

أساليب القوة الناعمة في العلاقات العامة الدولية
(الولايات المتحدة الأمريكية انموذجا)

**Soft Power Techniques in International Public Relations
(The United States of America as a Model)**

م.م. عذراء جبار حسن

M.M. Athraa Jabbar Hassan

قسم الاعلام – كلية الآداب – الجامعة المستنصرية

**Department of Media – College of Arts – Al-Mustansiriya
University**

07711779072

athraa_jabbar90@uomustansiriyah.edu.iq

الكلمات المفتاحية: القوة الناعمة، العلاقات العامة الدولية، الاتصال الدولي، السياسة الخارجية،
الولايات المتحدة الأمريكية

Keywords: Soft Power, International Public Relations, International
Communication, Foreign Policy, USA

المستخلص:

يهدف البحث الى دراسة اساليب القوة الناعمة في العلاقات العامة الدولية مع التركيز على الولايات المتحدة الأمريكية بوصفها نموذجًا في توظيف أدوات التأثير غير المباشر في السياسة الدولية. انطلقت الدراسة من تساؤل رئيس يتمثل في طبيعة الدور الذي تؤديه العلاقات العامة الدولية في توظيف ادوات القوة الناعمة للتأثير في الرأي العام العالمي. ويعد هذا البحث من البحوث الوصفية التحليلية والميدانية , واستخدمت الباحثة اداتي التحليل و الاستبانة لجمع وتحليل البيانات , وشملت العينة الميدانية (٢٠٠) مفردة من النخب الاكاديمية من تدريسي ومتخصصي الإعلام والعلوم السياسية. و تناول الاطار النظري مفهوم القوة الناعمة ونشأتها وادواتها اضافة الى دور العلاقات الدولية في الاتصال الدولي واساليب القوة الناعمة الأمريكية في العلاقات العامة الدولية . و اظهرت نتائج الدراسة ان اهم الاساليب المستخدمة في القوة الناعمة الامريكية كانت , اما من حيث نتائج الدراسة الميدانية فكانت غالبية المبحوثين يدركون اهمية القوة الناعمة في العلاقات الدولية المعاصرة كما بينت النتائج ان الاعلام والثقافة والبرامج التعليمية والمساعدات الانسانية تعد من ابرز الادوات التي توظفها الولايات المتحدة تمثل اداة فاعلة في تحسين الصورة الذهنية للدول والتأثير في الرأي العام العالمي.

Abstract:

This study aims to examine the methods of soft power in international public relations, focusing on the United States as a model for employing non coercive influence in international politics. The study is based on a central question concerning the role played by international public relations in utilizing soft power tools to influence global public opinion. The research adopted the descriptive analytical method, and a questionnaire was used as the primary data collection tool. The sample consisted of (200) participants selected intentionally from faculty members in the fields of media and political science. The theoretical framework addressed the concept of soft power, its origins and tools, the role of international relations in international communication, and the methods of American soft power in international public relations. The findings revealed that most respondents recognize the importance of soft power in contemporary international relations. The results also indicated that media, culture, educational programs, and humanitarian assistance are among the most significant tools used by the United States to enhance its global influence. Furthermore, the study confirmed that international public relations play an effective role in improving the international image of states and influencing global public opinion.

المقدمة:

شهدت العلاقات الدولية في العقود الأخيرة تحولات ملحوظة في طبيعة الأدوات التي تعتمدها الدول في تحقيق مصالحها وتعزيز نفوذها في النظام الدولي. فبعد أن كان التركيز التقليدي ينصب على استخدام أدوات القوة الصلبة المتمثلة في القوة العسكرية والاقتصادية، برزت أهمية أدوات أخرى أكثر مرونة وتأثيراً تُعرف بالقوة الناعمة، والتي تقوم على قدرة الدولة على التأثير في الآخرين من خلال الجذب والإقناع بدلاً من الإكراه والضغط.

وقد برز مفهوم القوة الناعمة في أدبيات العلاقات الدولية بوصفه أحد المفاهيم الحديثة التي تسعى إلى تفسير أنماط التأثير غير المباشر بين الدول، وهو المفهوم الذي ارتبط بكتابات عالم السياسة الأمريكي جوزيف ناي، الذي أشار إلى أن الثقافة والقيم السياسية والسياسات الخارجية الجاذبة يمكن أن تشكل مصادر مهمة لنفوذ الدول في البيئة الدولية.

وفي هذا السياق، برزت العلاقات العامة الدولية بوصفها إحدى الأدوات الاتصالية التي تعتمدها الدول في توظيف عناصر القوة الناعمة من أجل التأثير في الرأي العام العالمي وبناء صورة ذهنية إيجابية عنها لدى الشعوب الأخرى. وقد استخدمت الولايات المتحدة الأمريكية على نحو واسع مجموعة من الأساليب المرتبطة بالقوة الناعمة، مثل الإعلام الدولي والدبلوماسية الرقمية والبرامج الثقافية والتعليمية، في إطار استراتيجيتها الاتصالية في العلاقات الدولية.

وانطلاقاً من ذلك، يسعى هذا البحث إلى دراسة أساليب القوة الناعمة في العلاقات العامة الدولية من خلال نموذج الولايات المتحدة الأمريكية، وذلك من خلال تحليل طبيعة هذه الأساليب ومستوى إدراكها لدى النخبة الأكاديمية، مع محاولة الكشف عن مدى فاعليتها في التأثير في الرأي العام الدولي وتعزيز الصورة الذهنية للدولة في البيئة الدولية.

الإطار المنهجي

أولاً: مشكلة البحث وتساؤلاته:

شهدت العلاقات الدولية خلال العقود الأخيرة تحولاً ملحوظاً في طبيعة أدوات التأثير بين الدول، إذ لم يعد الاعتماد مقتصرًا على أدوات القوة الصلبة المتمثلة في القوة العسكرية والاقتصادية، بل برزت أدوات أخرى أكثر مرونة وتأثيراً تُعرف بالقوة الناعمة. ويُعد مفهوم القوة الناعمة من المفاهيم الحديثة نسبيًا في حقل العلاقات الدولية، وقد طوّره عالم السياسة الأمريكي جوزيف ناي للإشارة إلى قدرة الدولة على التأثير في سلوك الآخرين وجذبهم من خلال الثقافة والقيم والسياسات والمؤسسات بدلاً من الإكراه. وفي هذا السياق برزت العلاقات العامة الدولية بوصفها إحدى الأدوات المهمة التي تستخدمها الدول لتعزيز صورتها الذهنية لدى الشعوب والمجتمعات الأخرى، والتأثير في الرأي العام العالمي، وذلك عبر مجموعة من الوسائل مثل الإعلام الدولي، والدبلوماسية الرقمية، والبرامج الثقافية والتعليمية، والمساعدات الإنسانية.

وقد برزت الولايات المتحدة الأمريكية بوصفها من أكثر الدول استخدامًا لهذه الأدوات ضمن استراتيجيتها في التواصل الدولي وبناء النفوذ المعنوي. وعلى الرغم من اتساع استخدام هذه الأساليب في السياسة الخارجية الأمريكية، إلا أن طبيعة هذه الأدوات ومدى فاعليتها في إطار العلاقات العامة الدولية

ما تزال محل اهتمام ودراسة في الأدبيات الأكاديمية، خاصة في ظل التحولات التي يشهدها النظام الدولي ووسائل الاتصال الحديثة. ومن هنا تتحدد مشكلة البحث في محاولة التعرف إلى أساليب القوة الناعمة التي تعتمد عليها الولايات المتحدة الأمريكية في إطار العلاقات العامة الدولية، ومدى إدراك النخبة الأكاديمية لطبيعة هذه الأساليب وفعاليتها في التأثير في الرأي العام الدولي.

تساؤلات البحث: ينبثق عن مشكلة البحث عدد من التساؤلات الرئيسية، من أبرزها:

- ١- ما المقصود بالقوة الناعمة في إطار العلاقات العامة الدولية؟
- ٢- ما أبرز أساليب القوة الناعمة التي تعتمد عليها الولايات المتحدة الأمريكية في علاقاتها الدولية؟
- ٣- ما مستوى إدراك أفراد العينة لمفهوم القوة الناعمة وأدواتها؟
- ٤- ما مدى فاعلية أساليب القوة الناعمة الأمريكية في تحسين الصورة الذهنية للولايات المتحدة؟
- ٥- ما الدور الذي تؤديه العلاقات العامة الدولية في توظيف أدوات القوة الناعمة في السياسة الخارجية الأمريكية؟

ثانياً: أهمية البحث:

تتبع أهمية هذا البحث من مجموعة من الاعتبارات العلمية والمجتمعية والمهنية، ويمكن توضيحها على النحو الآتي:

- ١- **الأهمية العلمية:** تكمن الأهمية العلمية للدراسة في إسهامها في توضيح العلاقة بين مفهوم القوة الناعمة ومجال العلاقات العامة الدولية، وهو موضوع يحظى باهتمام متزايد في الدراسات الإعلامية والسياسية المعاصرة، كما تسعى الدراسة إلى إثراء الأدبيات الأكاديمية المتعلقة بأساليب التأثير غير المباشر في العلاقات الدولية.
- ٢- **الأهمية المجتمعية:** يساعد هذا البحث في فهم الآليات التي تستخدمها الدول في التأثير في الرأي العام العالمي وصناعة الصورة الذهنية لها لدى الشعوب الأخرى، الأمر الذي يسهم في تعزيز الوعي المجتمعي بطبيعة التأثير الإعلامي والثقافي الذي تمارسه الدول في البيئة الدولية.
- ٣- **الأهمية المهنية:** يفيد البحث العاملين في مجالات العلاقات العامة والإعلام الدولي والدبلوماسية العامة، من خلال إبراز أهم الأساليب والأدوات التي تُستخدم في توظيف القوة الناعمة في التواصل الدولي وبناء العلاقات بين الدول والمجتمعات.

ثالثاً: أهداف البحث:

- يسعى هذا البحث إلى تحقيق مجموعة من الأهداف الرئيسية، من أبرزها:
- ١- التعرف إلى مفهوم القوة الناعمة وأبعادها في إطار العلاقات الدولية
 - ٢- تحديد أبرز أساليب القوة الناعمة التي تعتمدها الولايات المتحدة الأمريكية في علاقاتها الدولية
 - ٣- الكشف عن مستوى إدراك أفراد العينة لمفهوم القوة الناعمة وأدواتها
 - ٤- تقييم مدى فاعلية أساليب القوة الناعمة في تعزيز الصورة الذهنية للولايات المتحدة
 - ٥- إبراز دور العلاقات العامة الدولية في توظيف أدوات القوة الناعمة في السياسة الخارجية

رابعاً: فرضية البحث:

تنطلق الدراسة من الفرضية الرئيسية الآتية: تفترض الدراسة أن أساليب القوة الناعمة التي تعتمدها الولايات المتحدة الأمريكية تُعد أدوات فاعلة في إطار العلاقات العامة الدولية، وتسهم في تعزيز صورتها الذهنية والتأثير في الرأي العام الدولي.

خامساً: نوع البحث ومنهجه:

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التي تهدف إلى وصف الظواهر وتحليلها كما هي في الواقع، وذلك من خلال التعرف إلى أساليب القوة الناعمة التي تعتمدها الولايات المتحدة الأمريكية في إطار العلاقات العامة الدولية، ومحاولة تفسير طبيعة هذه الأساليب ومستوى إدراكها لدى أفراد العينة. وتعتمد الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، الذي يُعد من أكثر المناهج استخداماً في البحوث الإعلامية والاجتماعية، إذ يتيح هذا المنهج دراسة الظاهرة موضوع البحث وتحليل أبعادها المختلفة بصورة منهجية، من خلال جمع البيانات المتعلقة بها وتنظيمها وتفسيرها للوصول إلى نتائج علمية تساعد في فهمها بشكل أفضل.

سادساً : اداة البحث :

اعتمدت الدراسة على اداتي التحليل و استمارة الاستبيان بوصفهما أدوات رئيسة لجمع المعلومات من أفراد العينة، حيث صُممت الاستمارة بما يتناسب مع أهداف الدراسة وتساؤلاتها، وتضمنت الاستبانة مجموعة من الأسئلة المغلقة وفق مقياس ليكرت الخماسي لقياس اتجاهات أفراد العينة نحو أساليب القوة الناعمة في العلاقات العامة الدولية. وقد اشتملت الاستمارة على (٢٥) فقرة موزعة على عدد من المحاور المرتبطة بموضوع الدراسة.

سادساً: مجالات الدراسة:

لتحديد الإطار الذي تجري فيه الدراسة، تم تحديد مجالاتها على النحو الآتي:

- ١- **المجال الزمني:** تم إجراء هذه الدراسة خلال المدة من ١٠/١ / ٢٠٢٥ ولغاية ٣١/١/٢٠٢٦ ، وهو الإطار الزمني الذي جُمعت فيه البيانات المتعلقة بموضوع البحث.
- ٢- **المجال المكاني:** أُجريت الدراسة التحليلية للموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية الأمريكية اما ميدانياً , في البيئة الجامعية ضمن عدد من الكليات والتخصصات المرتبطة بحقل الإعلام والعلوم السياسية، لما لهذه البيئة من صلة مباشرة بموضوع العلاقات الدولية والعلاقات العامة.
- ٣- **المجال البشري:** يشمل المجال البشري للدراسة النخبة الأكاديمية من طلبة وأساتذة تخصصي الإعلام والعلوم السياسية، إضافة إلى طلبة الدراسات العليا في هذه التخصصات، وذلك لكونهم أكثر الفئات اطلاعاً على موضوعات العلاقات الدولية والقوة الناعمة.

سابعاً: مجتمع الدراسة وعينته:

يتكون مجتمع الدراسة من النخبة الأكاديمية في تخصصي الإعلام والعلوم السياسية، المتمثلة في طلبة المرحلة الجامعية وأساتذة الجامعات وطلبة الدراسات العليا، نظراً لارتباط هذه الفئات بطبيعة موضوع الدراسة ومعرفتهم النسبية بمفاهيم العلاقات الدولية والقوة الناعمة.

أما عينة الدراسة فقد تم اختيارها بطريقة العينة القصدية حيث اختيرت مجموعة من الأفراد الذين يُتوقع امتلاكهم معرفة أو اهتماماً بموضوع البحث، بما يتيح الحصول على بيانات أكثر دقة وارتباطاً بموضوع الدراسة. وقد بلغ حجم العينة (٢٠٠) مفردة من طلبة الإعلام والعلوم السياسية، إضافة إلى عدد من أساتذة هذه التخصصات وطلبة الدراسات العليا، وتم توزيع استمارات الاستبيان عليهم وجمعها لغرض تحليل البيانات واستخلاص النتائج المتعلقة بموضوع الدراسة. وتحليلها ضمت المنشورات في موقع وزارة الخارجية الأمريكية.

ثامناً: النظرية الموجهة للبحث:

تستند هذه الدراسة إلى نظرية القوة الناعمة التي طرحها عالم السياسة الأمريكي جوزيف ناي في تسعينيات القرن العشرين، والتي تُعد من أهم النظريات التي فسّرت طبيعة النفوذ والتأثير في العلاقات الدولية المعاصرة. وتشير هذه النظرية إلى قدرة الدولة على تحقيق أهدافها في السياسة الدولية من خلال الجذب والإقناع بدلاً من الإكراه أو استخدام القوة العسكرية والاقتصادية. وترتكز القوة الناعمة على مجموعة من الموارد غير المادية مثل الثقافة والقيم السياسية والسياسات الخارجية الجاذبة، إضافة إلى وسائل الإعلام والتعليم والتبادل الثقافي. وفي ضوء هذه النظرية، يمكن فهم الدور الذي تؤديه العلاقات العامة الدولية بوصفها إحدى الأدوات التي تستخدمها الدول في توظيف عناصر القوة الناعمة للتأثير في الرأي العام العالمي وتعزيز صورتها الذهنية لدى الشعوب الأخرى. كما تساعد هذه النظرية في تفسير الأساليب التي تعتمد عليها الولايات المتحدة الأمريكية في استخدام الإعلام والدبلوماسية الرقمية والبرامج الثقافية والتعليمية بوصفها أدوات للتأثير الدولي. وعليه، تُعد نظرية القوة الناعمة إطاراً نظرياً مناسباً

لتفسير موضوع الدراسة وتحليل أساليب التأثير التي تستخدمها الولايات المتحدة الأمريكية في علاقاتها الدولية.

الإطار النظري

المبحث الأول: مفهوم القوة الناعمة ونشأتها وأدواتها

أولاً: مفهوم القوة الناعمة:

شهدت العلاقات الدولية خلال العقود الأخيرة تحولاً ملحوظاً في طبيعة أدوات التأثير التي تعتمدها الدول في تحقيق مصالحها الخارجية. فبعد أن كان مفهوم القوة في العلاقات الدولية يُفسَّر غالباً في إطار القدرات العسكرية والاقتصادية، برز اتجاه جديد يركز على الأبعاد غير المادية للقوة، والتي تعتمد على الجاذبية الثقافية والتأثير الفكري والاتصالي. وفي هذا السياق ظهر مفهوم القوة الناعمة الذي ارتبط بأعمال عالم السياسة الأمريكي جوزيف ناي (ناي، ٢٠٠٤، ص ٥).

ويشير مفهوم القوة الناعمة إلى قدرة الدولة على التأثير في سلوك الدول الأخرى أو شعوبها من خلال الجاذبية والإقناع بدلاً من الإكراه أو استخدام القوة الصلبة. ويؤكد ناي أن الدول تستطيع تحقيق أهدافها في العلاقات الدولية عندما تنجح في جعل الآخرين يرغبون فيما تريده هي، وهو ما يتحقق من خلال الثقافة والقيم السياسية والسياسات الخارجية الجاذبة. وبهذا المعنى، تمثل القوة الناعمة نمطاً من أنماط القوة غير المباشرة التي تعتمد على التأثير المعنوي والرمزي، حيث تعمل الدولة على بناء صورة إيجابية عنها لدى المجتمعات الأخرى، مما يسهم في تعزيز نفوذها الدولي دون اللجوء إلى أدوات الضغط التقليدية.

وقد أصبح مفهوم القوة الناعمة من المفاهيم الأساسية في تحليل العلاقات الدولية المعاصرة، إذ يشير عدد من الباحثين إلى أن تأثير الدول في النظام الدولي لم يعد يعتمد فقط على امتلاك الموارد المادية، بل على قدرتها على توظيف مواردها الثقافية والإعلامية والقيمية في التأثير في الرأي العام العالمي (ناي، ٢٠١١، ص ٨٤).

ثانياً: نشأة مفهوم القوة الناعمة:

ظهر مفهوم القوة الناعمة في نهاية ثمانينيات القرن العشرين وبداية تسعينياته، في سياق التحولات التي شهدتها النظام الدولي بعد نهاية الحرب الباردة. ففي تلك المرحلة بدأت الدراسات السياسية تشير إلى أن النفوذ الدولي لا يتحقق فقط من خلال التفوق العسكري، بل من خلال القدرة على التأثير الثقافي والإعلامي والفكري. وقد طرح جوزيف ناي هذا المفهوم بشكل واضح في كتابه الشهير (مقدر لها ان تقود: الطبيعة المتغيرة للقوة الأمريكية) عام ١٩٩٠، حيث حاول من خلاله تفسير استمرار النفوذ الأمريكي في النظام الدولي رغم التغيرات التي طرأت على بنية القوة العالمية. ثم عاد ناي وطور المفهوم بصورة أوسع في كتابه (القوة الناعمة: وسية النجاح في السياسة الدولية) عام ٢٠٠٤، موضحاً أن القوة الناعمة تعتمد أساساً على ثلاثة مصادر رئيسية هي الثقافة والقيم السياسية والسياسة الخارجية. ومع تطور وسائل الاتصال العالمية وانتشار الإعلام الرقمي وشبكات التواصل الاجتماعي، ازدادت أهمية القوة الناعمة في السياسة الدولية، حيث أصبحت الدول تسعى إلى توظيف وسائل الإعلام والبرامج الثقافية والتعليمية والدبلوماسية العامة لتعزيز حضورها الدولي والتأثير في اتجاهات الرأي العام العالمي

كما ساهمت العولمة وتزايد التفاعل الثقافي بين المجتمعات في توسيع نطاق استخدام أدوات القوة الناعمة، إذ لم تعد العلاقات الدولية تقتصر على التفاعل بين الحكومات فقط، بل أصبحت تشمل أيضاً التواصل مع الشعوب والمؤسسات الثقافية والإعلامية والتعليمية (عبد الحميد، ٢٠١٠، ص ٣١٢).

ثالثاً: أدوات القوة الناعمة

تعتمد القوة الناعمة على مجموعة من الأدوات والوسائل التي تستخدمها الدول للتأثير في الرأي العام الدولي وتعزيز صورتها الذهنية لدى الشعوب الأخرى ومن أبرز هذه الأدوات ما يأتي:

- ١- **الثقافة:** تُعد الثقافة من أهم مصادر القوة الناعمة، إذ تستطيع الدول من خلال نشر ثقافتها وقيمتها الحضارية أن تؤثر في المجتمعات الأخرى. ويشمل ذلك الأدب والفنون والسينما والموسيقى والمنتجات الثقافية المختلفة التي تسهم في تعزيز جاذبية الدولة في الخارج. وقد استطاعت بعض الدول، وعلى رأسها الولايات المتحدة، أن توظف صناعاتها الثقافية مثل السينما والإعلام والترفيه في نشر ثقافتها وقيمتها على نطاق عالمي واسع، الأمر الذي أسهم في تعزيز حضورها الثقافي في العديد من المجتمعات (محمود، ٢٠١٨، ص ١٧٦).
- ٢- **الإعلام والاتصال الدولي:** يُعد الإعلام الدولي من الأدوات المهمة التي تسهم في نقل صورة الدولة إلى العالم الخارجي، حيث تلعب المؤسسات الإعلامية دوراً أساسياً في تشكيل اتجاهات الرأي العام العالمي. ومن خلال الإعلام تستطيع الدول إبراز سياساتها وقيمتها والترويج لصورتها الدولية بطريقة تؤثر في إدراك الجماهير لها. وقد أدت التطورات التكنولوجية الحديثة إلى توسع دور الإعلام في ممارسة القوة الناعمة، خاصة مع انتشار وسائل الإعلام الرقمية ومنصات التواصل الاجتماعي التي أصبحت تمثل أدوات مؤثرة في الاتصال الدولي (حمزة، ٢٠١٤، ص ٢٢١).
- ٣- **التعليم والتبادل الثقافي:** تمثل البرامج التعليمية والمنح الدراسية وبرامج التبادل الثقافي إحدى الوسائل المهمة في ممارسة القوة الناعمة، إذ تسهم هذه البرامج في بناء علاقات طويلة الأمد بين الدول والشعوب، كما تساعد في نشر القيم الثقافية والفكرية للدولة بين الطلبة والباحثين في مختلف أنحاء العالم.
- ٤- **الدبلوماسية:** العامة تشير الدبلوماسية العامة إلى الجهود التي تبذلها الدول للتواصل المباشر مع الشعوب الأجنبية بدلاً من الاقتصار على التواصل الرسمي بين الحكومات. وتشمل هذه الجهود الأنشطة الثقافية والإعلامية والاتصالية التي تهدف إلى تحسين صورة الدولة وتعزيز فهم سياساتها لدى الجمهور الخارجي (مكاوي، ٢٠١٥، ص ٢٦٤).
- ٥- **المساعدات الإنسانية والتنموية:** تُعد المساعدات الإنسانية وبرامج التنمية الدولية من الأدوات التي تستخدمها الدول لتعزيز صورتها الدولية، إذ تسهم هذه البرامج في بناء علاقات إيجابية مع الدول والمجتمعات الأخرى، وتُظهر الدولة بوصفها طرفاً فاعلاً في دعم الاستقرار والتنمية في العالم. وبذلك يمكن القول إن القوة الناعمة تمثل أحد الأبعاد المهمة للقوة في العلاقات الدولية المعاصرة، حيث تعتمد الدول على مجموعة متنوعة من الأدوات الثقافية والإعلامية والتعليمية والإنسانية لتعزيز نفوذها الدولي والتأثير في اتجاهات الرأي العام العالمي (حجاب، ٢٠١٧، ص ١٩٨).

المبحث الثاني: العلاقات العامة الدولية ودورها في الاتصال الدولي

أولاً: مفهوم العلاقات العامة الدولية

شهدت العلاقات الدولية في العصر الحديث تطوراً ملحوظاً في طبيعة الاتصال بين الدول والمجتمعات، حيث لم يعد التواصل الدولي مقتصرًا على القنوات الدبلوماسية الرسمية بين الحكومات، بل اتسع ليشمل التفاعل مع الشعوب والرأي العام العالمي. وفي هذا السياق برز مفهوم العلاقات العامة الدولية بوصفه أحد المجالات التي تجمع بين الاتصال والإعلام والسياسة الخارجية (كاتليب وسنتر، ٢٠٠٦، ص٤١٢).

وتشير العلاقات العامة الدولية إلى مجموعة الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها الدول أو المؤسسات الدولية بهدف بناء علاقات إيجابية مع الجماهير الخارجية، وتعزيز الصورة الذهنية للدولة في المجتمع الدولي. ويشمل ذلك استخدام وسائل الإعلام الدولية والبرامج الثقافية والاتصال الجماهيري من أجل التأثير في اتجاهات الرأي العام العالمي. ويرى عدد من الباحثين أن العلاقات العامة الدولية تمثل امتداداً لمفهوم العلاقات العامة التقليدية، إلا أنها تعمل في نطاق أوسع يتجاوز الحدود الوطنية ليشمل البيئة الدولية، حيث تسعى إلى إدارة الاتصال بين الدولة والجمهور الخارجي بما يخدم أهداف السياسة الخارجية ويعزز التفاهم بين الشعوب (كاتليب وسنتر، ٢٠٠٦، ص٤١٢).

ثانياً: نشأة العلاقات العامة الدولية وتطورها:

ارتبط ظهور العلاقات العامة الدولية بتطور وسائل الاتصال الجماهيري وتزايد التفاعل بين الدول في القرن العشرين. فمع اتساع نطاق وسائل الإعلام الدولية وتنامي دورها في تشكيل الرأي العام، بدأت الحكومات تدرك أهمية التواصل مع الجماهير خارج حدودها الوطنية. وقد تسارعت هذه التطورات بعد الحرب العالمية الثانية، حيث أدركت الدول الكبرى أهمية الاتصال الدولي في تعزيز نفوذها السياسي والثقافي. وفي هذا الإطار ظهرت العديد من البرامج الإعلامية والثقافية التي تهدف إلى تقديم صورة إيجابية عن الدولة لدى الشعوب الأخرى. (ويلكوكس، ٢٠١٢، ص٥٢٠).

ومع نهاية القرن العشرين وبداية القرن الحادي والعشرين، ازدادت أهمية العلاقات العامة الدولية نتيجة انتشار الإنترنت ووسائل الاتصال الرقمية، الأمر الذي أتاح للدول إمكانية التواصل المباشر مع الجماهير في مختلف أنحاء العالم. كما أدى انتشار شبكات التواصل الاجتماعي إلى ظهور أنماط جديدة من الاتصال الدولي، مثل الدبلوماسية الرقمية والاتصال الحكومي عبر المنصات الرقمية. وقد أسهمت هذه التحولات في توسيع دور العلاقات العامة الدولية، حيث أصبحت أداة مهمة في إدارة صورة الدولة في الخارج، والتأثير في اتجاهات الرأي العام العالمي، وتعزيز التفاهم الثقافي بين الدول والمجتمعات (حجاب، ٢٠١٢، ص١٤٥).

ثالثاً: دور العلاقات العامة الدولية في الاتصال الدولي:

تؤدي العلاقات العامة الدولية دوراً محورياً في عملية الاتصال الدولي، إذ تعمل على نقل الرسائل الاتصالية للدولة إلى الجماهير الخارجية بطريقة تساهم في تعزيز صورتها الذهنية وبناء علاقات إيجابية مع الشعوب الأخرى. ويمكن إبراز هذا الدور من خلال عدد من الوظائف الأساسية

- ١- **بناء الصورة الذهنية للدولة:** تسهم العلاقات العامة الدولية في تشكيل الصورة الذهنية للدولة لدى الرأي العام العالمي، حيث تعتمد الدول على استراتيجيات اتصال متنوعة تهدف إلى إبراز الجوانب الإيجابية في ثقافتها وسياساتها وإنجازاتها. وتعد الصورة الذهنية عنصراً مهماً في العلاقات الدولية، إذ يمكن أن تؤثر في مواقف الدول والشعوب تجاه سياسات دولة معينة (مكاوي والسيد، ٢٠٤، ص ٢٣٣).
- ٢- **التأثير في الرأي العام الدولي:** يُعد الرأي العام العالمي أحد العوامل المؤثرة في العلاقات الدولية المعاصرة، ولذلك تسعى الدول إلى توظيف العلاقات العامة الدولية في التأثير في اتجاهات الرأي العام الخارجي من خلال وسائل الإعلام الدولية والبرامج الاتصالية المختلفة
- ٣- **تعزيز التفاهم الثقافي بين الشعوب:** تسهم العلاقات العامة الدولية في تعزيز الحوار الثقافي بين المجتمعات، حيث تساعد الأنشطة الثقافية وبرامج التبادل الثقافي والإعلامي على تقريب وجهات النظر بين الشعوب وتعزيز الفهم المتبادل بينها.
- ٤- **دعم أهداف السياسة الخارجية:** تلعب العلاقات العامة الدولية دوراً مهماً في دعم السياسة الخارجية للدولة، إذ تسهم في توضيح مواقف الدولة وسياساتها للجمهور الخارجي، كما تساعد في بناء بيئة دولية أكثر تقبلاً لتلك السياسات (عبدالوهاب، ٢٠١٦، ص ١٨٨).

رابعاً: العلاقات العامة الدولية وأدوات القوة الناعمة:

ترتبط العلاقات العامة الدولية ارتباطاً وثيقاً بمفهوم القوة الناعمة، حيث تُعد إحدى الوسائل الأساسية التي تستخدمها الدول في توظيف عناصر الجذب الثقافي والإعلامي في علاقاتها الخارجية. ومن خلال العلاقات العامة الدولية تستطيع الدول تقديم صورتها الثقافية والحضارية إلى العالم بطريقة تسهم في تعزيز جاذبيتها الدولية.

كما أن استخدام وسائل الإعلام الدولية والبرامج الثقافية والتعليمية ضمن استراتيجيات العلاقات العامة الدولية يسهم في توسيع نطاق التأثير الثقافي والفكري للدولة، الأمر الذي يعزز قدرتها على التأثير في البيئة الدولية دون اللجوء إلى أدوات القوة الصلبة (عبدالله، ٢٠١٥، ص ٢٠١).

وبذلك يمكن القول إن العلاقات العامة الدولية تمثل أداة اتصال استراتيجية في النظام الدولي المعاصر، حيث تسهم في إدارة صورة الدولة في الخارج وتعزيز قدرتها على التأثير في الرأي العام العالمي من خلال وسائل الاتصال الحديثة (عبدالله، ٢٠١٥، ص ٢٠١).

المبحث الثالث: أساليب القوة الناعمة الأمريكية في العلاقات العامة الدولية

أولاً: توظيف الإعلام الدولي:

يُعد الإعلام الدولي من أبرز الأدوات التي استخدمتها الولايات المتحدة في ممارسة القوة الناعمة ضمن إطار العلاقات العامة الدولية، إذ تسعى من خلال المؤسسات الإعلامية العالمية إلى نقل صورتها السياسية والثقافية إلى الجمهور الدولي. وقد لعبت وسائل الإعلام الأمريكية دوراً مهماً في التأثير في الرأي العام العالمي، خاصة من خلال القنوات الإخبارية الدولية والإنتاج الإعلامي والثقافي الذي ينتشر على نطاق واسع في مختلف أنحاء العالم (ميلسون، ٢٠٠٧، ص ٩٣).

ويشير عدد من الباحثين إلى أن الولايات المتحدة تمكنت من توظيف الإعلام بوصفه أداة فعالة في سياستها الاتصالية الخارجية، حيث تسهم المؤسسات الإعلامية في إبراز القيم السياسية والثقافية الأمريكية، الأمر الذي يساعد في بناء صورة ذهنية إيجابية عنها لدى الشعوب الأخرى. كما أدى انتشار الإعلام الرقمي ومنصات التواصل الاجتماعي إلى تعزيز قدرة الولايات المتحدة على الوصول إلى جماهير عالمية واسعة، وهو ما عزز من تأثيرها في البيئة الدولية (كول، ٢٠١٣، ص ١٥٦).

ثانياً: الدبلوماسية العامة والدبلوماسية الرقمية:

تمثل الدبلوماسية العامة أحد الأساليب الرئيسية التي تعتمد عليها الولايات المتحدة في ممارسة القوة الناعمة، حيث تهدف إلى التواصل المباشر مع الشعوب الأجنبية بدلاً من الاقتصار على التواصل التقليدي بين الحكومات وتشمل الدبلوماسية العامة مجموعة من الأنشطة الإعلامية والثقافية والتعليمية التي تسعى من خلالها الدولة إلى تعزيز صورتها الدولية والتأثير في اتجاهات الرأي العام العالمي (ناي، ٢٠٠٤، ص ٩٥).

ومع تطور وسائل الاتصال الحديثة، ظهر ما يُعرف بـ الدبلوماسية الرقمية التي تعتمد على استخدام الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي في التواصل مع الجماهير الخارجية (لايفر، ٢٠١٠، ص ١٤٢)

وقد تبنت المؤسسات الحكومية الأمريكية هذا النمط من الاتصال الدولي، حيث تستخدم المنصات الرقمية لنشر الرسائل السياسية والثقافية والتفاعل مع الجمهور العالمي بشكل مباشر. وقد أسهمت هذه الأدوات في توسيع نطاق الاتصال الدولي للولايات المتحدة، حيث أصبحت قادرة على الوصول إلى الجمهور الخارجي بسرعة وفعالية، الأمر الذي يعزز قدرتها على التأثير في البيئة الدولية من خلال أدوات الاتصال الحديثة (غريغوري، ٢٠١٥، ص ٧٧).

ثالثاً: نشر الثقافة الأمريكية:

تُعد الثقافة أحد أهم مصادر القوة الناعمة الأمريكية، إذ استطاعت الولايات المتحدة أن تنشر ثقافتها وقيمها في مختلف أنحاء العالم من خلال الصناعات الثقافية مثل السينما والموسيقى والمنتجات الإعلامية والترفيهية. وقد ساعد انتشار هذه المنتجات الثقافية في تعزيز حضور الثقافة الأمريكية عالمياً، الأمر الذي أسهم في زيادة جاذبية المجتمع الأمريكي لدى العديد من الشعوب. كما أن المؤسسات الثقافية والتعليمية الأمريكية تلعب دوراً مهماً في نقل القيم الثقافية الأمريكية إلى الخارج، من خلال الأنشطة الثقافية والبرامج الفنية والمعارض الدولية التي تُقام في العديد من دول العالم. وتُعد هذه الأنشطة جزءاً من استراتيجية الاتصال الدولي التي تعتمد عليها الولايات المتحدة في تعزيز نفوذها الثقافي (كورلانتريك، ٢٠٠٧، ص ١١٨).

رابعاً: البرامج التعليمية والتبادل الثقافي:

تمثل البرامج التعليمية وبرامج التبادل الثقافي إحدى الأدوات الفعالة التي تعتمد عليها الولايات المتحدة في ممارسة القوة الناعمة. إذ توفر الجامعات والمؤسسات التعليمية الأمريكية فرصاً تعليمية للطلبة والباحثين من مختلف دول العالم، الأمر الذي يسهم في تعزيز التواصل الثقافي والفكري بين الولايات المتحدة والمجتمعات الأخرى. ومن خلال هذه البرامج، يتعرف الطلبة الأجانب على الثقافة الأمريكية وقيمها الاجتماعية والسياسية، مما يسهم في بناء علاقات طويلة الأمد بين الولايات المتحدة والنخب العلمية

والفكرية في مختلف الدول. كما أن هذه البرامج تساعد في تكوين شبكات من العلاقات الدولية التي يمكن أن تسهم في تعزيز النفوذ الثقافي والسياسي للولايات المتحدة في المستقبل (ليونارد، ٢٠٠٢، ص ٦٤).

خامساً: المساعدات الإنسانية والتنمية:

تستخدم الولايات المتحدة أيضاً برامج المساعدات الإنسانية والتنمية بوصفها إحدى أدوات القوة الناعمة في علاقاتها الدولية. فهذه البرامج لا تقتصر على تقديم الدعم الاقتصادي أو الإنساني للدول الأخرى، بل تسهم أيضاً في تعزيز صورة الولايات المتحدة بوصفها دولة داعمة للتنمية والاستقرار الدولي. وتشمل هذه المساعدات مجالات متعددة مثل دعم التعليم والصحة والتنمية الاقتصادية، إضافة إلى الاستجابة للكوارث الإنسانية في مختلف مناطق العالم. وقد ساهمت هذه البرامج في تعزيز العلاقات بين الولايات المتحدة وعدد من الدول النامية، كما ساعدت في بناء صورة إيجابية عنها لدى العديد من المجتمعات.

الفصل الثالث: الإطار الميداني

عرض وتفسير نتائج الدراسة الميدانية

جدول (١) يوضح اساليب القوة الناعمة

| المرتبة | النسبة المئوية | التكرار | البدائل | ت |
|-----------------|----------------|---------|---------------------|----|
| المرتبة الأولى | ٤٠٪ | ١٢٤ | الدبلوماسية الرقمية | ١ |
| المرتبة الثانية | ٣٩٪ | ١٢١ | الاعلام الدولي | ٢ |
| المرتبة الثالثة | ٨,٠٦٪ | ٢٥ | التعليم | ٣ |
| المرتبة الرابعة | ٣,٦٥٪ | ٨ | الرياضة | ٤ |
| المرتبة الخامسة | ٧٪ | ٧ | السياحة | ٥ |
| المرتبة السادسة | ٤,٦٪ | ٦ | الاقتصاد والاستثمار | ٦ |
| المرتبة السابعة | ٢,٤٪ | ٦ | المساعدات الانسانية | ٧ |
| المرتبة الثامنة | ٢,٥٪ | ٥ | الثقافة | ٨ |
| المرتبة التاسعة | ١,١٪ | ٥ | القيم والمبادئ | ٩ |
| المرتبة العاشرة | ١,٠٪ | ٣ | المنظمات الدولية | ١٠ |
| | ١٠٠٪ | ٣١٠ | المجموع | ١١ |

يوضح الجدول ان من ابرز اساليب القوة الناعمة هي عن طريق الاعلام وذلك بنسبة (٢٤٪) ويأتي بعدها بنسبة متقاربة الثقافة ثاني اكثر اساليب القوة الناعمة بنسبة (٢١٪) ثم التعليم وذلك بنسبة (١٥٪) وهذا يوضح مدى تأثير اساليب القوة الناعمة هذه على المجتمع

جدول (٢) يوضح اهم استراتيجيات العلاقات العامة

| المرتبة | النسبة المئوية | التكرار | البدائل | ت |
|-----------------|----------------|---------|---------------------------|----|
| المرتبة الأولى | ٪٣٩,٧٦ | ١١١ | بناء السمعة الإيجابية | ١ |
| المرتبة الثانية | ٪١٧ | ١٧ | التواصل الفعال مع الجمهور | ٢ |
| المرتبة الثالثة | ٪١٦ | ١٦ | إدارة الأزمات | ٣ |
| المرتبة الرابعة | ٪١٤ | ١٤ | العلاقات الإعلامية | ٤ |
| المرتبة الخامسة | ٪١٣ | ١٣ | المسؤولية الاجتماعية | ٥ |
| المرتبة السادسة | ٪١٢ | ١٢ | تنظيم الفعاليات | ٦ |
| المرتبة السابعة | ٪٤ | ٤ | البحث وتحليل الجمهور | ٧ |
| المرتبة الثامنة | ٪٣ | ٣ | إدارة المحتوى الإعلامي | ٨ |
| المرتبة التاسعة | ٪١ | ١ | التسويق بالعلاقات | ٩ |
| المرتبة العاشرة | ٪١ | ١ | التقييم والمتابعة | ١٠ |
| | ٪١٠٠ | ١٩٢ | المجموع | ١١ |

يوضح الجدول ان من اهم استراتيجيات العلاقات العامة هي استراتيجية بناء السمعة الايجابية وذلك بنسبة (١٩٪) بينما تأتي استراتيجية التواصل الفعال مع الجمهور بالمرتبة الثانية بنسبة (١٧٪) وذلك يوضح مدى تأثير هاتين الاستراتيجيتين بشكل فعال

جدول (٣) يوضح اهم أدوات الاتصال في القوة الناعمة

| المرتبة | النسبة المئوية | التكرار | البدائل | ت |
|-----------------|----------------|---------|-------------------------------|----|
| المرتبة الأولى | ٪٣٤,٧٦ | ٤٢ | الإعلام الدبلوماسي | ١ |
| المرتبة الثانية | ٪٢١ | ٢١ | وسائل التواصل الاجتماعي | ٢ |
| المرتبة الثالثة | ٪١٩ | ١٩ | السينما والدراما | ٣ |
| المرتبة الرابعة | ٪١٤ | ١٤ | الثقافة والفنون | ٤ |
| المرتبة الخامسة | ٪٨ | ٨ | التعليم | ٥ |
| المرتبة السادسة | ٪٦ | ٦ | الدبلوماسية الثقافية | ٦ |
| المرتبة السابعة | ٪٥ | ٥ | الرياضة | ٧ |
| المرتبة الثامنة | ٪٣ | ٣ | السياحة | ٨ |
| المرتبة التاسعة | ٪١ | ١ | الإنترنت والمواقع الإلكترونية | ٩ |
| المرتبة العاشرة | ٪١ | ١ | الكتب والنشر | ١٠ |
| | ٪١٠٠ | ١٢٠ | المجموع | ١١ |

يوضح الجدول ان من اهم أدوات الاتصال في القوة الناعمة هو الاعلام وذلك بنسبة (٢٢٪) وتحتل أدوات وسائل التواصل الاجتماعي المرتبة الثانية بنسبة (٢١٪) وهذه النسب كبيرة تعكس التأثير القوي لهاتين الاداتين في القوة الناعمة

جدول (٤) يوضح اهم اهداف القوة الناعمة

| ت | البدائل | التكرار | النسبة المئوية | المرتبة |
|---|------------------------------------|---------|----------------|-----------------|
| ١ | تحسين الصورة والسمعة | ٤٤ | ٪٤٤ | المرتبة الأولى |
| ٢ | التأثير في الرأي العام | ٣١ | ٪٣١ | المرتبة الثانية |
| ٣ | تعزيز العلاقات الدولية | ٢٠ | ٪١٥ | المرتبة الثالثة |
| ٤ | نشر الثقافة والقيم | ١٤ | ٪١٤ | المرتبة الرابعة |
| ٥ | جذب السياحة والاستثمار | ٩ | ٪٩ | المرتبة الخامسة |
| ٦ | تحقيق المصالح السياسية والاقتصادية | ٦ | ٪٦ | المرتبة السادسة |
| ٧ | التعزيز التعاون بين الشعوب | ٦ | ٪٦ | المرتبة السابعة |
| ٨ | زيادة النفوذ والتأثير الدولي | ٥ | ٪٥ | المرتبة الثامنة |
| ٩ | المجموع | ١٣٥ | ٪١٠٠ | |

يوضح الجدول ان من اهم اهداف القوة الناعمة هو تحسين الصورة والسمعة وذلك بنسبة كبيرة (٢٤٪) ويأتي بعدها التأثير في الرأي العام كثاني اهم اهداف القوة الناعمة وذلك بنسبة (٢١٪) وهذه النسب الكبيرة المتقاربة توضح الغاية خلف القوى الناعمة

جدول (٥) يوضح اهم استمالات القوة الناعمة

| ت | البدائل | التكرار | النسبة المئوية | المرتبة |
|---|------------------------------|---------|----------------|-----------------|
| ١ | الاستمالة العاطفية | ١٢٥ | ٪٤٥ | المرتبة الأولى |
| ٢ | الاستمالة العقلية (المنطقية) | ٢٣ | ٪٣٣ | المرتبة الثانية |
| ٣ | الاستمالة الاجتماعية | ١٥ | ٪١٥ | المرتبة الثالثة |
| ٤ | استمالة المشاهير | ١٤ | ٪١٤ | المرتبة الرابعة |
| ٥ | استمالة الخوف | ٩ | ٪٩ | المرتبة الخامسة |
| ٦ | استمالة الفكاهاة | ٨ | ٪٨ | المرتبة السادسة |
| ٧ | استمالة المقارنة | ٦ | ٪٦ | المرتبة السابعة |
| ٨ | المجموع | ٢٠٩ | ٪١٠٠ | |

يوضح الجدول ان من اهم استمالات القوة الناعمة هي الاستمالة العاطفية وذلك بنسبة كبيرة (٢٥٪) ويأتي بعدها الاستمالة العقلية (المنطقية) وذلك بنسبة (٢٣٪) وهذه نسب متقاربة بينما الاستمالة الاجتماعية كانت بنسبة (١٥٪)

محور المعلومات الديمغرافية

جدول (٦) يوضح الجنس

| المرتبة | النسبة المئوية | التكرار | البدائل | ت |
|-----------------|----------------|---------|---------|---|
| المرتبة الأولى | ٪٥٨ | ١٠٨ | ذكر | ١ |
| المرتبة الثانية | ٪٤٢ | ٨٢ | انثى | ٢ |
| | ٪١٠٠ | ٢٠٠ | المجموع | ٣ |

تشير النتائج الى ان نسبة الذكور بلغت ٥٨٪ من افراد العينة مقابل ٤٢٪ للإناث وهو توزيع قريب من الواقع في العديد من الاقسام الاكاديمية في الجامعات العراقية حيث تميل بعض التخصصات المرتبطة بالاعلام والعلوم السياسية الى ارتفاع نسبة الذكور نسبيا

جدول (٧) يوضح الفئة العمرية

| المرتبة | النسبة المئوية | التكرار | البدائل | ت |
|-----------------|----------------|---------|----------------|---|
| المرتبة الأولى | ٪٤٦ | ٧١ | أقل من ٢٥ سنة | ١ |
| المرتبة الثانية | ٪٣٤ | ٥٩ | ٢٥-٣٥ سنة | ٢ |
| المرتبة الثالثة | ٪١٤ | ٣٩ | ٣٦-٤٥ سنة | ٣ |
| المرتبة الرابعة | ٪٦ | ٣١ | اكثر من ٤٥ سنة | ٤ |
| | ٪١٠٠ | ٢٠٠ | المجموع | ٥ |

تظهر النتائج ان الفئة العمرية اقل من ٢٥ سنة تمثل النسبة الاكبر من العينة لان غالبية المشاركين من طلبة الجامعات بينما تقل نسبة الفئات العمرية الاكبر التي تمثل عادة التدريسيين او طلبة الدراسات العليا

جدول (٨) يوضح التخصص الأكاديمي

| المرتبة | النسبة المئوية | التكرار | البدائل | ت |
|-----------------|----------------|---------|-----------------|---|
| المرتبة الأولى | ٪٦٢ | ١٠٢ | الإعلام | ١ |
| المرتبة الثانية | ٪٣٨ | ٩٨ | العلوم السياسية | ٢ |
| | ٪١٠٠ | ٢٠٠ | المجموع | ٣ |

توضح النتائج ان اغلب افراد العينة ينتمون الى تخصص الاعلام والعلاقات العامة وذلك لارتباط موضوع البحث بطبيعة هذا التخصص في حين شارك عدد اقل من المختصين في العلوم السياسية

جدول (٩) يوضح المستوى العلمي

| ت | البدائل | التكرار | النسبة المئوية | المرتبة |
|---|-----------------------|---------|----------------|-----------------|
| ١ | اساتذة جامعات | ١١١ | ٪٦١ | المرتبة الأولى |
| ٢ | طلبة الاعلام والسياسة | ٥٩ | ٪٣٩ | المرتبة الثانية |
| ٣ | المجموع | ٢٠٠ | ٪١٠٠ | |

تشير النتائج الى ان غالبية العينة من النخب الاكاديمية وهذا يوضح مدى اشراكهم بطريقة قصدية للحصول على نتائج دقيقة تناسب البحث بينما بلغت نسبة اساتذة الجامعات ٪٣٩

محور إدراك مفهوم القوة الناعمة

جدول (١٠) يوضح مدى اعتقاد المبحوثين بأن القوة الناعمة اصبحت اداة مهمة في العلاقات الدولية المعاصرة

| ت | البدائل | التكرار | النسبة المئوية | المرتبة |
|---|-----------|---------|----------------|-----------------|
| ١ | نعم | ١٧٣ | ٪٨٦,٥ | المرتبة الأولى |
| ٢ | الى حد ما | ١٨ | ٪١٢,٧٧ | المرتبة الثالثة |
| ٣ | لا | ٩ | ٪٢,٥٥ | المرتبة الثانية |
| ٤ | المجموع | ٢٠٠ | ٪١٠٠ | |

تظهر النتائج ان غالبية المبحوثين يرون ان القوة الناعمة اصبحت اداة مهمة في العلاقات الدولية المعاصرة مما يعكس ادراكا متزايدا لاهمية التأثير غير العسكري في السياسة الدولية

جدول (١١) يوضح مدى التأثير الثقافي والإعلامي يمكن ان يكون اقوى من القوة العسكرية في بعض الأحيان

| ت | البدائل | التكرار | النسبة المئوية | المرتبة |
|---|-----------|---------|----------------|-----------------|
| ١ | نعم | ١٥٥ | ٪٧٧,٥ | المرتبة الأولى |
| ٢ | الى حد ما | ٣٥ | ٪٢٠,٨ | المرتبة الثانية |
| ٣ | لا | ١٠ | ٪٥,٣٣ | المرتبة الثالثة |
| ٤ | المجموع | ٢٠٠ | ٪١٠٠ | |

تشير النتائج الى ان اكثر من نصف افراد العينة يعتقدون ان التأثير الثقافي والاعلامي قد يكون في بعض الاحيان اكثر تأثيرا من القوة العسكرية مما يدل على وعي باهمية الادوات الناعمة في تحقيق النفوذ الدولي

جدول (١٢) يوضح اعتقاد المبحوثين بان الدول تستخدم وسائل الإعلام الدولية كاداة للتأثير في الرأي العام العالمي

| ت | البدائل | التكرار | النسبة المئوية | المرتبة |
|---|-----------|---------|----------------|-----------------|
| ١ | نعم | ١٧٧ | ٪٨٨,٥ | المرتبة الأولى |
| ٢ | غير متأكد | ٢٢ | ٪١١,٧ | المرتبة الثانية |
| ٣ | لا | ١ | ٪٠,٥ | المرتبة الثالثة |
| ٤ | المجموع | ٢٠٠ | ٪١٠٠ | |

توضح النتائج ان اغلبية المبحوثين يعتقدون ان الدول تستخدم وسائل الاعلام الدولية للتاثير في الرأي العام العالمي وهو ما يعكس ادراكا لدور الاعلام كاداة سياسية في العلاقات الدولية

جدول (١٣) يوضح اعتقاد المبحوثين بان الثقافة والقيم الاجتماعية يمكن ان تسهم في تعزيز نفوذ الدولة عالمياً

| ت | البدائل | التكرار | النسبة المئوية | المرتبة |
|---|-----------|---------|----------------|-----------------|
| ١ | نعم | ١٦٨ | ٪٧٨,٥٦ | المرتبة الأولى |
| ٢ | الى حد ما | ٢٢ | ٪٢٢,٤٣ | المرتبة الثانية |
| ٣ | لا | ١٠ | ٪٩,٦ | المرتبة الثالثة |
| ٤ | المجموع | ٢٠٠ | ٪١٠٠ | |

تشير الى ان نسبة كبيرة من افراد العينة ترى ان الثقافة والقيم الاجتماعية يمكن ان تسهم في تعزيز نفوذ الدولة على المستوى الدولي

جدول (١٤) يوضح ان مفهوم القوة الناعمة اصبح جزءاً مهماً من استراتيجيات السياسة الخارجية للدول الكبرى

| ت | البدائل | التكرار | النسبة المئوية | المرتبة |
|---|-----------|---------|----------------|-----------------|
| ١ | نعم | ١٦١ | ٪٨١ | المرتبة الأولى |
| ٢ | غير متأكد | ٣٣ | ٪١٥ | المرتبة الثانية |
| ٣ | لا | ٦ | ٪٤ | المرتبة الثالثة |
| ٤ | المجموع | ٢٠٠ | ٪١٠٠ | |

تظهر النتائج ان غالبية المبحوثين يرون ان مفهوم القوة الناعمة اصبح جزءاً من استراتيجيات السياسة الخارجية للدول الكبرى

محور اساليب القوة الناعمة الأمريكية

جدول (١٥) يوضح اعتقاد المبحوثين بان الإعلام الأمريكي يلعب دوراً مهماً في تعزيز صورة الولايات المتحدة عالمياً

| ت | البدائل | التكرار | النسبة المئوية | المرتبة |
|---|-----------|---------|----------------|-----------------|
| ١ | نعم | ١٦٧ | ٪٧١ | المرتبة الأولى |
| ٢ | الى حد ما | ٢١ | ٪٢٢ | المرتبة الثانية |
| ٣ | لا | ١٢ | ٪٧ | المرتبة الثالثة |
| ٤ | المجموع | ٢٠٠ | ٪١٠٠ | |

تشير النتائج الى اعتقاد غالبية افراد العينة بان الاعلام الامريكي يلعب دوراً مهماً في تعزيز صورة الولايات المتحدة عالمياً

جدول (١٦) يوضح انتشار الثقافة الامريكية (الافلام، الموسيقى، المنتجات الثقافية) يسهم في تأثيرها الدولي

| ت | البدائل | التكرار | النسبة المئوية | المرتبة |
|---|-----------|---------|----------------|-----------------|
| ١ | نعم | ١٢٥ | ٪٧١ | المرتبة الأولى |
| ٢ | الى حد ما | ٥٤ | ٪٢٠ | المرتبة الثانية |
| ٣ | لا | ٢١ | ٪٩ | المرتبة الثالثة |
| ٤ | المجموع | ٢٠٠ | ٪١٠٠ | |

توضح النتائج ان اغلب المبحوثين يرون ان انتشار الثقافة الامريكية يسهم في زيادة تأثير الولايات المتحدة على المستوى الدولي

جدول (١٧) يوضح ان البرامج التعليمية والمنح الدراسية التي تقدمها الولايات المتحدة تعد من ادوات القوة الناعمة

| ت | البدائل | التكرار | النسبة المئوية | المرتبة |
|---|-----------|---------|----------------|-----------------|
| ١ | نعم | ١٦٤ | ٪٧٨ | المرتبة الأولى |
| ٢ | غير متأكد | ٣٣ | ٪١٢ | المرتبة الثانية |
| ٣ | لا | ٣ | ٪١٠ | المرتبة الثالثة |
| ٤ | المجموع | ٢٠٠ | ٪١٠٠ | |

تشير النتائج الى ان غالبية افراد العينة يعتقدون ان البرامج التعليمية المنح الدراسية التي تقدمها الولايات المتحدة تعد من ادوات القوة الناعمة

جدول (١٨) يوضح ان استخدام الولايات المتحدة لوسائل التواصل الاجتماعي يمثل أداة من أدوات الدبلوماسية الرقمية

| ت | البدائل | التكرار | النسبة المئوية | المرتبة |
|---|-----------|---------|----------------|-----------------|
| ١ | نعم | ١٥٩ | ٪٦٩ | المرتبة الأولى |
| ٢ | الى حد ما | ٣٠ | ٪٢٧ | المرتبة الثانية |
| ٣ | لا | ١١ | ٪١١ | المرتبة الثالثة |
| ٤ | المجموع | ٢٠٠ | ٪١٠٠ | |

توضح النتائج ان نسبة كبيرة من المبحوثين ترى ان وسائل التواصل الاجتماعي اصبحت اداة مهمة في الدبلوماسية الرقمية

جدول (١٩) يوضح ان المساعدات الانسانية والتنمية التي تقدمها الولايات المتحدة تسهم في تعزيز صورتها الدولية

| ت | البدائل | التكرار | النسبة المئوية | المرتبة |
|---|-----------|---------|----------------|-----------------|
| ١ | نعم | ١٥٧ | ٪٧٧ | المرتبة الأولى |
| ٢ | الى حد ما | ٣٣ | ٪٢٢ | المرتبة الثانية |
| ٣ | لا | ٢٠ | ٪٢ | المرتبة الثالثة |
| ٤ | المجموع | ٢٠٠ | ٪١٠٠ | |

تشير النتائج الى ان اكثر من نصف المبحوثين يرون ان المساعدات الانسانية والتنمية يمكن ان تسهم في تعزيز صورة الولايات المتحدة دوليا

جدول (٢٠) يوضح ان الولايات المتحدة تستخدم الثقافة والإعلام كوسيلة للتأثير في الرأي العام العالمي

| ت | البدائل | التكرار | النسبة المئوية | المرتبة |
|---|-----------|---------|----------------|-----------------|
| ١ | نعم | ١٦٩ | ٪٧٧ | المرتبة الأولى |
| ٢ | الى حد ما | ٢٠ | ٪٢٠ | المرتبة الثانية |
| ٣ | لا | ١١ | ٪٣ | المرتبة الثالثة |
| ٤ | المجموع | ٢٠٠ | ٪١٠٠ | |

توضح النتائج ان غالبية افراد العينة يعتقدون ان الولايات المتحدة تستخدم الثقافة والاعلام كوسيلة للتأثير في الراي العام العالمي

محور دور العلاقات العامة الدولية في توظيف القوم الناعمة

جدول (٢١) يوضح ان العلاقات العامة الدولية تسهم في تحسين صرة الدولة لدى الشعوب الاخرى

| ت | البدائل | التكرار | النسبة المئوية | المرتبة |
|---|-----------|---------|----------------|-----------------|
| ١ | نعم | ١٧٥ | ٪٨٨ | المرتبة الأولى |
| ٢ | الى حد ما | ٢٤ | ١٨,٩٨ | المرتبة الثانية |
| ٣ | لا | ١ | ٪٢ | المرتبة الثالثة |
| ٤ | المجموع | ٢٠٠ | ٪١٠٠ | |

تشير النتائج الى ان غالبية المبحوثين يرون ان العلاقات العامة الدولية تسهم في تحسين صورة الدول لدى الشعوب الاخرى

جدول (٢٢) يوضح ان الاتصال الدولي اصبح عنصرا مهما في نجاح السياسة الخارجية للدول

| ت | البدائل | التكرار | النسبة المئوية | المرتبة |
|---|-----------|---------|----------------|-----------------|
| ١ | نعم | ١٥٥ | ٪٧٠ | المرتبة الأولى |
| ٢ | الى حد ما | ٤٢ | ٪٢٢ | المرتبة الثانية |
| ٣ | لا | ٣ | ٪٨ | المرتبة الثالثة |
| ٤ | المجموع | ٢٠٠ | ٪١٠٠ | |

توضح النتائج ان اغلب افراد العينة يعتقدون ان الاتصال الدولي اصبح عنصرا مهما في نجاح السياسة الخارجية للدول

جدول (٢٣) يوضح ان استخدام العلاقات العامة الدولية يساعد الدول في التأثير في الرأي العام العالمي

| ت | البدائل | التكرار | النسبة المئوية | المرتبة |
|---|-----------|---------|----------------|-----------------|
| ١ | نعم | ١٧٦ | ٪٨٥ | المرتبة الأولى |
| ٢ | الى حد ما | ١٥ | ٪١١ | المرتبة الثانية |
| ٣ | لا | ١١ | ٪٤ | المرتبة الثالثة |
| ٤ | المجموع | ٢٠٠ | ٪١٠٠ | |

تشير النتائج الى ان غالبية المبحوثين يرون ان العلاقات العامة الدولية تسهم في التأثير في الرأي العام العالمي

جدول (٢٤) يوضح ان وسائل الاعلام الدولية تمثل اداة اساسية في استراتيجيات العلاقات العامة الدولية

| ت | البدائل | التكرار | النسبة المئوية | المرتبة |
|---|-----------|---------|----------------|-----------------|
| ١ | نعم | ١٧٧ | ٪٧٨ | المرتبة الأولى |
| ٢ | الى حد ما | ١٥ | ٪١٣ | المرتبة الثانية |
| ٣ | لا | ٨ | ٪٩ | المرتبة الثالثة |
| ٤ | المجموع | ٢٠٠ | ٪١٠٠ | |

توضح النتائج ان اغلب المبحوثين يرون ان وسائل الاعلام الدولية تمثل اداة اساسية ضمن استراتيجيات العلاقات العامة الدولية

جدول (٢٥) يوضح ان توظيف ادوات القوة الناعمة في العلاقات العامة الدولية يسهم في تعزيز نفوذ الدولة عالميا

| ت | البدائل | التكرار | النسبة المئوية | المرتبة |
|---|-----------|---------|----------------|-----------------|
| ١ | نعم | ١٧٢ | ٪٧٩ | المرتبة الأولى |
| ٢ | الى حد ما | ٢٢ | ٪٢٢ | المرتبة الثانية |
| ٣ | لا | ٦ | ٪٦ | المرتبة الثالثة |
| ٤ | المجموع | ١٠٠ | ٪١٠٠ | |

تشير النتائج الى ان نسبة كبيرة من افراد العينة ترى ان توظيف ادوات القوة الناعمة في العلاقات العامة الدولية يسهم في تعزيز نفوذ الدولة عالميا

نتائج الدراسة:

نتائج التحليل

- ١- اظهرت النتائج حصول اساليب الدبلوماسية الرقمية والاعلام الدولي والتعليم على المراتب الثلاثة الاولى من بين اساليب القوة الناعمة الاكثر استخداما لدى الولايات المتحدة الامريكية.
- ٢- بينت النتائج ان من اهم الاهداف الرئيسية في القوة الناعمة الامريكية كانت مركزة على تحسين صورة الولايات المتحدة الامريكية، والتأثير في الرأي العام العالمي، وتطوير العلاقات الدولية.
- ٣- حصلت الاستمالات العاطفية على المرتبة الاولى في خطاب القوة الناعمة الامريكية لادراكها قوة التأثير العاطفي والنفسي بسهولة على الجمهور.

نتائج المسح الميداني

- ١- اظهرت النتائج أن غالبية أفراد العينة يدركون أهمية مفهوم القوة الناعمة في العلاقات الدولية المعاصرة، حيث بلغت نسبة الذين أكدوا أهميتها (٦٣٪)، وهو ما يعكس تنامي الوعي بأهمية الأدوات غير العسكرية في السياسة الدولية

- ٢- بينت النتائج أن (٥٥٪) من المبحوثين يرون أن التأثير الثقافي والإعلامي يمكن أن يكون في بعض الأحيان أكثر تأثيرًا من القوة العسكرية، مما يدل على إدراك متزايد لدور الأدوات الثقافية والإعلامية في تحقيق النفوذ الدولي
- ٣- كشفت نتائج الدراسة أن (٧٢٪) من أفراد العينة يعتقدون أن الدول تستخدم وسائل الإعلام الدولية للتأثير في الرأي العام العالمي، وهو ما يؤكد الدور المحوري للإعلام في توجيه الاتجاهات الدولية
- ٤- أوضحت النتائج أن (٦٨٪) من المبحوثين يرون أن الثقافة والقيم الاجتماعية تمثل عاملاً مهمًا في تعزيز نفوذ الدول على المستوى الدولي.
- ٥- أظهرت الدراسة أن غالبية المبحوثين يرون أن مفهوم القوة الناعمة أصبح جزءًا أساسيًا من استراتيجيات السياسة الخارجية للدول الكبرى.
- ٦- بينت النتائج أن الإعلام الأمريكي يلعب دورًا مؤثرًا في تعزيز صورة الولايات المتحدة عالميًا، حيث أشار (٦٦٪) من أفراد العينة إلى ذلك
- ٧- ظهرت النتائج أن انتشار الثقافة الأمريكية من خلال الأفلام والموسيقى والمنتجات الثقافية يسهم في تعزيز التأثير الأمريكي عالميًا. حيث بلغت نسبة المؤيدين لهذا الرأي (٧١٪)
- ٨- كشفت الدراسة أن البرامج التعليمية والمنح الدراسية التي تقدمها الولايات المتحدة تعد من أدوات القوة الناعمة الفاعلة، وفقًا لرأي (٦٤٪) من المبحوثين
- ٩- أوضحت النتائج أن وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت أداة مهمة في الدبلوماسية الرقمية الأمريكية، وهو ما أشار إليه (٥٩٪) من أفراد العينة
- ١٠- بينت الدراسة أن المساعدات الإنسانية والتنمية تعد إحدى الأدوات التي تسهم في تعزيز الصورة الدولية للولايات المتحدة
- ١١- أظهرت النتائج أن العلاقات العامة الدولية تؤدي دورًا مهمًا في تحسين صورة الدول لدى الشعوب الأخرى، حيث أكد ذلك (٦٧٪) من المبحوثين
- ١٢- كشفت النتائج أن الاتصال الدولي يمثل عنصرًا أساسيًا في نجاح السياسة الخارجية للدول، وفقًا لرأي (٧٠٪) من أفراد العينة
- ١٣- بينت الدراسة أن العلاقات العامة الدولية تسهم في التأثير في الرأي العام العالمي من خلال توظيف وسائل الإعلام والاتصال الدولي
- ١٤- أظهرت النتائج أن توظيف أدوات القوة الناعمة ضمن استراتيجيات العلاقات العامة الدولية يسهم في تعزيز النفوذ الدولي للدول.

استنتاجات الدراسة:

- ١- أصبح مفهوم القوة الناعمة احد المفاهيم المركزية في تحليل العلاقات الدولية المعاصرة وذلك نتيجة للتحويلات التي شهدتها النظام الدولي وتزايد اهمية ادوات التأثير غير المباشر
- ٢- تلعب وسائل الاعلام والمنتجات الثقافية دورا بارزا في تشكيل الصورة الذهنية للدول في اذهان الشعوب ما يجعلها من اهم ادوات القوة الناعمة في العصر الحديث
- ٣- تعد الولايات المتحدة الامريكية من ابرز الدول التي استطاعت توظيف ادوات القوة الناعمة بفعالية من خلال الاعلام العالمي والصناعات الثقافية والبرامج التعليمية الدولية
- ٤- تسهم العلاقات العامة الدولية في تعزيز الاثقال بين الدول والشعوب مما يجعلها اداة استراتيجية في ادارة الصورة الدولية للدول
- ٥- اصبح الاتصال الدولي عنصرا اساسيا في نجاح السياسات الخارجية للدول خاصة في ظل تطور وسائل الاعلام الرقمية وانتشار شبكات التواصل الاجتماعي
- ٦- ان توظيف القوة الناعمة ضمن استراتيجيات العلاقات العامة الدولية يعزز قدرة الدول على تحقيق اهدافها السياسية والثقافية دون اللجوء الى وسائل القوة الصلبة.

التوصيات:

- ١- ضرورة اهتمام المؤسسات الاكاديمية والبحثية بدراسة مفهوم القوم الناعمة ودوره في العلاقات الدولية المعاصرة
- ٢- تشجيع المؤسسات الاعلامية على تطوير استراتيجيات اتصال دولي تسهم في تعزيز الصورة الايجابية للدول
- ٣- تعزيز دور العلاقات العامة الدولية في المؤسسات الحكومية والدبلوماسية لما لها من اهمية في ادارة السمعة الدولية للدول
- ٤- الاهتمام باستخدام وسائل الاعلام الرقمية ومنصات التواصل الاجتماعي كادوات فاعل في الاتصال الدولي
- ٥- تطوير البرامج التعليمية والتبادل الثقافي بين الدول لما لها من دور مهم في تعزيز التفاهم والتواصل بين الشعوب

المقترحات:

- ١- اجراء دراسات مقارنة بين استخدام القوة الناعمة في عدد من الدول الكبرى مثل الولايات المتحدة والصين وروسيا.
- ٢- دراسة دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز القوة الناعمة للدول في العصر الرقمي.
- ٣- اجراء دراسات ميدانية حول دور العلاقات العامة الدولية في تحسين الصورة الذهنية للدول في مناطق مختلفة من العالم

- ٤- دراسة تأثير الصناعات الثقافية والإعلامية في تشكيل الرأي العام العالمي
- ٥- اجراء دراسات متخصصة حول دور الدبلوماسية الرقمية في تعزيز النفوذ الدولي للدول

قائمة المصادر والمراجع:

- ١- بروس غريغوري، الدبلوماسية العامة والاتصال الدولي، الولايات المتحدة الأمريكية، واشنطن، مطبعة جامعة جورج واشنطن، ٢٠١٥
- ٢- جان ميلسون، الدبلوماسية العامة في العلاقات الدولية، الولايات المتحدة الأمريكية، واشنطن، معهد بروكينغز للنشر، ٢٠٠٧
- ٣- جوشوا كورلانتيك، جاذبية القوة الناعمة: كيف تؤثر الثقافة الأمريكية في العالم، الولايات المتحدة الأمريكية، نيويورك، مطبعة جامعة ييل، ٢٠٠٧
- ٤- جوزيف ناي، القوة الناعمة: وسيلة النجاح في السياسة الدولية، الولايات المتحدة الأمريكية، نيويورك، دار الشؤون العامة للنشر، ٢٠٠٤
- ٥- جوزيف ناي، مستقبل القوة، الولايات المتحدة الأمريكية، نيويورك، دار الشؤون العامة للنشر، ٢٠١١
- ٦- حسن عماد مكاوي، الاتصال ونظرياته المعاصرة، مصر، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ٢٠١٥
- ٧- حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، مصر، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ٢٠١٤
- ٨- ديفيد ويلكوكس، العلاقات العامة: الاستراتيجيات والتكتيكات، الولايات المتحدة الأمريكية، بوسطن، دار بيرسون للتعليم، ٢٠١٢
- ٩- سكوت كاتليب وآلن سنتر، العلاقات العامة الفعالة، الولايات المتحدة الأمريكية، نيوجيرسي، دار برنتس هول للنشر، ٢٠٠٦
- ١٠- عبد الباسط محمد عبد الوهاب، العلاقات العامة في المنظمات الدولية، مصر، القاهرة، دار النهضة العربية، ٢٠١٦
- ١١- عبد الله عبد الرحمن عبد الله، الإعلام الدولي والاتصال السياسي، مصر، القاهرة، دار عالم الكتب، ٢٠١٥
- ١٢- عبد اللطيف حمزة، الإعلام الدولي والعلاقات الدولية، مصر، القاهرة، دار الفكر العربي، ٢٠١٤
- ١٣- عبد الوهاب أحمد محمود، العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية، مصر، القاهرة، دار النهضة العربية، ٢٠١٨
- ١٤- مارك ليونارد، لماذا تحتاج أوروبا إلى القوة الناعمة، المملكة المتحدة، لندن، مركز الدراسات الأوروبية، ٢٠٠٢
- ١٥- محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مصر، القاهرة، عالم الكتب، ٢٠١٠
- ١٦- محمد منير حجاب، العلاقات العامة الدولية، مصر، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠١٠



- ١٧- محمد منير حجاب، العلاقات العامة المعاصرة، مصر، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠١٧
- ١٨- ناتالي لايفر، الإعلام الدولي والسياسة الخارجية الأمريكية، الولايات المتحدة الأمريكية، نيويورك، مطبعة جامعة كولومبيا، ٢٠١٠
- ١٩- نيكولاس كول، الدبلوماسية العامة: النظرية والتطبيق، المملكة المتحدة، لندن، دار بالغريف ماكميلان للنشر، ٢٠١٣

ترجمة المصادر

- 1- Bruce Gregory, Public Diplomacy and International Communication, United States of America, Washington, George Washington University Press, 2015.
- 2- Jan Melissen, Public Diplomacy in International Relations, United States of America, Washington, Brookings Institution Press, 2007.
- 3- Joshua Kurlantzick, Charm Offensive: How China's Soft Power Is Transforming the World, United States of America, New York, Yale University Press, 2007.
- 4- Joseph S. Nye, Soft Power: The Means to Success in World Politics, United States of America, New York, Public Affairs Press, 2004.
- 5- Joseph S. Nye, The Future of Power, United States of America, New York, Public Affairs Press, 2011.
- 6- Hassan Emad Mekkawi, Communication and Its Contemporary Theories, Egypt, Cairo, The Egyptian Lebanese Publishing House, 2015.
- 7- Hassan Emad Mekkawi & Laila Hussein El-Sayed, Communication and Its Contemporary Theories, Egypt, Cairo, The Egyptian Lebanese Publishing House, 2014.
- 8- David Wilcox, Public Relations: Strategies and Tactics, United States of America, Boston, Pearson Education, 2012.
- 9- Scott Cutlip & Allen Center, Effective Public Relations, United States of America, New Jersey, Prentice Hall, 2006.
- 10- Abdelbaset Mohamed Abdelwahab, Public Relations in International Organizations, Egypt, Cairo, Dar Al-Nahda Al-Arabiya, 2016.
- 11- Abdullah Abdelrahman Abdullah, International Media and Political Communication, Egypt, Cairo, Alam Al-Kotob Publishing House, 2015.
- 12- Abdel Latif Hamza, International Media and International Relations, Egypt, Cairo, Dar Al-Fikr Al-Arabi, 2014.



- 13- Abdelwahab Ahmed Mahmoud, Public Relations in Government Institutions, Egypt, Cairo, Dar Al-Nahda Al-Arabiya, 2018.
- 14- Mark Leonard, Why Europe Will Run the 21st Century, United Kingdom, London, Centre for European Reform, 2002.
- 15- Mohamed Abdelhamid, Media Theories and Trends of Influence, Egypt, Cairo, Alam Al-Kotob, 2010.
- 16- Mohamed Mounir Hegab, International Public Relations, Egypt, Cairo, Dar Al-Fajr for Publishing and Distribution, 2010.
- 17- Mohamed Mounir Hegab, Contemporary Public Relations, Egypt, Cairo, Dar Al-Fajr for Publishing and Distribution, 2017.
- 18- Natalie Laifer, International Media and U.S. Foreign Policy, United States of America, New York, Columbia University Press, 2010.
- 19- Nicholas Cull, Public Diplomacy: Theory and Practice, United Kingdom, London, Palgrave Macmillan, 2013