والأخبار الخاصة عن المنظمة لجماهيرها .

* أظهرت النتائج كذلك بأن 50 بالمئة من أفراد العينة يرون بأن التطبيقات الرقمية تساعد على إدارة السمعة الإلكترونية لمنظمة التعاون الإسلامي.

* 65 بالمئة من أفراد العينة يرون بأن استخدام التطبيقات الرقمية يساعد على تحقيق أهداف العلاقات العامة الدولية لمنظمة التعاون الإسلامي.

* اتضح جلياً من خلال النتائج دور تطبيقات العلاقات العامة الرقمية في تعزيز العمل الدبلوماسي لمنظمة التعاون الإسلامي، فقد اتفق 69 بالمئة من أفراد العينة على أن استخدام تطبيقات العلاقات العامة الرقمية يساعد بدرجة كبيرة على تعزيز التفاعل الإيجابي والعمل المشترك بين المنظمة

والدول الأعضاء، كما يتفق الأغلبية على ان استخدامها يساعد على تعزيز العلاقات الودية بين المنظمة وباقي المنظمات الاسلامية وغيرها، كما أنها تساهم بدرجة كبيرة في التعريف بجهود وأنشطة منظمة التعاون الاسلامي والمساعدة على تكوين صورة ذهنية طيبة للمنظمة لدى جماهيرها. *يتفق أغلبية أفراد العينة على أن استخدام تطبيقات العلاقات العامة الرقمية تسهل عملية تنظيم المؤتمرات والفعاليات الخاصة بمنظمة التعاون الإسلامي.

* يتفق 75 بالمئة من أفراد العينة على أنه من خلال استخدامهم للتطبيقات الرقمية يحرصون على تصحيح التصورات الخاطئة عن الإسلام والمسلمين.

* كما يتفق 70 بالمئة من بين أفراد العينة على أن استخدام تلك التطبيقات يعزز التعاون بين منظمة التعاون الإسلامي وغيرها من المنظمات الدولية بهدف حماية مصالح الإسلام والمسلمين، كما يرى الغالبية بأن استخدام التطبيقات الرقمية يساعد المنظمة على حماية صورة الإسلام والمسلمين وتشجيع الحوار بين الأديان، وكذلك تحقيق مبدأ نشر وتعزيز التعاليم الإسلامية القائمة على الوسطية والتسامح.

* بالنسبة لمقترحات أفراد العينة بخصوص تطوير مجال استخدام التقنيات الحديثة في مجال العلاقات العامة والدبلوماسية بمنظمة التعاون الإسلامي، فيتفق الغالبية على ضرورة تحديث الوسائط التقنية باستمرار وبصفة دورية، كما أكد غالبيتهم على أهمية تهيئة البيئة المناسبة لتفعيل استخدام التطبيقات الرقمية في مجال العلاقات العامة الدولية. كما يركز أفراد العينة على الزامية تأهيل ممارسي العلاقات العامة وتدريبهم أكثر على استخدام التطبيقات الرقمية في تسيير المهام والأنشطة.

توصيات الدراسة:

من خلال عرض نتائج الدراسة والدراسات السابقة ومع الأخذ بعين الاعتبار الاقتراحات المقدمة من ممارسي العلاقات العامة بمنظمة التعاون الإسلامي يمكن تقديم مجموعة من التوصيات والمقترحات التي نراها ضرورية من أجل ضمان فعالية أداء ممارسي العلاقات العامة من خلال استخدامهم وسال الاتصال الحديثة في المنظمات والمؤسسات المختلفة عامة وفي مجال الدبلوماسية خاصة، ومن بين هذه المقترحات والتوصيات ما يلي:

*تضمين وظائف العلاقات العامة الرقمية بكافة المنظمات على اختلاف طبيعة عملها بهدف مواكبة متغيرات التحول نحو التكنولوجيا الرقمية.

*التوصية بالقيام بالمزيد من الدراسات والبحوث في مجال العلاقات العامة الرقمية لاسيما في مجال إدارة الأزمات وبناء الصورة الذهنية للمنظمة وكذلك تحقيق الولاء والرضا الوظيفي لدى جمهور المنظمة.

* ضرورة تفعيل البرامج التدريبية لممارسي العلاقات العامة بجميع المنظمات الدولية والوزارات والسفارات على استخدام وسائل وتقنيات الاتصال الحديثة ومواكبة التطور التقني لها التي تزداد بسرعة كبيرة .

- * إعطاء المزيد من الاهتمام بدراسة جمهور مستخدمي الأنترنت من أجل تحديد حاجياته و في محاولة للتعرف على الاستراتيجيات الإقناعية الواجب تطبيقها في حملات العلاقات العامة الدولية لإحداث الأثر المطلوب.
- * ضرورة الاستفادة من التجارب العالمية المعاصرة في مجال الدبلوماسية الرقمية والمواكبة المستمرة لتطور الوسائل التقنية.
- * اجراء المزيد من الدراسات العلمية المتعلقة بفاعلية العلاقات العامة في تطوير العمل الدبلوماسي وأليات استثمار التقنيات الحديثة من أجل الرفع من مستوى أداء العمل الدبلوماسي، خاصة مع التغيرات المتسارعة للعصر الجديد عالميا.

هوامش الدراسة:

أولا العربية :

- البشير مرتضى (2016). **الاتصال في العلاقات العامة**. دار امواج للطباعة والنشر ، مؤسسة الوراق، ص.142.
- الخياط عبد العزيز بن سعيد(2015). **العلاقات العامة الرقمية مفهومها أدوارها و تحدياتها**. ورقة علمية مقدمة الى **الملتقى الثالث للجمعية السعودية للعلاقات العامة و الاعلان**. الرياض المملكة العربية السعودية.
- الزبيدي طه أحمد (2010). **معجم مصطلحات الدعوة و الاعلام الاسلامي**، ط2. بغداد: دار الفجر. ص 271.
- الشيخ بكر آل- قطب أفنان (2021). **نظريات الاعلام الجديد و العلاقات العامة**. مكتبة الملك فهد ، المملكة العربية السعودية ص 293-295-297.
- الصالحى علي حاتم حيدر (2021). **العلاقات العامة الرقمية ، مراجعة نظرية للمفهوم و عوامل الظهور و التحديات**. الجزائر: مجلة الحكمة للدراسات الاتصالية والاعلامية ، المجلد 09 ، العدد02، ص51.
- الصيفي حسين نيازي (2020). **مبادئ العلاقات العامة الرقمية**. خوارزم العلمية، المملكة العربية السعودية، ص12.
- العثيمين يوسف احمد (2017)، نبذة عن منظمة التعاون الإسلامي، **مجلة منظمة التعاون الإسلامي**، العدد 35، ص3.
- العطوي فهد بن سويلم (2018). **دور العلاقات العامة في فاعلية العلم الدبلوماسي -دراسة ميدانية ، ط1**. برلين، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية، ص 1-10.
- العطوي فهد بن سويلم ، **دور العلاقات العامة في فاعلية العمل الدبلوماسي ، رسالة ماجستير**. المملكة العربية السعودية: جامعة نايف العربية للعلوم الامنية. ص48.
- العلاق بشير (2020). **العلاقات العامة الدولية**. عمان: دار الباروري العلمية. ص5.
- الكيالي عبد الوهاب (1992). **موسوعة السياسية**. بيروت: المؤسسة العربية للدراسات و النشر. ص.242.
- المديفر عماد. (2020). **الاتجاهات البحثية نحو توظيف الاعلام الجديد في العلاقات العامة و الدبلوماسية العامة ، ورقى تحليلية من المستوى الثاني**. **مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الاوسط** ، العدد 26. ص ص-293 324-325
- الموسى محمد خليل (2005). **أصول العلاقات الدبلوماسية**. عمان: المركز العلمي للدراسات السياسية. ص90.
- أوغلو أكمل الدين احسان (2013). **العالم الاسلامي و تحديات القرن الجديد**. القاهرة: دار الشروق. ص.15.
- دندن عبد القادر (2021). **العلاقات الدولية في عصر التكنولوجيات الرقمية**. الأردن: مركز الكتاب الاكاديمي. ص357.
- دياب محمد وليد خلف (2020). **العلاقات العامة و العمل الدبلوماسي**. عمان: دار اليازوري العلمية. ص 38، ص73.
- زغلول سارة شعبان حسن (2021). **الاستراتيجيات الاتصالية للعلاقات العامة الرقمية في تعزيز الثقافة التنظيمية بالشركات**. مصر: **المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري**، المجلد 2 (1)، ص ص 341-344-373.
- زومانا توري (2020). **فاعلية العلاقات العامة الدولية في انجاح العمل الدبلوماسي ، دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على وزارة الشؤون الخارجية جمهورية كوت ديفوار نموذجاً ، أطروحة دكتوراه**. كوت ديفوار : كلية الاعلام ، جامعة افريقيا العالمية . ص ص 2-18-285
- عاشور هيا يوسف (2020). **الانشطة الاتصالية لاجهزة العلاقات العامة بالمنظمات الدولية**. **مجلة الجامعة الاسلامية للدراسات الانسانية ، المجلد 28 ، العدد 2**. ص ص 223-249.
- عاطف حاتم محمد (2015). **ممارسة القائم بالاتصال لانشطة العلاقات العامة الرقمية بالجامعات الحكومية**. **مجلة**

بحوث العلاقات العامة الشرق الاوسط ، العدد 06ص.142

- عبد الرحمن عبد الله محمد (2005). **النظرية في علم الاجتماع**. الاسكندرية: دار المعرفة الجامعية. ص.60.
- عبد الله احمد خالد (2012). **البحث العلمي في الاتصال الجماهيري**. السودان: شركة مطابع السودان ، ط1. ص.28.
- علي محمد عثمان (2015). **التقنيات الحديثة و دورها في ادارة انشطة العلاقات العامة - دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على الشركة السودانية للاتصالات -رسالة ماجستير غير منشورة**. لسودان: جامعة السودان للعلوم و التكنولوجيا. ص 2-4- 161
- عمر أحمد مختار (2008). **معجم اللغة العربية المعاصرة**. عالم الكتاب. ص.723.
- عياد خيرت محمد(2019). **الاتجاهات البحثية المعاصرة في دراسات العلاقات العامة الرقمية، مجلة جامعة الشارقة للعلوم ، المجلد 16 العدد 2، ص282-247 .**
- كنعان علي عبد الفتاح. (2014). **الاعلام الدولي و العولمة الجديدة**. عمان: دار اليازوري العلمية. ص.69.
- حمود رشاد أحمد، سمر حسانين مهران (2019). **أهداف ووظائف العلاقات العامة عبر تطبيقات الاتصال الرقمية. المجلة العربية لبحوث الاعلام و الاتصال ، العدد 24، ص ص 154 - 173 .**
- مركز الابحاث الاحصائية والاجتماعية والتدريب للدول الاسلامية، **نبذة عن منظمة التعاون الاجتماعي**، من موقع www.secric.org
- مزاخرة منال(2015)، **العلاقات العامة الدولية، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ص 31.**
- مصباح عامر (2010). **منهجية البحث في العلوم السياسية و الاعلام**. بن عكنون - الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية. ص 86.
- ميرزة هاجر (2019). **العلاقات العامة و الدبلوماسية العامة هل هما وجهان لعملة واحدة ؟. الجزائر: مجلة افاق للعلوم ، العدد الرابع عشر ، المجلد الرابع . ص ص288-290.**

ثانيا: الأجنبية :

- Bouzanis, J. (2009). **Public diplomacy . study of the conceptual convergence of public diplomacy and public relations**. canada:**thesis submitted** to the faculty of requirement for masters degree in communication universityottawa.Canada.P32
- Dogan, E.& Nuran, O. (2018). **Issues in communication , media and public relations . IJOPEC Pulication. P38**
- Evan, P. (2002). **Cyberdiplomacy , Managing foreign policy in the twenty –first centry**. Ontario .Mcgill – queens press.
- Fergus, H. (2012.). **Baked in and wirediplomacy state Washington . Foreign policy paperseries**, Washington DC Bookings institution. pp.1-41.
- Grunig, J. & Grunig,I. (2008). **Excellence theory in public relations**, <https://doi.org/10.1002/9781405186407.wbiece047>, pp. 327-328.
- Grunig J., et al. (1995). **Models of Public relations in an International setting. Journal of public relations research**, 7 (3), P163-186.
- Hopkins, A. (2015). **Government public relations mpublicDiplomacy or propaganda? Inquiries journal**, 7 (3), P1-3.
- Kathy, F. (2013.). **Public relations and public diplomacy .conceptaul and partical**

connections. **Public relations journal**. 7 (4) , p.4.

Guth,D. & Marsh C. (2003). **Public relation A Value**. Driven approavh. Boston: Pearson edltion.P353. <https://www.oic-oci.org>.

أسماء الأساتذة المحكمين للاستبيان:

- د. بعلي محمد، أستاذ محاضر - أ، شعبة الإعلام والاتصال، جامعة مستغانم، الجزائر.
- أ.د حنان شعبان، أستاذ دكتور، كلية الاتصال والإعلام، جامعة الجزائر.
- د. حلينة الحبيب عمر، أستاذ مشارك، كلية الاتصال والإعلام، جامعة الملك عبد العزيز، المملكة العربية السعودية.
- أ.د.رشيد فريح. أستاذ دكتور، كلية الاتصال والإعلام، جامعة الجزائر .

