

استخدامات الدبلوماسية العراقية لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها

محمد منعم صالح*

إشراف/ أ. د. جيهان يسري ابو العلا**

مقدمة:

بعد التغييرات السياسية التي حدثت في العراق بعد عام ٢٠٠٣، وانتهاج العراق الجديد سياسة تقوم على أساس الانفتاح على العالم الخارجي، وإقامة علاقات ثنائية فعالة مع الدول الإقليمية والدولية، وتحسين صورته أمام العالم، وبناء الثقة وتحقيق التعاون من أجل عودته إلى مكانته الدولية، كل هذه التغييرات دعت الحاجة إلى إيجاد وتفعيل وسيلة إعلامية جماهيرية أكثر تأثيراً وفاعلية في مجال الدبلوماسية، ونقل مقومات العراق التاريخية والثقافية وإرثه الحضاري والاقتصادي إلى العالم الخارجي، وتنفيذ سياسته الخارجية الجديدة.

ومع ثورة الإعلام الرقمي وفاعلية دور مواقع التواصل الاجتماعي؛ أصبحت هذه المواقع إحدى أهم وسائل الدبلوماسية العامة، حيث يستطيع القائم بالدبلوماسية العامة مخاطبة الملايين من الناس عبر هذا الفضاء اللامحدود مباشرة، وهو ما صار يعرف "الدبلوماسية الرقمية"، وقد لجأت الكثير من الدول إلى إنشاء دوائر مختصة بالدبلوماسية الرقمية في وزارة الخارجية ومكاتب الرؤساء وغير ذلك من الدوائر المختصة.

لذلك ظهرت مفاهيم جديدة منها الدبلوماسية عبر التويتر (Twiplomacy) والدبلوماسية باستخدام الفيس بوك (Face Book Diplomacy) وهذه المصطلحات تعني أن هناك مجالات جديدة لممارسة الدبلوماسية، وأن كل دولة لابد أن تبحث عن كيفية استغلال أدوات الإنترنت في ممارسة الدبلوماسية الرقمية بهدف خلق بيئة تمكين للسياسة الخارجية لبلد ما، وذلك بفضل المنصات الرقمية التي تمثل جهازاً عصياً جديداً للعالم، فقد أصبح ممكناً التواصل وبشكل فوري مع مجتمعات الإنترنت التي تشكل قوة سياسية متنامية الأهمية في عملية صنع السياسة الخارجية في بلدانها^(١)، مما يستدعي من دولة العراق دمج الدبلوماسية الرقمية في عملية صناعة قرار السياسة الخارجية وتنفيذه.

مشكلة الدراسة:

تتبلور المشكلة البحثية في دراسة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل الدبلوماسيين العراقيين ومعرفة الأشباع المتحققة من هذا الاستخدام، وكشف مدى استخدامهم لهذه المواقع، وكذلك التعرف على الموضوعات التي يتم نشرها على هذه المواقع، وكذلك مصادر الدبلوماسيين العراقيين عن أداء وزارة الخارجية، والتعرف

* باحث دكتوراه بقسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام – جامعة القاهرة

** عميد كلية الإعلام الأسبق والاستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام – جامعة القاهرة

استخدامات الدبلوماسيين العراقيين لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباعات المتحققة منها

على رؤاهم لتقديم رؤية وخطط استراتيجية لتطوير استخدام هذه المواقع (الفييس بوك وتويتر) من قبل عينة الدراسة، لتتحدد المشكلة البحثية في استخدامات الدبلوماسيين العراقيين لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباعات المتحققة منها.
أهمية الدراسة:

- ١- قلة الدراسات التي اهتمت في استخدام الدبلوماسيين العراقيين لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباعات المتحققة منها في إطار الدبلوماسية الرقمية
- ٢- أهمية الدبلوماسية الرقمية في العمل الدبلوماسي بصفتها أداة تدخل في الدبلوماسية العامة ضمن دبلوماسية التأثير.
- ٣- تقديم مقترحات للمخطط الإعلامي في وزارة الخارجية العراقية تفيد في تحسين مضمون مواقع التواصل الاجتماعي، وبما يسهم في زيادة الأداء في إطار الدبلوماسية الرقمية.
- ٤- صياغة استراتيجية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي كأداة ترويج للأفكار والقيم التي تخدم السياسة الخارجية العراقية؛ كونها إحدى متطلبات القوة في عصر الإعلام الجديد.

أهداف الدراسة:

- ١- التعرف على مدى استخدام السفراء والدبلوماسيين العراقيين للدبلوماسية الرقمية في مواقع التواصل الخاصة بوزارتهم وسفاراتهم المعتمدة.
- ٢- التعرف على دوافع استخدام الدبلوماسيين العراقيين للدبلوماسية الرقمية ومواقعها (الفييس بوك وتويتر)
- ٣- معرفة الإشباعات المتحققة من استخدام الدبلوماسيين العراقيين للدبلوماسية الرقمية ومواقعها (الفييس بوك وتويتر)
- ٤- الكشف عن مدى التفاعلية والمشاركة عن طريق الدبلوماسية الرقمية،

الدراسات السابقة:

يستهدف هذا الجزء الوقوف على أهم النتائج المستخلصة من الدراسات التي ترتبط بموضوع الدراسة، وسيتم عرض هذه الدراسات على ما يلي:

توصلت دراسة جدعان فاضل جدعان الشمري (٢٠٢٠) الى التأكيد على اواصر التعاون وإقامة العلاقات الثنائية بين الكويت والدول الاخرى، وزيادة التهئات والتكريمات والمستمرة في المناسبات كافة، كذلك ارتفاع معدل الدعم لتحسين صورة الكويت عن طريق الأنشطة المختلفة، وزيادة تغطية اخبار الزيارات الرسمية واعتماد السفراء، واثم زيادة الاعتماد على الصور البروتوكولية في تحرير الاخبار، كذلك ضعف حجم التفاعل المرتبط بالتعليقات على المحتوى الاعلامي المنشور على مواقع التواصل الاجتماعي، ضعف حجم الردود من قبل الموقع الرسمي على الاستفسارات والتساؤلات من قبل الجمهور.

وكشفت دراسة معاذ حسين العامودي (٢٠١٨) عن افتقار الدبلوماسية الفلسطينية الى القوة وسعة الانتشار نتيجة التعقيدات السياسية الفلسطينية على الصعيد الداخلي والخارجي، وقلة الخبرة الصحفية والتسويقية والاعلامية لوزارة الخارجية الفلسطينية، كما

استخدامات الدبلوماسيين العراقيين لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها

ان المحتوى الاعلامي يفتقر الى التقنيات والاشكال الجديدة للعرض كالفديو القصير والاحصائيات المصورة (الانفوغرافيك).

وأثبتت دراسة **وانل عبدالعال**، (٢٠١٨) ضعف الحضور الرقمي لمواقع التواصل الاجتماعي الرسمية التابعة إلى وزارة الخارجية الفلسطينية، وكذلك ضعف في صياغة المحتوى وعدم جعله لافتاً وممتعاً ويحمل في مضمونه شيئاً جديداً، وانخفاض مستوى تفاعل الجمهور مع المواقع الرقمية لوزارة الخارجية الفلسطينية، وايضاً ضعف المواكبة للعاملين في الدبلوماسية الرقمية الفلسطينية، وافتقارهم للمعرفة العلمية.

وانتهت دراسة **فهد بن سويلم العطوي**، (٢٠١٨) إلى أن اهم مهام العلاقات العامة في تعزيز فاعلية العمل الدبلوماسي هو التعريف بجهود وزارة الخارجية عبر وسائل الإعلام الرسمية والعمل على تكوين رأي عام ايجابي تجاهها، وكذلك استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتوجيه اتجاهات الرأي العام من أهم الأساليب لتفعيل العمل الدبلوماسي، ثم عدم الاستخدام الأمثل لوسائل الإعلام، وعدم استخدام الموظفين لتكنولوجيا الحديثة في تيسير مهام وأنشطة العلاقات العامة التي تعد من أهم المعوقات التي تحد من فاعلية العمل الدبلوماسي.

كما اثبتت دراسة **وليد خلف الله محمد ذياب** (٢٠١٧) وجود معلومات محدثة بالموقع، وتحديث الموقع الالكتروني بالأخبار والاحداث الانية والعصرية حول الموضوعات التي تشغل الراي الدولي، وجود روابط لمقاطع الفيديو على اليوتيوب يروج للدولة وسياستها وانشطتها المختلفة، وكذلك وجود معرض للصور والوثائق الذي يدعم الموضوعات التي تمس السياسة الخارجية للدولة عبر موقعها الرسمي للدولة، وكذلك جاءت النصوص المكتوبة بالمرتبة الاولى من بين ادوات الدبلوماسية الرقمية ثم يليها الصور وبعده الفيديوهات، وتعدد اللغات التي يتم التغريد بها على موقع الوزارة.

كما بينت دراسة **عماد محمد مرزا** (٢٠١٧) ارتفاع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي (التويتز والفيديوك)، بالمرتبة الاولى من بين مواقع التواصل الاجتماعي الاخرى، وكذلك استخدام الصور بالمرتبة الاولى من بين الادوات المستخدمة للتأثير في العمل الدبلوماسي الرقمي، وقلة عدد الدبلوماسيين الذين يتكلمون اكثر من لغة في مجال العمل الدبلوماسي في البعثات الدبلوماسية، وكذلك ضرورة وجود استراتيجيات خاصة بالعمل الدبلوماسي تعمل على تطويره وتحقيق اهدافه المنشودة^(٢).

الإطار النظري للدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على نظرية (الاستخدامات والإشباع)؛ لكونها مدخلاً ملائماً للدراسة، والتي سنوضحها بالآتي:

نظرية الاستخدامات والإشباع (Uses and Gratification Theory):

يعتمد مدخل الاستخدامات والإشباع على فكرة مفادها ان استخدامات الافراد لنفس الرسالة يمكن ان تختلف باختلاف الاهداف التي يسعى هؤلاء الافراد لتحقيقها كما ان تأثيرات وسيلة اعلامية معينة ترتبط الى حد كبير بالاختلافات القائمة بين الافراد في تعاملاتهم مع الوسيلة، ومن ثم فان حاجة الافراد ورغباتهم وتوقعاتهم تعد جميعاً متغيرات وسيطة بين الرسائل الاعلامية وتأثيرات تلك الرسائل^(٣).

استخدامات الدبلوماسية العراقية لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها

ويهدف مدخل الاستخدامات والإشباع إلى محاولة شرح وتفسير كيفية استخدام الجمهور لوسائل الإعلام لإشباع حاجاتهم وتحقيق أهدافهم ومن ثم فإن الجمهور يحظى بأهمية كبيرة في هذا المدخل، وقد تم اختيار بعض من فروض هذا المدخل التي تتناسب مع دراسته وستحاول الدراسة الإجابة عليها وهي ما يلي:

الفرض الأول: أن أعضاء الجمهور مشاركون فعالون في عملية الاتصال الجماهيري، ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم.

الفرض الثاني: التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال، وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد.

الفرض الثالث: يستطيع أفراد الجمهور دائماً تحديد حاجاتهم ودوافعهم، بالتالي يختارون الوسائل التي تشبع تلك الحاجات^(٤).

الاستفادة من نظرية الاستخدامات والإشباع في الدراسة الحالية:

من خلال ما سبق؛ يعد مدخل الاستخدامات والإشباع من أنسب المداخل للدراسة الحالية؛ حيث يقوم الجمهور عينة الدراسة الحالية بدور إيجابي في اختيار المواقع التي تشبع احتياجاته المتعددة، سواء كانت معرفية أو وجدانية، أو سياسية أو اجتماعية، ويعرض عن الوسائل التي لا تحقق له أي إشباع؛ لذا ستحاول الدراسة اختبار مدى تلبية مواقع التواصل الاجتماعي محل الدراسة لاحتياجات الجمهور عينة الدراسة، من خلال استخدامه لتلك المواقع؛ ما يتيح قدراً من التنوع في دوافع متابعة الجمهور عينة الدراسة لهذه المواقع والإشباع المتحققة منها؛ بما يلبي رغباتهم واحتياجاتهم المختلفة، كما أن اعتماد مواقع التواصل الاجتماعي على المشاهدة في مطالعتها يتطلب انتباهاً وتركيزاً كبيراً من قبل الجمهور؛ مما يدل على نشاط المتابع وإيجابياته في التعرض؛ ما يحقق عنصرًا مهمًا وفرضاً أساسياً من فروض مدخل الاستخدامات والإشباع، وهو افتراض الجمهور النشط.

تساؤلات الدراسة:

- ١- التعرف على مدى استخدام السفراء والدبلوماسيين للدبلوماسية الرقمية في مواقع التواصل الخاصة بوزارة الخارجية العراقية عينة الدراسة؟
- ٢- ما دوافع الجمهور عينة الدراسة من استخدام الدبلوماسية الرقمية عينة الدراسة؟
- ٣- ما إشباعات الجمهور عينة الدراسة من استخدام الدبلوماسية الرقمية عينة الدراسة؟
- ٤- ما أهم الموضوعات التي يفضل الجمهور عينة الدراسة مناقشتها وتداولها من خلال الدبلوماسية الرقمية؟
- ٥- كيف يرى الجمهور عينة الدراسة مستوى أداء وزارة الخارجية الذي تقدمه من خلال الدبلوماسية الرقمية عينة الدراسة في تنفيذ السياسة الخارجية العراقية؟
- ٦- ما رأي نخبة الجمهور (عينة الدراسة) في أداء وزارة الخارجية في استخدام الدبلوماسية الرقمية عينة الدراسة؟
- ٧- ما مقترحات المبحوثين (عينة الدراسة)؛ لتطوير أداء الدبلوماسية الرقمية المستخدمة في الوزارة؟

فروض الدراسة:

تنتقل فروض الدراسة من فروض نظرية الاستخدامات والإشباع ، وسيسعى الباحث من خلال هذه الدراسة لاختبار صحة الفروض الآتية:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين دوافع استخدام الدبلوماسيين العراقيين لمواقع وزارة الخارجية وصفحاتها (محل الدراسة)، و الإشباع المتحققة من هذا الاستخدام .

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين كثافة استخدام الدبلوماسيين العراقيين لموقع وزارة الخارجية العراقية وصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي ؛ ودوافع الاستخدام، وتقييمهم لكفاءة تلك الدبلوماسية .

الفرض الثالث : تؤثر المتغيرات الديموغرافية في العلاقة بين كثافة استخدام الدبلوماسيين العراقيين لمواقع وزارة الخارجية العراقية وصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي ، ودوافع هذا الاستخدام (محل الدراسة) باستبعاد تأثير المتغيرات الديموغرافية (النوع - الفئات العمرية - المستوى التعليمي - الدرجة الوظيفية - عدد سنوات الخبرة).
الاجراءات المنهجية :

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية (Descriptive Research) التي تعمل وصف المواقف أو الظواهر أو الأحداث، وجمع الحقائق الدقيقة عنها، بهدف تحديد الظاهرة أو الموقف أو الحدث تحديدا دقيقا، ورسم صورة متكاملة له تتسم بالواقعية أو الدقة^(٥)، حيث تهتم الدراسة بالمضمون الذي يركز في طبيعة المحتوى بأساليب تساعد بالتأثير في آراء الجمهور^(٦).

(ب) منهج الدراسة ونوعها:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تعتمد على مسح العينة، وتعتمد هذه الدراسة على منهج المسح الذي يستخدم لدراسة الظاهرة أو الموضوع دراسة وصفية تكشف عما فيه من خصائص ومتغيرات^(٧)، وقد تم استخدام المنهج الوصفي (Descriptive Survey) وفي إطاره سيتم مسح عينة من الدبلوماسيين العراقيين العاملين في مقر وزارة الخارجية والسفارات خارج العراق.

مجتمع الدراسة وعينتها:

مجتمع الدراسة: يتمثل بالدبلوماسيين العراقيين كافة، والذين يعملون داخل مقر وزارة الخارجية العراقية، وكذلك الذين يعملون في السفارات والملحقيات خارج العراق، وعلى أن يمتلكون صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي أو متابعين لصفحات وزارة الخارجية العراقية الرسمية.

عينة الدراسة: قام الباحث بتطبيق الدراسة على عينة قوامها (٢٤٠) مبحوث، وتم تطبيق الدراسة على الدبلوماسيين العراقيين العاملين في مقر وزارة الخارجية العراقية والسفارات والملحقيات خارج العراق لتطبيق الاستبيان عليهم من خلال استمارة استبيان الكترونية وزعت على متابعي ومستخدمي الموقع الرسمي لوزارة الخارجية وصفحاتها على مواقع

استخدامات الدبلوماسيين العراقيين لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها

التواصل الاجتماعي، وقد تم اختيار هذه العينة بشكل عمدي فهي عينة عمدية أي أنها تعتمد على قيام الباحث باختيار مفردات العينة بناءً على خبرته الشخصية وتقييمه الشخصي للخصائص التي يجب توافرها في عينة الدراسة^(٨). والجدول التالي يبين خصائص عينة الدراسة:

جدول رقم (٣)
خصائص عينة الدراسة الميدانية

المتغيرات	ك	%
النوع	ذكر	٧٠
	انثى	٣٠
	الإجمالي	١٠٠
الفئات العمرية	١- من ٢٥ لأقل من ٣٠ سنة	١٥
	٢- من ٣٠ لأقل من ٤٠ سنة	٦٧,٥
	٣- من ٤٠ لأقل من ٥٠ سنة	١٥
	٤- من ٥٠ سنة فأكثر	٢,٥
	الإجمالي	١٠٠
مستوى التعليم	١- بكالوريوس	٥
	٢- ماجستير	٦٥
	٣- دكتوراه	٣٠
	الإجمالي	١٠٠
الدرجة الوظيفية	1- سكرتير اول	١٧
	2- سكرتير ثاني	٣٠,٥
	3- سكرتير ثالث	٤٠
	4- مستشار	١٢,٥
	الإجمالي	١٠٠
عدد سنوات الخبرة في العمل الدبلوماسي	١- أقل من سنة إلى ٣ سنوات	٢٥
	٢- من سنوات إلى ٨ سنوات	١٠,٨
	٣- من ٩ سنوات إلى ١٢ سنة	١٢,٥
	٤- من ١٣ سنة إلى ١٨ سنة	١٧,٥
	الإجمالي	١٠٠

أداة جمع البيانات:

اعتمدت الدراسة على الاستبانة كأداة لجمع البيانات لهذه الدراسة، وقد استخدم الباحث في هذه الدراسة (الاستبانة والكترونية)؛ لأنها تولد نوع من الألفة مع المبحوثين، فضلاً عن إمكانية توجيه انتباههم لبعض الأمور التي تساعد على الفهم الصحيح لبنود الأداة، وتحفزهم على

استخدامات الدبلوماسيين العراقيين لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها

الإجابة بدقة وعناية، وكما أنها تمكن الباحث من ملاحظة بعض المبحوثين الذين يسيئون فهم الأسئلة، فيشرح الباحث معناه، والتأكيد على الإجابة التامة للمبحوثين عن الأسئلة كافة. صدق الاداة:

تم إجراء أختبار الصدق لصحيفة الاستقصاء من خلال الدقة بالتصميم، بما يناسب أهداف الدراسة، ومن ثم عرض الصحيفة على مجموعة من المحكمين من أساتذة الإعلام(*)، وقد أجرى الباحث التعديلات في ضوء الملاحظات التي أوصى بها المحكمون، وقد تم التحقق من ثبات الأداة بطريقة ألفا كرو نباخ، حيث تم تطبيق الاستبيان على (٣٠) مبحوث، وتمت معالجة البيانات إحصائياً لاستخراج معامل الثبات، حيث بلغ معامل الثبات ٩١٪ وهي درجة ثبات عالية تجعل المقياس صالح للتطبيق. جمع البيانات والمعالجة الإحصائية:

تم جمع بيانات هذه الدراسة من خلال تطبيق الاستبيان على الدبلوماسيين العراقيين العاملين داخل مقر وزارة الخارجية العراقية وكذلك العاملين في البعثات الدبلوماسية في الخارج، عن طريق استمارة الاستبيان الالكترونية، وخضعت البيانات لمراجعة مدققة، وتم إدخال البيانات في الحاسب الآلي باستخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) وذلك وفق خطة إحصائية تتفق والحصول على البيانات المطلوبة. النتائج العامة للدراسة:

١- مدى استخدام الدبلوماسيين العراقيين لموقع وزارة الخارجية العراقية وصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي. فيسبوك / تويتر .

جدول رقم (١)

مدى استخدام الدبلوماسيين العراقيين لموقع وزارة الخارجية العراقية وصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي (عينة الدراسة)

مدى الاستخدام	التكرار و النسبة	ك	%
دائما		١٣٢	٥٥
احيانا		٩٠	٣٧,٥
نادرا		١٨	٧,٥
الإجمالي		٢٤٠	١٠٠

تشير بيانات الجدول رقم (١) الى الغالبية العظمى للمبحوثين استخدام الدبلوماسيين لصفحات مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بوزارة الخارجية العراقي وهي كما يلي:

- ارتفاع نسبة من يستخدمون موقع وزارة الخارجية وصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي من الدبلوماسيين العراقيين (عينة الدراسة) بلغت (١٠٠٪)، مما يدل على أهميتها كوسيلة أو أداة إعلامية مهمة في العمل الدبلوماسي الرقمي.

استخدامات الدبلوماسيين العراقيين لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها

٢ - دوافع استخدام الدبلوماسيين العراقيين لموقع وزارة الخارجية العراقية وصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي .

جدول رقم (٢)

دوافع استخدام موقع وزارة الخارجية العراقية وصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		درجة الموافقة	العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك		
٨٨,٢	٠,٥٧	٢,٦٥	٤,٥	١١	٢٦,٣	٦٣	٦٩,٢	١٦٦		وجود روابط لمقاطع فيديو على اليوتيوب منشورة على صفحة الموقع
٨٦,٧	٠,٥٤	٢,٦٠	٢,٥	٦	٣٥,٠	٨٤	٦٢,٥	١٥٠		سهولة الحصول على المعلومات والأخبار التي تخص العمل الدبلوماسي
٨٥,٠	٠,٦٧	٢,٥٥	١٠,٠	٢٤	٢٥,٠	٦٠	٦٥,٠	١٥٦		مشاركة بالرأي على هذه المواقع من خلال كتابة التعليقات
٨٣,٣	٠,٦٣	٢,٥٠	٧,٥	١٨	٣٥,٠	٨٤	٥٧,٥	١٣٨		توفر ميزة البحث والتعرف على كل ما هو جديد في مجال العمل الدبلوماسي الرقمي
٨٢,٥	٠,٧١	٢,٤٨	١٢,٥	٣٠	٢٧,٥	٦٦	٦٠,٠	١٤٤		أنها وسيلة مؤثرة في الرأي العام الخارجي
٨١,٣	٠,٦٥	٢,٤٤	٨,٨	٢١	٣٨,٧	٩٣	٥٢,٥	١٢٦		لمتابعة أهداف السياسة الخارجية العراقية
٨٠,٨	٠,٧٤	٢,٤٣	١٥,٤	٣٧	٢٦,٧	٦٤	٥٧,٩	١٣٩		شكر المسؤولين على جهودهم المبدولة في إطار الدبلوماسية الرقمية
٧٩,٢	٠,٧٢	٢,٣٨	١٣,٨	٣٣	٣٥,٠	٨٤	٥١,٢	١٢٣		استخدمها لأنها جزء من عملي
٧٨,٦	٠,٧٧	٢,٣٦	١٨,٣	٤٤	٢٧,٥	٦٦	٥٤,٢	١٣٠		تجعلني مطلع على المشاكل الدولية الخاصة بالعراق
٧٧,٥	٠,٧٢	٢,٣٣	١٥,٠	٣٦	٣٧,٥	٩٠	٤٧,٥	١١٤		توصيل الرسالة الإعلامية الخاصة بسياسة الدولة للدبلوماسيين والرأي العام الخارجي
٧٥,١	٠,٦٤	٢,٢٥	١٠,٨	٢٦	٥٢,٩	١٢٧	٣٦,٣	٨٧		وجود معلومات محدثة في الموقع
٧٣,٣	٠,٧٢	٢,٢٠	١٧,٥	٤٢	٤٥,٠	١٠٨	٣٧,٥	٩٠		تساعدني على تكوين اتجاهاتي نحو أداء وزارة الخارجية
٥٥,٨	٠,٧٢	١,٦٨	٤٧,٥	١١٤	٣٧,٥	٩٠	١٥,٠	٣٦		وجود روابط أخرى تتعلق بالدولة وقضاياها وسياستها الخارجية
٤٦,٧	٠,٥٨	١,٤٠	٦٥,٠	١٥٦	٣٠,٠	٧٢	٥,٠	١٢		وجود معرض للصور والوثائق تدعم الأحداث والقضايا التي تمس السياسة الخارجية العراقية
٢٤٠									جملة من اجابوا	

استخدامات الدبلوماسيين العراقيين لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها

- توضح لنا البيانات في الجدول رقم (٢) دوافع استخدام الباحثين لمواقع التواصل الاجتماعي والموقع الرسمي التابع لوزارة الخارجية العراقية، حيث جاء دافع (وجود روابط لمقاطع فيديو على اليوتيوب منشورة على صفحة الموقع) في الترتيب الأول، وبنسبة (٨٨,٢٪)، وأن دافع (سهولة الحصول على المعلومات والأخبار التي تخص العمل الدبلوماسي) جاء بالترتيب الثاني، وبنسبة (٨٦,٧٪)، يليها دافع (مشاركة بالرأي على هذه المواقع من خلال كتابة التعليقات)، وبنسبة (٨٥٪)، ونلاحظ من ذلك ان دوافع الاستخدام الاولي لدى الباحثين كانت دوافع من اجل الحصول على اقصى استفادة من هذه المواقع سواء بالحصول على معلومات او مشاركة بالأراء او مشاهدة مقاطع فيديو للنشاطات الدبلوماسية التي تقوم بها البعثات الدبلوماسية والدبلوماسيين داخل الوزارة.

٣ - تقييم الدبلوماسيين العراقيين للإشباع المتحققة من استخدامهم لمواقع وزارة الخارجية العراقية وصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي .

جدول رقم (٣)

تقييم الدبلوماسيين العراقيين للإشباع المتحققة من استخدامهم لمواقع وزارة الخارجية العراقية وصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	معرض		محايد		موافق		درجة الموافقة	العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك		
٨٨,١	٠,٦٠	٢,٦٤	٦,٧	١٦	٢٢,٥	٥٤	٧٠,٨	١٧٠	الإطلاع ومعرفة تصريحات السياسة والشخصيات السياسية العراقية والدولية	
٨٧,٥	٠,٥٨	٢,٦٣	٥,٠	١٢	٢٧,٥	٦٦	٦٧,٥	١٦٢	المساهمة في معالجة الموضوعات المطروحة على هذه المواقع	
٨٤,٤	٠,٦٥	٢,٥٣	٨,٧	٢١	٢٩,٢	٧٠	٦٢,١	١٤٩	جعلتني أتبنى رأي من يعجبني من المستخدمين الدبلوماسيين الآخرين	
٨٢,٥	٠,٧١	٢,٤٨	١٢,٩	٣١	٢٦,٧	٦٤	٦٠,٤	١٤٥	تحسن صورة العراق أمام الرأي العام الخارجي العراقي والدولي	
٨٢,٥	٠,٦٧	٢,٤٨	١٠,٠	٢٤	٣٢,٥	٧٨	٥٧,٥	١٣٨	تعطي فرصة للتفاعل على هامش الحرية في التعبير عن الرأي	
٨١,٨	٠,٦٨	٢,٤٥	١٠,٨	٢٦	٣٢,٩	٧٩	٥٦,٣	١٣٥	تمنحني الشعور بالراحة والأمان نحو أداء الوزارة	
٨٠,٨	٠,٦٣	٢,٤٣	٧,٥	١٨	٤٢,٥	١٠٢	٥٠,٠	١٢٠	التواصل مع فئة محددة من الإصدقاء والمعارف في الموضوعات السياسية	
٨٠,٠	٠,٦٦	٢,٤٠	١٠,٠	٢٤	٤٠,٠	٩٦	٥٠,٠	١٢٠	التعبير عن موافقي وأفكاري تجاه القضايا السياسية الداخلية والخارجية	
٧٥,٦	٠,٧٢	٢,٢٧	١٦,٣	٣٩	٤٠,٨	٩٨	٤٢,٩	١٠٣	مهارات جديدة تفيد في العمل الدبلوماسي الرقمي العراقي	
٧٤,٩	٠,٦٩	٢,٢٥	١٤,٥	٣٥	٤٦,٣	١١١	٣٩,٢	٩٤	زيادة المعرفة بالأحداث والموضوعات الجارية في العالم	
٧٣,٣	٠,٧٧	٢,٢٠	٢١,٣	٥١	٣٧,٥	٩٠	٤١,٢	٩٩	تعزيز حماية أمن العراق وتعزيز استقراره والحفاظ على وحدته وونام مجتمعه	
٧٣,٣	٠,٦٨	٢,٢٠	١٥,٠	٣٦	٥٠,٠	١٢٠	٣٥,٠	٨٤	تعزيز قدراتي على إدارة النقاش مع الآخرين في الموضوعات المختلفة	
٧١,٧	٠,٧٩	٢,١٥	٢٥,٠	٦٠	٣٥,٠	٨٤	٤٠,٠	٩٦	تأييد الرأي العام الخارجي العراقي	
					٢٤٠				جملة من اجابوا	

استخدامات الدبلوماسيين العراقيين لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها

تبين لنا البيانات في الجدول رقم (٣) ان الاشباع المتحققة من استخدام الدبلوماسيين العراقيين لموقع وزارة الخارجية وصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي ما يلي:

- تصدر عبارة (الاطلاع ومعرفة تصريحات الساسة والشخصيات السياسية العراقية والدولية) المرتبة الاولى من بين الاشباع المتحققة من استخدام الدبلوماسية الرقمية العراقية، وبنسبة (٨٨,١٪)، ثم يليه بالمرتبة الثانية عبارة (المساهمة في معالجة الموضوعات المطروحة على هذه المواقع)، وبنسبة (٨٧,٥٪).

- انخفضت الاشباع التي تخص عبارة (تعزيز قدراتي على ادارة النقاش مع الاخرين في الموضوعات المختلفة)، وبنسبة (٧٣,٣٪)، واخيراً جاءت عبارة (تأييد الراي العام الخارجي العراقي)، وبنسبة (٧١,٧٪).

٤- طبيعة أداء وزارة الخارجية العراقية الذي يقدمه موقع الوزارة وصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي .

جدول رقم (٤)

طبيعة أداء وزارة الخارجية العراقية الذي يقدمه موقع الوزارة وصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي

التكرار و النسبة	ك	%
طبيعة اداء وزارة الخارجية العراقية		
اداء قوي	٨٤	٣٥
اداء متوسط	٦	٢,٥
اداء ضعيف	١٥٠	٦٢,٥
الإجمالي	٢٤٠	١٠٠

تشير بيانات الجدول رقم (٤) الخاص بطبيعة أداء وزارة الخارجية العراقية الذي يقدمه موقع الوزارة وصفحاته على مواقع التواصل الاجتماعي ما يلي:

- تصدرت عبارة (اداء ضعيف) جاءت بالمرتبة الاولى، وبنسبة (٦٢,٥٪)، وهذه النتيجة تعكس ضعف الاداء من قبل القائمين او المخططين او المستخدمين للدبلوماسية الرقمية العراقية، والتي اصبحت مهمة ومؤثرة في الكثير من الدول الغربية والعربية التي تنشط فيها اداء الدبلوماسية الرقمية، .

انخفضت عبارة (اداء قوي) بنسبة (٣٥٪)، وعبارة (اداء متوسط)، وبنسبة (٢,٥٪)، وهذه النتيجة تحتاج الى زيادة الاهتمام من قبل المسؤولين عن الدبلوماسية الرقمية، وتطوير فاعليتها عن طريق تقديم الخدمات والتغطيات الاعلامية المستمرة للقاءات بين وزير الخارجية والسفراء والبعثات الدبلوماسية وزيادة الحضور والتواجد الرقمي للوزارة على موقعها وصفحاتها على مواقع التواصل.

استخدامات الدبلوماسيين العراقيين لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها

٥- الاتجاهات السائدة في تعليقات المتابعين والمستخدمين للموضوعات التي ينشرها موقع وزارة الخارجية العراقية.

جدول رقم (٥)

اتجاهات السائدة في تعليقات المتابعين والمستخدمين للموضوعات التي ينشرها موقع وزارة الخارجية العراقية

تقييم الدبلوماسيين	التكرار و النسبة	ك	%
اتجاه ايجابي		١٨	٧,٥
اتجاه محايد		٦٠	٢٥
اتجاه سلبي		١٦٢	٦٧,٥
الإجمالي		٢٤٠	١٠٠

تشير بيانات الجدول السابق رقم (٥) مدى تقييم الدبلوماسيين عينة الدراسة للاتجاهات السائدة في تعليقات المستخدمين للموضوعات التي ينشرها موقع وزارة الخارجية وفقاً لما يلي:

- تصدر الاتجاه السلبي المرتبة الاولى، و بنسبة (٦٧,٥ %) من بين الاتجاهات التي علق عليها الدبلوماسيين ازاء تعليقات المتابعين من الجمهور غير الدبلوماسيين، ثم جاءت المرتبة الثانية (اتجاه محايد) وبنسبة ٢٥٪، وبالمرتبة الاخيرة (الاتجاه ايجابي) وبنسبة (٧,٥ %)، وهذه يدل على ضعف رضا الجمهور العام على الموضوعات التي يتم طرحها على الموقع الرسمي لوزارة الخارجية وصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي.

- يستنتج الباحث ان اتجاهات الجمهور العام (غير الدبلوماسيين) في تعليقاتهم ازاء الموضوعات التي يتم نشرها على صفحات وزارة الخارجية على مواقع التواصل الاجتماعي هي تعليقات سلبية كونهم ربما لديهم وجهة نظر تمتاز بالاستياء وعدم الثقة بالموضوعات التي تنشر على صفحات وزارة الخارجية على مواقع التواصل ازاء بعض الموضوعات، أو عدم اتاحتهم الفرصة في التعيينات ضمن كادر الوزارة، وحصراً بين ابناء المسؤولين (حسب تعليقات الجمهور)، وايضا السخرية من نشاطات الوزارة الدبلوماسية التي لا تلبى تحقيق اهدافها وسياستها الخارجية.

٦ - الموضوعات الاكثر بروزاً والتي يحرص عليها الدبلوماسيين العراقيين على متابعتها على مواقع الوزارة وصفحاتها .

جدول رقم (٦)

الموضوعات الاكثر بروزاً والتي يحرص عليها الدبلوماسيين العراقيين على متابعتها على مواقع الوزارة وصفحاتها

الموضوعات	التكرار و النسبة	ك	%
موضوعات سياسية		٢١١	٨٧,٩
الجهود التي تبذلها الوزارة لحماية سيادة العراق		١٩٨	٨٢,٥
ابرام اتفاقيات ومذكرات تفاهم ومعاهدات دولية		١٨١	٧٥,٤
إقامة علاقات ثنائية دولية مع العراق على مستوى العالم		١٧٤	٧٢,٥
نشاطات اجتماعية		١٦٨	٧٠,٠

استخدامات الدبلوماسيين العراقيين لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها

٦٩,٢	١٦٦	موضوعات ثقافية
٦٧,٩	١٦٣	تهنئة وتكريم
٦٥,٠	١٥٦	نشاطات صحية
٦٢,٥	١٥٠	موضوع الاستثمار والتنمية المستدامة في العراق
٦٢,١	١٤٩	موضوعات اقتصادية
٦٠,٠	١٤٤	محاربة الارهاب والحد منه
٥٩,٢	١٤٢	موضوعات انسانية
٥٧,٥	١٣٨	إدانة واستنكار
٥٤,٦	١٣١	موضوعات أمنية وعسكرية
٥٢,٥	١٢٦	تجارية وصناعية
	٢٤٠	جملة من اجابوا

تدل بيانات الجدول رقم (٦) على اهم القضايا التي يحرص المبحوثين على متابعتها على الموقع الرسمي لوزارة الخارجية وصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي كما يلي:

- تصدرت (الموضوعات السياسية) التي تخص العمل الدبلوماسي الخارجي حيث جاءت بالمرتبة الاولى، وبنسبة (٨٧,٩٪)، ثم يليها بالمرتبة الثانية (الجهود التي تبذلها الوزارة لحماية سيادة العراق)، وبنسبة (٨٢,٥٪)، ثم بالمرتبة الثالثة ابرام اتفاقيات ومذكرات تفاهم ومعاهدات دولية (٧٥,٤٪).

- انخفضت نسبة متابعة المبحوثين لبعض الموضوعات منها موضوعات (الادانة والاستنكار)، حيث جاءت بنسبة (٥٧,٥٪)، ثم يليها بالمرتبة الثانية (موضوعات الامنية والعسكرية)، وبنسبة (٥٤,٦٪)، واخيرا الموضوعات التجارية والصناعية، وبنسبة (٥٢,٥٪) من اجمالي العينة.

١٢ - اهم المقترحات التي تتطلبها الدبلوماسية الرقمية الفعالة والناجحة في تنفيذ السياسة الخارجية العراقية .

جدول رقم (٧)

اهم المقترحات التي تتطلبها الدبلوماسية الرقمية الفعالة والناجحة في تنفيذ السياسة الخارجية العراقية

الترار و النسبة	ك	%
اهم المقترحات		
إنشاء وحدة متخصصة بوزارة الخارجية العراقية بطاقم كامل، لإعادة تقديم المحتوى الاعلامي بطريقة اكثر فعالية الى الجماهير والمستوى الرسمي	٢١٠	٨٧,٥
مواكبة التطورات في تكنولوجيا الاتصال وربطها في العمل الدبلوماسي العراقي	١٩٨	٨٢,٥
تدريب الموظفين الدبلوماسيين على التعامل مع موقع للوزارة	١٨٦	٧٧,٥
تخصيص كادر متخصص من الإعلاميين لإدارة الاعلام الدبلوماسي الرقمي العراقي	١٦٢	٦٧,٥
الحضور والتواجد الدائم والتفاعل المستمر مع الجمهور الداخلي والخارجي من قبل الدبلوماسيين	١٣٢	٥٥,٠
قيام مواقع الوزارة بالرد على استفسارات الجمهور وتصحيح الأخبار المغلوطة	١٢٠	٥٠,٠
جملة من اجابوا	٢٤٠	

تشير بيانات الجدول رقم (٧) الى اهم المقترحات التي تتطلبها الدبلوماسية الرقمية الناجحة في تنفيذ السياسة الخارجية العراقية من وجهة نظر الباحثين من الدبلوماسيين العراقيين وهي كما يلي:

استخدامات الدبلوماسيين العراقيين لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها

- أقتراح المبحوثين بالمرتبة الاولى إنشاء وحدة متخصصة بوزارة الخارجية العراقية بطاقم كامل، لإعادة تقديم المحتوى الاعلامي بطريقة أكثر فعالية الى الجماهير والمستوى الرسمي، ونسبة مرتفعة (٧,٥٪)، ثم يليها بالمرتبة الثانية مواكبة التطورات في تكنولوجيا الاتصال وربطها في العمل الدبلوماسي العراقي، بنسبة (٨٢,٥٪)، ويليها تخصيص كادر متخصص من الإعلاميين لإدارة الإعلام الدبلوماسي الرقمي العراقي، بنسبة (٦٧,٥٪).

- انخفضت نسبة اقتراحات المبحوثين الخاصة بقيام موقع الوزارة وصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي عينة الدراسة بالرد على استفسارات الجمهور وتصحيح الأخبار المغلوطة بالمرتبة الاخيرة باقل نسبة (٥٠٪).

نتائج اختبارات الفروض:

الفرض الاول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين دوافع استخدام الدبلوماسيين العراقيين لمواقع وزارة الخارجية وصفحاتها (محل الدراسة)، و الاشباع المتحققة من هذا الاستخدام .

جدول رقم (٨)

الارتباط الخطى بين دوافع استخدام الدبلوماسيين العراقيين لموقع وزارة الخارجية العراقية، والصفحات الخاصة بها و الاشباع المتحققة من هذا الاستخدام

دوافع استخدام الدبلوماسيين العراقيين لموقع الوزارة وصفحاتها محل الدراسة		دوافع الاستخدام
قيمة بيرسون	قيمة بيرسون	اشباع استخدام
٠,٠١ دال احصائيا	٠,٥٠١	اشباع المحتوى
٠,٠١ دال احصائيا	٠,٢٥٨	اشباع التعرض
٠,٠١ دال احصائيا	٠,٣٠٨	اشباع اجتماعية
٠,٠١ دال احصائيا	٠,٤٦٩	القيمة التجمعية للاشباع

تشير بيانات الجدول (٨) الى ما يلي:

- وجود علاقة دالة احصائيا بين كثافة استخدام الدبلوماسيين العراقيين لموقع وزارة الخارجية العراقية وصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي (محل الدراسة) والاشباع المتحققة من حيث اشباع المحتوى من هذا الاستخدام عند معامل ارتباط بيرسون (٠,٥٠١)، ومستوى معنوية (٠,٠١)، عند درجة ثقة (٩٩)، وقد اتضح انها علاقة طردية مما يعني انه كلما زادت كثافة استخدام الدبلوماسيين لموقع الوزارة وصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي (محل الدراسة)، ومن حيث شدة العلاقة يمكن تصنيفها متوسطة.

- وجود علاقة دالة احصائيا بين كثافة استخدام الدبلوماسيين العراقيين لموقع وزارة الخارجية العراقية وصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي (محل الدراسة) والاشباع المتحققة من حيث اشباع التعرض من هذا الاستخدام عند معامل ارتباط بيرسون (٠,٢٥٨)، ومستوى معنوية (٠,٠١)، عند درجة ثقة (٩٩)، وقد اتضح انها علاقة طردية مما يعني انه كلما زادت كثافة استخدام الدبلوماسيين لموقع الوزارة وصفحاتها على مواقع

استخدامات الدبلوماسيين العراقيين لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها

التواصل الاجتماعي (محل الدراسة) زادت الإشباعات من حيث التعرض، ومن حيث شدة العلاقة يمكن تصنيفها ضعيفة.

- وجود علاقة دالة احصائيا بين كثافة استخدام الدبلوماسيين العراقيين لموقع وزارة الخارجية العراقية وصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي (محل الدراسة) والإشباعات المتحققة من حيث الإشباعات الاجتماعية عند مستوى معنوية (0,01)، و معامل ارتباط بيرسون (0,308)، عند درجة ثقة (99)، وقد اتضح انها علاقة طردية مما يعني انه كلما زادت كثافة استخدام الدبلوماسيين لموقع الوزارة وصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي (محل الدراسة)، ومن حيث شدة العلاقة يمكن تصنيفها ضعيفة.

- وجود علاقة دالة احصائيا بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل الدبلوماسيين العراقيين لموقع وزارة الخارجية وصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي (محل الدراسة) والقيمة التجميعية للإشباعات المتحققة من هذا الاستخدام عند مستوى معنوية (0,01)، ومعامل ارتباط بيرسون (0,469) وعند درجة ثقة (99)، ويتضح من ذلك ان العلاقة ارتباطية طردية مما يعني انه كلما زاد استخدام موقع وزارة الخارجية وصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي (محل الدراسة)، زادت الإشباعات المتحققة من هذا الاستخدام، ومن حيث شدة العلاقة يمكن القول انها علاقة ضعيفة.

وبذلك يكون اختبار الفرض الاول القائل: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين دوافع استخدام الدبلوماسيين العراقيين لمواقع وزارة الخارجية وصفحاتها (محل الدراسة)، والإشباعات المتحققة من هذا الاستخدام، قد انتهى بثبوته بشكل كلي.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين كثافة استخدام الدبلوماسيين العراقيين لموقع وزارة الخارجية العراقية وصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي؛ ودوافع الاستخدام، وتقييمهم لكفاءة تلك الدبلوماسية.

جدول رقم (9)

الارتباط الخطي بين كثافة استخدام الدبلوماسيين العراقيين لموقع وزارة الخارجية العراقية وصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي ودوافع الاستخدام لها، وتقييم كفاءة تلك الدبلوماسية

كثافة الاستخدام		المتغيرات
كثافة استخدام الدبلوماسيين العراقيين لمواقع وزارة الخارجية العراقية وصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي	معامل ارتباط بيرسون	
مستوى المعنوية	0,188	دوافع استخدام الدبلوماسيين العراقيين للمواقع والصفحات الخاصة بوزارة الخارجية العراقية
0,01 دال احصائيا	0,044	تقييم الدبلوماسيين العراقيين لكفاءة الدبلوماسية الرقمية

استخدامات الدبلوماسيين العراقيين لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها

تشير بيانات الجدول رقم (٩) إلى ان وجود علاقة ارتباط جزئي بين كثافة استخدام موقع وزارة الخارجية وصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي كما يلي:

- توجد علاقة ارتباطية جزئيا ذات دلالة احصائية بين كثافة استخدام الدبلوماسيين العراقيين لموقع وزارة الخارجية الرسمية وصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي (محل الدراسة) عن مستوى معنوية (٠,٠١)، ودرجة ثقة (٩٩)، ومعامل ارتباط بيرسون (٠,١٨٨)، وهذا يعني ان علاقة الارتباط طردية أي انه كلما زادت كثافة استخدام الدبلوماسيين لموقع وزارة الخارجية وصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي (محل الدراسة)، زادت دوافع الاستخدام لهذه المواقع، ومن حيث شدة العلاقة يمكن ان تعتبر العلاقة ضعيفة.

- لا توجد علاقة ارتباط بين كثافة استخدام الدبلوماسيين العراقيين لموقع وزارة الخارجية الرسمي وصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي (محل الدراسة)، وتقييمهم لكفاءة الدبلوماسية العراقية عند معامل ارتباط بيرسون (٠,٠٤٤)، ومستوى معنوية (٠,٠٥)، أي درجة ثقة (٩٥).

وبذلك يكون اختبار الفرض القائل توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين كثافة استخدام الدبلوماسيين العراقيين لموقع وزارة الخارجية وصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي؛ ودوافع الاستخدام، وتقييمهم لكفاءة تلك الدبلوماسية، قد انتهى بثبوته بشكل جزئي من حيث كثافة استخدام الدبلوماسيين عينة الدراسة، ودوافع استخدام هذه المواقع (محل الدراسة).

الفرض الثالث: تؤثر المتغيرات الديموغرافية في العلاقة بين كثافة استخدام الدبلوماسيين العراقيين لمواقع وزارة الخارجية العراقية وصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي، ودوافع هذا الاستخدام (محل الدراسة) باستبعاد تأثير المتغيرات الديموغرافية (النوع - الفئات العمرية - المستوى التعليمي - الدرجة الوظيفية - عدد سنوات الخبرة)

جدول رقم (١٠)

استبعاد تأثير المتغيرات الوسيطة

كثافة استخدام الدبلوماسيين العراقيين لمواقع وزارة الخارجية العراقية وصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي			(المتغيرات الوسيطة الخصائص الديموغرافية)
دوافع الاستخدام			
مستوى المعنوية	معامل الارتباط الجزئي بعد ضبط المتغير الوسيط	معامل ارتباط بيرسون قبل استبعاد المتغير الوسيط	
٠,٠١ دال احصائيا	٠,٣٠٣	٠,١٨٨ **	النوع
٠,١٤٨ غير دال احصائيا	٠,٠٩٥		الفئات العمرية
٠,٥٤٧ غير دال احصائيا	٠,٠٤٠		المستوى التعليمي
٠,٠١ دال احصائيا	٠,٢٤٦		الدرجة الوظيفية
٠,٠٢٢ دال احصائيا	٠,١٤٨		عدد سنوات الخبرة

تشير بيانات الجدول رقم (١٠) إلى ما يلي:

- كانت هناك علاقة دالة احصائيا بين كثافة استخدام موقع وزارة الخارجية العراقية، وصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي (محل الدراسة)، ودوافع هذا الاستخدام عند معامل ارتباط بيرسون (٠,١٨٨)، عند مستوى معنوية (٠,٠١)، أي درجة ثقة (٩٩)، وباستبعاد متغير النوع كانت معامل ارتباط بيرسون تساوي (٠,٣٠٣)، وذلك يعني ان متغير النوع يؤثر على هذه العلاقة، وكان ذلك التأثير ايجابي، أي زاد معامل ارتباط بيرسون بعد استبعاد هذا المتغير (النوع)، وتعتبر شدة هذه العلاقة متوسطة.
- كانت هناك علاقة دالة احصائيا بين كثافة استخدام موقع وزارة الخارجية العراقية، وصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي (محل الدراسة)، ودوافع هذا الاستخدام عند معامل ارتباط بيرسون (٠,١٨٨)، عند مستوى معنوية (٠,٠١)، أي درجة ثقة (٩٩)، وباستبعاد متغير الفئات العمرية عند معامل ارتباط بيرسون (٠,٠٩٥) ومستوى معنوية (٠,٠٥)، أي درجة الثقة (٩٥)، تبين انه لا توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين كثافة هذا الاستخدام ودوافعه من قبل الدبلوماسيين.
- كانت هناك علاقة دالة احصائيا بين كثافة استخدام موقع وزارة الخارجية العراقية، وصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي (محل الدراسة)، ودوافع هذا الاستخدام عند معامل ارتباط بيرسون (٠,١٨٨)، عند مستوى معنوية (٠,٠١)، أي درجة ثقة (٩٩)، وباستبعاد متغير المستوى التعليمي عند معامل ارتباط بيرسون (٠,٠٤٠) ومستوى معنوية (٠,٠١)، أي درجة الثقة (٩٩)، تبين انه لا توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين كثافة هذا الاستخدام ودوافعه من قبل الدبلوماسيين.
- كانت هناك علاقة دالة احصائيا بين كثافة استخدام موقع وزارة الخارجية العراقية، وصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي (محل الدراسة)، ودوافع هذا الاستخدام عند معامل ارتباط بيرسون (٠,١٨٨)، عند مستوى معنوية (٠,٠١)، أي درجة ثقة (٩٩)، وباستبعاد متغير الدرجة الوظيفية كانت معامل ارتباط بيرسون تساوي (٠,٢٤٦)، وذلك يعني ان متغير الدرجة الوظيفية يؤثر على هذه العلاقة، وكان ذلك التأثير ايجابي، أي زاد معامل ارتباط بيرسون بعد استبعاد هذا المتغير (الدرجة الوظيفية)، وتعتبر شدة هذه العلاقة ضعيفة.
- كانت هناك علاقة دالة احصائيا بين كثافة استخدام موقع وزارة الخارجية العراقية، وصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي (محل الدراسة)، ودوافع هذا الاستخدام عند معامل ارتباط بيرسون (٠,١٨٨)، عند مستوى معنوية (٠,٠٥)، أي درجة ثقة (٩٥)، وباستبعاد متغير عدد سنوات الخبرة كانت معامل ارتباط بيرسون تساوي (٠,١٤٨)، وذلك يعني ان متغير عدد سنوات الخبرة يؤثر على هذه العلاقة، وكان ذلك التأثير سلبي، أي ضعف معامل ارتباط

استخدامات الدبلوماسيين العراقيين لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها

بيرسون بعد استبعاد هذا المتغير (عدد سنوات الخبرة)، وهذا يعني ان هذه العلاقة عكسية أي كلما زادت كثافة استخدام موقع الوزارة الرسمي وصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي (محل الدراسة) ضعفت دوافع هذا الاستخدام بالنسبة عدد سنوات الخبرة، وتعتبر شدة هذه العلاقة ضعيفة.

وبذلك يكون اختبار الفرض القائل: تؤثر المتغيرات الديموغرافية في العلاقة بين كثافة استخدام الدبلوماسيين العراقيين لموقع وزارة الخارجية العراقية، وصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي (محل الدراسة)، ودوافع هذا الاستخدام، باستبعاد تأثير المتغيرات الديموغرافية (النوع - الفئات العمرية - المستوى التعليمي - الدرجة الوظيفية - عدد سنوات الخبرة) ، قد انتهى بثبوت صحته جزئياً، فقد ثبت من حيث (النوع، الدرجة الوظيفية، وعدد سنوات الخبرة).

- (١) خالد بن إبراهيم الرويتح: "الدبلوماسية الرقمية والسياسة الخارجية"، السعودية: جريدة الشرق الأوسط، العدد ١٢٧، بتاريخ ٢٩ نوفمبر ٢٠١٣.
- (٢) عماد محمد مرزا، "الدبلوماسية الرقمية المفاهيم والنماذج التطبيقية"، بحث غير منشور، (العراق، وزارة الخارجية، معهد الخدمة الخارجية، ٢٠١٧).
- 3(Mosbah, Hesham, "Uses and gratification of TV viewing Among Egyptian adults": unpublished M.A, thesis, the department of journalism American university of Cairo, 1992, p13.
- 4() Blumler & Katz, "The uses of mass communication" current perspectives on gratifications research, 1974,p21 .
- (٥) محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٤)، ص ١٥٨.
- (٦) إحسان رمضان عباس، دور الفضائيات العراقية في ترتيب أولويات القضايا الداخلية لدى الجمهور العراقي، رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة: معهد البحوث والدراسات العربية، قسم الإعلام، ٢٠٠٩)، ص ٤٥.
- (٧) بركات عبد العزيز، مناهج البحث الإعلامي الأصول النظرية ومهارات التطبيق، (القاهرة: دار الكتاب الحديث، ٢٠١٢)، ص ٣٧.
- (٨) شيماء نو الفقار زغيب، "مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية"، ط ٢، (مصر: القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ٢٠١٥)، ص ٢٤٣.
- (*) عرضت الادائين على السادة المحكمين الاتية اسماؤهم، مرتبة ترتيباً هجائياً:
- أ. م. د/ أمل حماده، الاستاذ بكلية السياسة والاقتصاد، قسم العلاقات الدولية، جامعة القاهرة.
 - أ. م. د/ ابراهيم الشناوي، الاستاذ بكلية السياسة والاقتصاد، قسم العلاقات الدولية، جامعة القاهرة.
 - أ. د/ بركات عبد العزيز، الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون - كلية الإعلام - جامعة القاهرة.
 - أ. د/ خالد صلاح الدين، الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون - كلية الإعلام - جامعة القاهرة.
 - أ. د/ ماجي الحلواني، الأستاذة بقسم الإذاعة والتلفزيون - كلية الإعلام - جامعة القاهرة.
 - أ. د/ محمد سالم، وكيل الكلية لشؤون البيئة، كلية السياسة والاقتصاد، جامعة القاهرة.
 - أ. د/ نبيل طلب، الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون - كلية الإعلام - جامعة القاهرة.
 - أ. د/ وليد فتح الله، الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون - كلية الإعلام - جامعة القاهرة.