

**استراتيجيات العلاقات العامة الدولية في تعزيز
الدبلوماسية الاقتصادية/ دراسة تحليلية لصفحة السفارة
العراقية في بريطانيا على منصة الفيس بوك.**

**International public relations strategies in
promoting economic diplomacy: An analytical
study of the Iraqi Embassy in Britain's
Facebook page**

دعاء قاسم جبار مهدي

Duaa Qasim Jabbar Mahdi

كلية الاعلام / جامعة بغداد

College of Media / University of Baghdad

duaakasem0@gmail.com

07760107863

أ.م.د. كريم مشط زلف

Assistant Professor Dr. Kareem Meshet Zalaf

كلية الاعلام / جامعة بغداد

College of Media / University of Baghdad

Drkareemmeshet@comc.uobaghdad.edu.iq

07738023849

الكلمات المفتاحية: استراتيجيات، العلاقات العامة الدولية، تعزيز، الدبلوماسية الاقتصادية،

السفارات

**Keywords: Strategies, International Public Relations, Promotion,
Economic Diplomacy, Embassies**

الملخص

في ظل التغيرات الاقتصادية العالمية وزيادة المنافسة بين الدول على النفوذ الاقتصادي تعد الدبلوماسية الاقتصادية في الوقت الحالي واحدة من الأدوات الأساسية التي تستخدمها الدول لتحقيق مصالحها وتعزز من وجودها على الساحة الدولية، ومع التطور التكنولوجي والاعتماد المتزايد في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كأداة فعالة وسريعة التواصل، فقد أتيح للسفارات ممارسة أدوار العلاقات العامة بشكل فوري وفعال ومما يؤثر في تعزيز من الصورة الذهنية الاقتصادية للدولة.

لذلك هدفت الدراسة إلى معرفة كيفية توظيف أهداف الدبلوماسية الاقتصادية التي سعت العلاقات العامة الدولية في تحقيقها عن طريق أنشطة السفارة العراقية في بريطانيا عبر الفيس بوك، واستعملت الباحثة المنهج الوصفي معتمدة أداة تحليل المضمون لتحليل منشورات السفارة العراقية في بريطانيا للمدة 27/10/2022 – 11/11/2025.

وتوصلت الباحثة إلى مجموعة من النتائج أهمها: أن أهداف الدبلوماسية الاقتصادية لدى السفارة في أن العلاقات العامة الدولية تشكل نظاماً تواصلياً داعماً لأهداف الدبلوماسية الاقتصادية العراقية فهي أدت إلى تحقيق ثلاث وظائف في بناء الصورة الإيجابية للدولة، بناء الثقة، وتعزيز من التعاون والتشجيع على الاستثمارات والتجارة، واعتمدت على هيمنة المنظورين الاقتصادي والإنساني على الخطابات الإعلامية وأن الدبلوماسية الرقمية للسفارة تقدم العراق كفاعل تنموي عملي يركز على الأفعال والنتائج، بدلاً من الأيديولوجيات والصراع، وكما تم توظيف استراتيجيات العلاقات العامة الدولية على نهج طويل الأمد، وأشارت الاستراتيجيات على تركيز تصوير صورة العراق كدولة مفتوحة اقتصادياً وشريك موثوق في التعاون الدولي. فضلاً عن توظيف الاستمالة العقلانية هي الأكثر استخداماً في السفارة وغياب تام إلى استخدام استمالة التخويف، وكما دعت السفارة إلى بناء سمعة دولية عن طريق المؤشرات الدبلوماسية الاقتصادية عن جانب متكامل حيث تبدأ ببناء الصورة ثم إلى المشاركة المجتمعية على المستوى الدولي.



Abstract

International public relations strategies in promoting economic diplomacy:
An analytical study of the Iraqi Embassy in Britain's Facebook page

Researcher: Duaa Qasim Jabbar Mahdi

Supervisor: Dr. Kareem Meshet Zalaf

In light of global economic changes and increasing competition among nations for economic influence, economic diplomacy is currently one of the essential tools used by countries to achieve their interests and enhance their presence on the international stage. With technological advancements and the growing reliance on social media as an effective and rapid communication tool, embassies have been able to perform public relations roles immediately and effectively, thereby contributing to the enhancement of a country's economic image

Therefore, this study aimed to understand how the objectives of economic diplomacy, pursued by the Iraqi Embassy in the UK through its international public relations activities on Facebook, were utilized. The researcher employed a descriptive methodology, utilizing content analysis to analyze the embassy's posts from October 27, 2022, to November 11, 2025. The researcher reached several conclusions, most notably: that the embassy's economic diplomacy objectives, as demonstrated by its international public relations, constitute a communication system supporting Iraqi economic diplomacy goals. This system achieved three functions: building a positive image of the country, fostering trust, and promoting cooperation and encouraging investment and trade. The study also found that the embassy's media discourse was dominated by economic and humanitarian perspectives, and that its digital diplomacy presented Iraq as a practical development actor focused on actions and results, rather than ideologies and conflicts. Furthermore, the study indicated that international public relations strategies were employed in a long-term manner, emphasizing the portrayal of Iraq as an economically open country and a reliable partner in international cooperation. In addition to employing rational persuasion, which is the most common approach used by the embassy, and completely avoiding the use of intimidation tactics, the embassy also advocated for building an international reputation through integrated economic diplomacy indicators, starting with image building and extending to community engagement at the international level.

مقدمة

شهدت الدبلوماسية الاقتصادية تطوراً ملحوظاً في العصر الحديث مع التحولات المتسارعة بالتوجه إلى العولمة، مما أدى إلى فتح آفاق واسعة لتنوع الاقتصادي العراقي في خلق مناخ جاذب للاستثمارات الأجنبية التي تستخدمها الدول في علاقاتها الخارجية، بهدف جعل العراق شريكاً اقتصادياً فاعلاً على الصعيد الدولي في رسم التحرك العام الذي يجب أن تكون عليه الدبلوماسية الاقتصادية والتعزيز من فاعلية عملها، وتُعد مواقع التواصل الاجتماعي من بين أهم وسائل توفير المعلومات الموثوقة لأصحاب المصلحة، وقد انعكست هذا المساهمات في مجال العلاقات العامة كوظيفة إدارية واتصالية للمؤسسات والمنظمات المختلفة، بيد ان محور عمل العلاقات العامة ثنائي الاتصال هو احداث الفهم المتبادل بين المنظمة والجمهور، الامر الذي أصبح واقعياً بظل وجود التطور التكنولوجي.

وفي هذا البحث سنتعرف على كيفية توظيف استراتيجيات العلاقات العامة الدولية في تعزيز أهداف الدبلوماسية الاقتصادية عن طريق تحليل منشورات صفحة السفارة العراقية في بريطانيا على الفيس بوك، ولتحقيق ذلك، فقد قُسم البحث إلى ثلاثة فصول خصص **الفصل الأول** الى منهجية البحث ، في حين تضمن **الفصل الثاني** العلاقات العامة الدولية في عصر التحول الرقمي والذكاء الاصطناعي عن طريق ثلاثة مباحث ، أما **الفصل الرابع** فقد تضمن الدراسة التحليلية إلى الجانب العملي من البحث واشتمل على مجتمع البحث وعرض جداول التحليل وتفسيرها تم استعرضت الباحثة النتائج الدراسة ومناقشة أهم الاستنتاجات التي توصلت إليها الباحثة مع بيان التوصيات والمقترحات المناسبة .

الفصل الاول: الإطار المنهجي للبحث

أولاً: مشكلة البحث وتساؤلاته: مع التطور التكنولوجي والاعتماد المتزايد في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كأداة فعالة وسريعة التواصل، فقد أتيح للسفارات ممارسة أدوار العلاقات العامة بشكل فوري وفعال ومما يؤثر في تعزيز من الصورة الذهنية الاقتصادية للدولة، لذا توفر هذه المنصات طرق لإبراز إمكانيات الدولة وفرص استثماراتها ومشروعاتها مع نقل المحتوى الاقتصادي لدى جمهورها الخارجية وهذا ما يعكس إيجاباً على مكانتها الدولية، وعلاوة على ذلك، لقد تمت صياغة مشكلة البحث للتعرف على كيفية توظيف العلاقات العامة الدولية في تعزيز أهداف الدبلوماسية الاقتصادية العراقية بالتساؤل الآتي: (ما الاستراتيجيات العلاقات العامة الدولية في تعزيز أهداف الدبلوماسية الاقتصادية لصفحة السفارة العراقية في بريطانيا على الفيس بوك؟).

وتندرج تحت هذا التساؤل التساؤلات الفرعية الآتية:

- 1- ما الموضوعات الرئيسية التي ركزت عليها صفحة السفارة العراقية في بريطانيا عبر الفيس بوك؟
- 2- ماهي أهداف الدبلوماسية الاقتصادية للسفارة العراقية في بريطانيا عبر الفيس بوك؟
- 3- ما المضامين الاتصالية التي ظهرت في منشورات السفارة العراقية على موقع الفيس بوك؟
- 4- ما القضايا الاتصالية والإعلامية التي وظفتها الصفحة في عرض المحتوى الاقتصادي؟
- 5- ما مؤشرات الدبلوماسية الاقتصادية التي وظفتها العلاقات العامة الدولية؟
- 6- ما أنماط التواصل التي قدمتها السفارة العراقية في بريطانيا عبر الفيس بوك؟

ثانياً: أهمية البحث: من الناحية العملية، تعد الدبلوماسية الاقتصادية أداة لتحقيق العديد من المكاسب الاقتصادية للدول وتعزيز قدرتها على الترويج للفرص الاستثمارية والمشاريع الاقتصادية بصورة أكثر تأثيراً على الساحة الدولية. وتكمن أهمية ذلك في أن إنشاء صورة ذهنية إيجابية عن الاقتصاد العراقي يُعتبر من أبرز الشروط لجذب الاستثمارات الأجنبية وتعزيز الثقة الدولية في اقتصاده، لذا، فإن نتائج هذا البحث تسهم في تعزيز ممارسات العلاقات العامة الدولية في السفارات العراقية في الخارج ولا سيما في بريطانيا، مما يدعم من تحقيق أهدافها الاقتصادية للعراق على الصعيد الدولي.

أما الأهمية العلمية للبحث فأنها تسهم في تقديم رؤية علمية جديدة حول استراتيجيات العلاقات العامة الدولية في تعزيز أهداف الدبلوماسية الاقتصادية، فتح المجال أمام الباحثين من استكمال الدراسات التي توقفت عندها هذه الدراسة، نظراً لأهمية الموضوع على الصعيد الدولي، كما يهدف

البحث إلى توسيع المعرفة العلمية بشكل عام، وتقديم إضافة نوعية لقسم العلاقات العامة بشكل خاص، عن طريق تقديم دراسة شاملة لمفهوم العلاقات العامة الدولية في إطار الدبلوماسية الاقتصادية، ويُلاحظ أن الدراسات السابقة في هذا المجال قليلة ومحدودة، مما يبرز الحاجة إلى البحث والتحليل الأكاديمي المتخصص.

ثالثاً: أهداف البحث: تُعتبر أهداف البحث العلمي معياراً لتقييمه، وتبرز القيمة العلمية للبحث عن طريق هذه الأهداف. يمكن تحديد أهداف البحث على النحو التالي:

- 1- التعرف على أهم الموضوعات الرئيسية التي ركزت عليها صفحة السفارة العراقية في بريطانيا على موقع الفيس بوك.
- 2- معرفة أهم أهداف الدبلوماسية الاقتصادية التي سعت العلاقات العامة الدولية في تحقيقها عن طريق أنشطة السفارة.
- 3- استكشاف أهم المضامين الاتصالية التي ظهرت في منشورات السفارة العراقية على موقع الفيس بوك.
- 4- تحليل الأطر الاتصالية والإعلامية التي وظفتها الصفحة في عرض المحتوى الاقتصادي.
- 5- تحديد مؤشرات الدبلوماسية الاقتصادية التي وظفتها العلاقات العامة الدولية لدى السفارة في بناء الصورة الذهنية للعراق اقتصادياً على المستوى الدولي.
- 6- رصد أهم أنماط التواصل التي تعتمد عليها السفارة العراقية في بريطانيا عبر الفيس بوك.

رابعاً: منهج البحث: وتدرج دراستنا ضمن المنهج الوصفي والذي يُعرّف البحث الوصفي "بأنه طريقة بحث تصف خصائص المجتمع أو الظاهرة المدروسة، تركز هذه المنهجية على "ماذا" موضوع البحث أكثر من "لماذا" موضوع البحث. تركز طريقة البحث الوصفي بشكل أساسي على وصف طبيعة شريحة ديموغرافية، دون التركيز على "سبب" حدوث ظاهرة معينة. بمعنى آخر، "تصف موضوع البحث"، دون تغطية "سبب" حدوثها". (HUB, 2021, p. 13)

خامساً: مجتمع البحث وعينته: لقد حددت الباحثة صفحة السفارة العراقية في بريطانيا على صفحة الفيس بوك ليكون مجتمعاً للبحث.

وقد اعتمدت الباحثة أسلوب الحصر الشامل لمنشورات صفحة السفارة العراقية في بريطانيا لمدة أربع سنوات من 27/10/2022 ولغاية 11/11/2025، إذ يتيح هذا الامتداد الزمني إمكانية أوسع للتحليل والرصد، وبهدف التوصل إلى رؤية واضحة ودقيقة حول استراتيجيات العلاقات

العامّة الدوليّة في تعزيز أهداف الدبلوماسية الاقتصادية، عن طريق هذه المدة رصدت الباحثة المادة التي تناولتها الدراسة حيث بلغ عددها (365) منشور.

سادساً: مجالات البحث: اعتمدت الدراسة على ثلاث مجالات هي كما يلي:

1- **المجال المكاني:** تحدد المجال المكاني للدراسة التحليلية بمنشورات السفارة العراقية في بريطانيا على منصة الفيس بوك، إذ تعكس هذه السفارة نشاط رقمي للعراق في مجالي الاتصالية والدبلوماسية للدولة.

2- **المجال الموضوعي:** يتناول هذا البحث تحليل محتوى المنشورات المتاحة على صفحة السفارة العراقية في بريطانيا.

3- **المجال الزمني:** تتمثل مدة البحث البالغة أربع سنوات من 27/10/2022 ولغاية 11/11/2025، وقد بلغ إجمالي عدد المنشورات (365) منشورًا.

سابعاً: أداة البحث: استعملت الباحثة أداة تحليل المضمون لتحليل منشورات صفحة السفارة العراقية في بريطانيا على الفيس بوك حيث تعد تحليل المضمون من الأدوات الرئيسية في البحوث التي تهدف للتعرف على مضامين الموضوعات وهذا ما يتناسب مع موضوع بحثنا، وكما حددت الباحثة في دراستها فئة تحليل المضمون ماذا قيل؟ وكما وظفت الباحثة أهم وحدات تحليل المضمون التي تعد العمود الفقري في تحليل الدراسات الإعلامية وهي وحدة الفكرة التي يتم عن طريقها الكشف عن ما تحتويها السفارة العراقية في بريطانيا على الفيس بوك من مضامين لتعزيز أهداف الدبلوماسية الاقتصادية، وكذلك، فقد استعملت الباحثة فئة تحليل في شكل السؤال كيف قيل؟ لتحليل شكل صفحة السفارة العراقية في بريطانيا، وستستعمل الباحثة المنهج الكيفي لتحليل نتائج البحث الكمية، تم التحليل الأولي بنسبة (10%) من المادة الخاضعة المتمثلة بمنشورات صفحة السفارة العراقية في بريطانيا على الفيس بوك.

ثامناً: التعريفات الإجرائية للبحث: قامت الباحثة بتعريف مصطلحات البحث اجرائياً، وذلك على الأساس الآتي:

1- **الاستراتيجيات:** هي الخطط التي تتخذها السفارات لتحقيق أهداف الدبلوماسية الاقتصادية، عن طريق بناء خطط محكمة تساعد في تحقيق أهدافها.

2- **العلاقات العامة الدولية:** هي استراتيجية تنفيذها الجهة المعنية بهدف بناء صورة إيجابية عن الدولة وتعزيز العلاقات المتبادلة مع الجمهور الخارجي، كما تشمل الممارسات العابرة للحدود التي

تقوم بها الدولة لتحقيق مكاسب اقتصادية وثقافية وسياسية التي تؤثر بشكل كبير على الصعيد الدولي.

3-تعزيز: تعني تقوية شيء ما يجعله أكثر تأثيراً وفاعلية.

4-أهداف: مجموعة من المخططات التي تسعى المؤسسات أو الأفراد الى تحقيقها خلال فترة زمنية معينة.

5-الدبلوماسية الاقتصادية: بأنها سلوك دبلوماسي يهدف الى خدمة المصالح الاقتصادية الجوهرية للدولة، مما تعزز الأنشطة والمفاوضات التجارية التي تسهل التعاون المالي والاستثماري وتسهم في تشكيل صورة ذهنية إيجابية عن الدولة، كما ممكن أن تستخدم الدبلوماسية الاقتصادية لتحقيق أهداف الجيوسياسي الاقتصادي الواسعة.

6-الصفحات: هي مساحة رقمية ضمن منصة الكترونية، مثل الفيس بوك تعمل على عرض معلومات ومحتوى محدد عن منظمة أو مؤسسة أو أشخاص وتمكين التواصل والتفاعل مع الجمهور عن طريق المنشورات والرسائل والتعليقات.

7-السفارات: هي ممثلات دبلوماسية تمثل دولة ما في عاصمة دولة، أخرى فلا يجوز لسلطات الدولة التي تتمركز فيها السفارة أن يقتحم مقرها، فهي تعمل على حماية مصالحهم ومصالح مواطنهم في الخارج، وتوسع العلاقات الدولية مع البلد المضيف.

8-الفيس بوك: هي منصة رقمية يتح استخدامها من قبل الافراد لتحقيق التواصل والتفاعل فيما بينهم.

عشرة: النظرية الموجهة للبحث:

استراتيجية إدارة السمعة الرقمية Digital Reputation Management Strategy: في العام 2020 قام باحثون في الصين بإجراء دراسة للتعرف على آليات تنفيذ التحول الرقمي في أربع شركات صينية ناشئة في محاولة لبناء إطار عمل للاستراتيجيات الرقمية التي يمكن أن تتبناها الشركات الناشئة

في قطاع الصناعات التقليدية والتصنيع خصوصاً أثناء تحولها الرقمي باعتبار الابتكار والتحول الرقمي كفرص بيئية. (مظهر، 2024، صفحة 136)

فمن أحد أهم أدوار متخصصي العلاقات العامة هو إدارة السمعة الرقمية للمنظمة هذا الدور يتضمن مراقبة ما يقال عن المنظمة على الإنترنت والرد بشكل استباقي على التعليقات السلبية أو الأخبار الكاذبة، فالاستماع الاجتماعي وتعزيز الصورة الإيجابية بنشر محتوى إيجابي يعزز من سمعة المنظمة، مثل قصص نجاح العملاء أو الإنجازات المؤسسة كذلك الرد على التعليقات السلبية. (الحق و العال، 2025، صفحة 81)

توفر الروابط التعاونية عبر المنصات الرقمية للمؤسسات والأفراد فرصاً لفتح الأبواب للتعاون والشراكات، والفرص الجديدة وهذا يعزز من أهداف الدبلوماسية الاقتصادية وتعزز من هويتها الهوية الرقمية. (Carvalho, 2024، صفحة 30)

أحد عشر: دراسات سابقة

1: دراسات محلية

أ: دراسة (سندس فؤاد مصطفى، 2019) (العلاقات العامة الدولية للسفارات الأجنبية في العراق/دراسة تحليلية للمواقع الإلكترونية لسفارات الولايات المتحدة الأمريكية، فرنسا، الجمهورية الإسلامية الإيرانية، وجمهورية مصر العربية) : لقد اختارت الباحثة أربعة مواقع الكترونية لكل من سفارات امريكا وفرنسا وإيران ومصر ليكون محور الدراسة التحليلية للعلاقات العامة الدولية الممارسة فيها باستخدام طريقة تحليل المضمون لها من حيث الشكل والمضمون والأطر والخدمات والاتصال وتحت إطارين ماذا قيل؟ وكيف قيل؟ وانطلقت الاطروحة من مجموعة من الفرضيات التي تحدد مستوى التباين في التطبيقات الالكترونية للعلاقات الدولية لسفارات أربع دول في العراق؛ والتي تم إثباتها احصائياً، فهناك تباين ذات دلالة إحصائية بين أنواع العلاقات العامة الدولية الممارسة في المواقع الالكترونية لكل من سفارات الولايات المتحدة الأمريكية، فرنسا، إيران، مصر). وتوصلت الاطروحة الى جملة من النتائج ذات الدلالة الرقمية والاستنتاجات منها: وجود تباين في ممارسة العلاقات العامة الدولية وانشطتها وموضوعاتها السفارات الدول موضوع الدراسة في العراق عبر المواقع الالكترونية التي تمثلها.

ب: دراسة (عراك غانم محمد التميمي، 2017) (العلاقات العامة الدولية وبناء صورة العراق/دراسة تحليلية لمواقع الرئاسة الثلاث): سعت الدراسة لمعرفة الكيفية التي يتم بها بناء صورة العراق في مواقع الرئاسة الثلاث من قبل ممارسي العلاقات العامة الدولية. وماهي المبادئ الحوارية المتوافرة في المواقع الالكترونية وهل ساعد شكل المواقع والمحتوى الاعلامي في بناء صورة طيبة للعراق؟ واعتمد الباحث على طريقة تحليل مضمون المواقع الالكترونية فتم اخضاع محتوى المواقع الالكترونية - محل الدراسة - لعينة الشهر الصناعي. وأهم ما توصل اليه الباحث عدم وجود طابع اعلامي متميز في صفحات المواقع الالكترونية. وايضا ان المواقع الالكترونية لم تنجح في بناء علاقة تفاعلية بينها وبين الجمهور.

2: دراسات عربية

أ: دراسة ("محمد اسلام" عصام حسين صبري، 2024) (استراتيجيات العلاقات العامة الدولية في بناء الصورة الذهنية للسياسة الخارجية الفلسطينية: موقع وزارة الخارجية الفلسطينية على الفيس بوك أنموذجاً) : هدفت الدراسة للتعرف على استراتيجيات العلاقات العامة الدولية في بناء الصورة الذهنية للسياسة الخارجية الفلسطينية: موقع وزارة الخارجية الفلسطينية على الفيس بوك أنموذجاً، عن طريق استخدام المنهج الوصفي بشقيه الكمي والنوعي، وتكون مجتمع الدراسة من جميع المنشورات الخاصة بوزارة الخارجية الفلسطينية عبر موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك، وتم اختيار عينة قصدية بواقع (244) منشوراً تتعلق بموضوع الدراسة والتي توضح استراتيجيات العلاقات العامة الدولية في بناء الصورة الذهنية للسياسة الخارجية الفلسطينية خلال الفترة الزمنية 7/10/72023/3/2024. يتضح عن طريق نتائج الدراسة أن أبرز الأطر المرجعية المستخدمة في صفحة وزارة الخارجية الفلسطينية على الفيس بوك كانت تتعلق بفئة أسماء الأشخاص، أن أبرز أهداف الاستراتيجيات الاتصالية التي ظهرت عبر منشورات صفحة وزارة الخارجية الفلسطينية على الفيس بوك كانت تتعلق بفئة (شرح وتوضيح)، وأبرز الاستراتيجيات المتعلقة بالخطاب الاعلامي عبر منشورات صفحة وزارة الخارجية الفلسطينية على الفيس بوك كانت تتعلق بفئة (الدفاع)، في حين كانت أبرز آليات التأطير المستخدمة في منشورات صفحة وزارة الخارجية الفلسطينية على الفيس بوك كانت تتعلق بفئة الإطار المحدد بقضية).

الفصل الثاني: توظيف الدبلوماسية الاقتصادية في العلاقات العامة الدولية

المبحث الأول: مفهوم وتعريف الدبلوماسية الاقتصادية وأهدافها

شهدت ممارسة العلاقات العامة في العقود الأخيرة توسعاً كبيراً، حيث أصبحت تُستخدم على نطاق دولي لتسهيل عمل المؤسسات ذات الطابع الدولي أو لتحسين صورة الدول والحكومات لدى شعوب دول أخرى، (العزاوي، 2013، صفحة 107)

في بادئ الأمر الأمر ترى الباحثة بأن الدبلوماسية اختصت بصورتها التقليدية في المقام الأول بالانتقال من حالة الى حالة أخرى أي كما يرى أحد الباحثين من حالة الحرب إلى حالة السلم وبالعكس تماماً، عن طريق صناعة السلام والتفاوض، بين الأطراف المتنازعة، (سيراكوسا، 2014، صفحة 13) وقد استخدمت الدول الدبلوماسية عبر الزمن اداة للحرب والسلام معاً، ولكنها وجدت عن طريق تجاربها أن تحقيق الاهداف والمصالح عن طريق الدبلوماسية الحرب تزيد من الصراعات، حتى وإن تتوقف لفترة محدودة، ومن وجهة نظر مختلفة، أن دبلوماسية السلام لا تقيم علاقات دائمة بين الدول لفترات طويلة فحسب، وإنما تساعد هذه الديمومة أيضاً على اقامة علاقات ودية تعمل على استقرار العلاقات، ممن يؤدي بدوره على اقامة سلام عالمي قائم على الاستقرار، (محمد، 2015، صفحة 15) وتركز الدبلوماسية العامة على الطرق التي تستخدمها الحكومات أو المنظمات متعددة الأطراف مثل الأمم المتحدة تتصرف عمداً عن طريق الأفراد والمؤسسات الرسمية والخاصة، والتواصل مع المواطنين في المجتمعات الأخرى. (كيوش و محمد، 2021، صفحة 95)

تنوعت وتعددت تعاريف الدبلوماسية العامة فهناك من يعرفها: " على أنها الآليات التي تتبناها الجهات الفاعلة الدولية باستثناء الحرب لإدارة أو البيئة الدولة". (Salman & Guy, 2025, p. 3)

وقد عرفت من خلال التأثير على الرأي العام: " مجموعة الأنشطة الحكومية وربما المدعومة من الدولة والتي تركز على التأثير على الرأي العام في الخارج والغرض منها هو تحقيق مصالح السياسة الخارجية لدولة معينة". (Pajtinka, 2019, p. 23)

أهداف الدبلوماسية العامة: تنوعت وتعددت أهداف الدبلوماسية العامة ولعل، من أهم هذه الأهداف هو ما يأتي:

1- بناء الثقة بين الجمهور والجهات المعنية الأجنبية، وذلك عن طريق توفير المعلومات والتواصل بشفافية.

- 2- حث الحكومات والمؤسسات العامة على منع انتشار المعلومات المضللة ومساعدة الجمهور على اتخاذ قرارات مستنيرة عن طريق توفير معلومات دقيقة وموثوقة. (Seekbooks Editorial Team 2, 2025, p. 22)
- 3- تعزيز التعاون والتواصل والعلاقات المتبادلة بين القوات المسلحة للدولة المرسلّة والدولة المستقبلية.
- 4- تنظيم زيارات عمل لممثلي السلطات الدفاعية والإقامة السلمية للوحدات العسكرية للدولة المرسلّة في الدولة المستقبلية، ودعم العقود التجارية المتعلقة بالأسلحة والمعدات العسكرية بين الدولتين المرسلّة والمستقبلية. (Al-Faris, 2025, p. 54)
- 5- دعم أجندة الرئيس للحرية بصورة إيجابية تبعث على الأمل.
- 6- عزل المتطرفين وتهميشهم، عن طريق الحد من التأثير الإعلامي والفكري. (Office, 2007, p. 41)
- 7- كسب قلوب وعقول الشعوب في الخارج، وإبراز صورة وطنية مرغوبة.
- 8- تهيئة بيئة رأي عام دولية مواتية، ودعم المصلحة الوطنية وتعزيزها.
- 9- تزويد الجمهور في الداخل بالمعلومات المتعلقة بالسياسات والاستراتيجيات والتدابير الدبلوماسية، وتشجيعهم على المشاركة في ممارسة الدبلوماسية العامة. (Surowiec & Ilan, 2021, p. 35)

المبحث الثاني: استراتيجيات العلاقات العامة في تعزيز الدبلوماسية الاقتصادية

شهد مفهوم الدبلوماسية توسعا ملحوظاً عن طريق العقود الاخيرة، حيث تعكس التعاون بين بلدان الجنوب جزءاً من استراتيجية شاملة للدبلوماسية الاقتصادية، حيث تسعى إلى تطوير علاقاتها مع الدول النامية الأخرى لتنفيذ مصالح مشتركة منذ عام 1994، اتبعت جنوب أفريقيا سياسة خارجية تركز على منطقة الجنوب والقارة الأفريقية، مع الحفاظ على علاقات قوية مع الدول النامية التي وقفت إلى جانبها خلال نضالها ضد نظام الفصل العنصري، وبرزت الدبلوماسية الاقتصادية هنا كأداة لتعزيز العلاقات الاقتصادية مع أكبر عدد ممكن من الدول بتوسيع العلاقات التجارية مع الأسواق الناشئة في آسيا وأمريكا اللاتينية وأوروبا الشرقية، وتعزيز التجارة البينية الأفريقية. (Braveboy & Wagner, 2016, p. 134)

وترى الباحثة، فإن استراتيجيات العلاقات العامة تمثل العنصر الأساسي للدبلوماسية الاقتصادية، إذ تضمن الجهود الاقتصادية والسياسية وترى صداها في الرأي العام الدولي والمحلي، حتى تتمكن من وضع فرص ملموسة للتعاون والاستثمار على أرض الواقع، وعن طريق هذه التجارب سوف نتطرق إلى مجموعة من الاستراتيجيات الرئيسية للعلاقات العامة التي تسهم في تعزيز الدبلوماسية الاقتصادية، والتي سوف تناولها فيما يأتي:

1- استراتيجية بناء الصورة الذهنية **mental image building strategy**: تفترض النظرية أن البناء الاجتماعي الحقيقة ناتجة عن عملية تكوين الصورة الذهنية، عن طريق الرسائل التي تكتسبها من وسائل الإعلام، وبحسب بولدنغ، أن الحقيقة السياسية ليست مجرد واقع بل تفاعل مؤتمر بين تعديل الصور الذهنية ونقل الرسائل وتغيير السلوك. (شمري، 2016، صفحة 127)

2- استراتيجية الشراكات والتحالفات **Partnerships and Alliances Strategy**: تعد استراتيجيات الشراكات والتحالفات من أكثر اشكال العلاقات المؤسسية تعقيداً وصعوبة في التفاوض والتوثيق، نظراً لتشارك المصالح والأنشطة التجارية، وتضاف إلى ذلك طابع المدى طول الأمد لهذه العلاقات. (I., Glover, Craig M, & Wasserman, 2003, p. 20)

3- استراتيجية القوة الناعمة **soft power strategy**: تستند هذه الاستراتيجية على قدرة الفاعل على التأثير في إدراكات وتفضيلات وحسابات وسلوكيات الآخرين، اعتماداً بصورة أكبر على الموارد غير المادية ذات الصلة باليات الجاذبية والاقناع. (العوضي، 2025، صفحة 17)

4- استراتيجية الاستجابة للأزمات: هذه الإستراتيجية من الاستراتيجيات الفاعلة وقوية التأثير في أطراف الأزمة، ويعزز نجاحها هذه الإستراتيجية الى أن إدارة المنظمة تحظى باحترام وتقدير لدى أغلب الأطراف في المنظمة ولدى أغلب أصحاب المصالح، وهذا يجعلها قادرة على توجيه معطيات ومجريات موقف الأزمة واتخاذ القرارات الذي يقود إلى معالجتها بصورة سليمة. (فار، 2020، صفحة 282)

5- استراتيجية الابتكار والتواصل التكنولوجي: تتوافق ابتكارات المنصات مع قفزة نوعية في الأداء بسبب التحول في التكنولوجيا داخل هيكل السوق الحالي، عادةً ما تتطلب هذه الابتكارات استثمارات رأسمالية كبيرة، كما أنها معقدة التطوير، ومن الأمثلة على ذلك تطوير الطائرات النفاثة لتحل محل المرواح في الطيران التجاري. (Hülsmann & Nicole, 2011, p. 195)

وترى الباحثة حيث يمكن للسفارات العراقية الاستفادة من هذا الاستراتيجيات عن طريق تعزيز التعاون مع الدول الأخرى في مجالات تقنية واقتصادية عبر وسائل التواصل الاجتماعي، فالمشاريع التعاونية والابتكارات الاقتصادية والترويج المستمر للمبادرات المشتركة بين دول الجنوب يعزز من بناء صورة إيجابية عن العراق ومما تساعد على إبراز النجاحات المشتركة التي تدعم المصالح السياسية والاقتصادية للعراق.

المبحث الثالث: دور العلاقات العامة في تعزيز أهداف الدبلوماسية الاقتصادية

ظهرت العلاقات العامة كقوة مؤثرة في دعم السياسات الخارجية للدول، خاصة مع الاستخدام المتزايد لمنصات التواصل الاجتماعي من قبل الحكومة، لتحقيق أهداف الدبلوماسية الاقتصادية وسياساتها الخارجية، وإدارة سمعتها وصورتها، وتعتمد هذا النمط على استخدام التقنيات الرقمية ومنصات الوسائط الاجتماعية، مثل Facebook، Twitter... إلخ. للتواصل مع الجماهير بطريقة غير مكلفة، كما أسهم الإعلام الرقمي في مساعدة الدول على بناء صور ذهنية إيجابية عنها، وترويج سياساتها الاقتصادية لدى شعوب الدول الأخرى. (عدوي، وآخرون، 2023، الصفحات 78-79)

تلعب وسائل التواصل الاجتماعي دوراً محورياً في تعزيز أهداف الدبلوماسية الاقتصادية والعلاقات العامة للدول، حيث يمنح الفرصة إلى الوصول إلى جمهور واسع ومتعدد الثقافات والفئات العمرية، وتمكن المنصات السفارات والحكومات والدبلوماسيين من التواصل في الوقت الفعلي، ومشاركة البيانات الرسمية والتحديثات حول المبادرات الاقتصادية مما يعزز الشفافية، كما تسهل التواصل متعدد الاتجاهات بالمشاركة والحوار المباشرين، والرد على استفسارات الجمهور، بالإضافة التفاعل

مع الجهات الفاعلة غير الحكومية، مثل منظمات المجتمع المدني والصحفيين والأكاديميين، كما لديها القدرة على بناء صورة إيجابية وترويج سياساتها الدبلوماسية والاقتصادية بفعالية. (Allam Hamdan & Arezou, 2024, p. 386)

ويبرز الدور الاستراتيجي للعلاقات العامة في دعم أهداف الدبلوماسية الاقتصادية عبر القنوات الرقمية، بما في ذلك الصفحات السفارات العراقية على منصات التواصل الاجتماعي مثل فيس بوك، حيث يظهر كيف يتم استخدام المنصات لتعزيز سياساتها الدولية ونشر المعلومات والتفاعل مع الجمهور بشفافية وفعالية.

وتعتبر بناء الصورة الذهنية للدولة من أهم وظائف العلاقات العامة لتعزيز صورتها الاقتصادية في أذهان الجمهور، ولقد أصبحت العلاقات العامة ضرورية هذا العصر لأنها تتماز بالتغيرات السريعة والأحداث المتلاحقة، وبناء صورة مناسبة، وانطباع ملائم عن الدولة لدى الجمهور الداخلي والخارجي. (الموسوي، 2016، الصفحات 97-98)

الفصل الثالث: الدراسة التحليلية وتفسيرها

1- الفنون الاتصالية المستخدمة في منشورات السفارة العراقية في بريطانيا عبر الفيس بوك

يوضح الجدول توزيع الفنون الاتصالية المستخدمة في منشورات صفحة السفارة العراقية في بريطانيا خلال الفترة الزمنية المحددة مع تكرار كل فئة ونسبته المئوية حسب الانتشار، تبين أن **الخبر صحفي** يمثل النسبة الأعلى في الصفحة، حيث بلغ 79.452% في صفحة بريطانيا، وهنا يتضح أن السفارة يتم الاعتماد عليه في نشر الأخبار كوسيلة أساسية للتواصل الاتصالي مع الجمهور.

أما **الإعلانات** فقد احتلت المرتبة الثانية في كلا الصفحة بنسبة 8.777% في بريطانيا، وفي المقابل جاءت الفنون الأخرى مثل **بيان ومقابلة ومؤتمر والمقال** بنسب أقل وتم تصنيف بعضهما في المرتبتين التاسعة والثامنة والسابعة، وهذا ما يعكس استخدامها بشكل محدود في استراتيجيات الاتصال الإعلامي ممن يعكس هذا تفضل السفارة للفنون الإعلامية التقليدية المباشرة في التواصل مع الجمهور. ينظر الجدول

جدول (1) يوضح الفنون الاتصالية المستخدمة في منشورات صفحة السفارة العراقية في بريطانيا عبر الفيس بوك

ت	الفئات	بريطانيا	المرتبة
		التكرار	النسبة %
1	الخبر صحفي	290	79.452
2	الإعلان	32	8.777
3	التقرير صحفي	11	3.013
4	مؤتمر	10	2.740
5	دعوة	7	1.918
6	التحقيق صحفي	6	1.643
7	مقال	4	1.096
8	مقابلة	3	0.821
9	بيان	2	0.547
	المجموع	365	100%

2- الموضوعات الاقتصادية التي ركزت عليها السفارة العراقية في بريطانيا

يوضح جدول (2) أن السفارة تعتبر الجوانب الاقتصادية عنصراً مهماً في تنفيذ دبلوماسية الاقتصادية الرقمية بوصفها أداة محورية في السياسية الخارجية العراقية، ففي السفارة قد استحوذت الاستثمارات والمشاريع الكبرى والتعاون التجاري على الحصة الأكبر التي جاءت في المرتبة الأولى، ففي السفارة العراقية البريطانية حصلت بنسبة 36.957%، كما تسعى السفارة على ترسيخ مكانتها كمركزين رئيسيين للاستثمار في العراق، كما صنفت الاستثمار والترويج الاقتصادية كثاني أهم أولويات السفارة، ففي السفارة العراقية البريطانية حصلت على نسبة 30.435%، وتعكس هذه الأنشطة عن الإعلانات مشاريع كبرى، بالإضافة إلى الترويج لفرص الاستثمار عن طريق ورش العمل والندوات والفعاليات الخاصة، أما الفئة الثالثة، التجارة الثنائية وغرف التجارة فقد حصلت السفارة العراقية البريطانية على نسبة 19.565%، فقد برزت هذه الفئة عناصر دبلوماسية اقتصادية تقليدية عن طريق إنشاء إطار مؤسسي مشترك وشبكات عمل مستقرة، ففي المرتبة الرابعة فقد حصلت فئة القطاع البحري واللوجستي والمناقصات (كيماديا) في السفارة العراقية البريطانية حصلت على نسبة 13.043%، فقد أبدت السفارة العراقية البريطانية اهتماماً واضحاً بتعزيز التعاون مع المنظمة البحرية الدولية (IMO) عن طريق استضافة فعاليات واجتماعات وزارية متعلقة بالأمن البحري. ينظر الجدول

جدول (2) يوضح الموضوعات الاقتصادية التي ركزت عليها السفارة العراقية البريطانية عبر الفيس بوك

ت	الفئات	بريطانيا	المرتبة
		التكرار	النسبة %
1	الاستثمار والمشاريع الكبرى والتعاون التجاري	17	36.957
2	الاستثمار والترويج الاقتصادي	14	30.435
3	التجارة الثنائية وغرف التجارة	9	19.565
4	القطاع البحري واللوجستي والمناقصات (كيماديا)	6	13.043
	المجموع	46	100%

3- أهداف الدبلوماسية الاقتصادية التي ركزت عليها السفارة العراقية البريطانية عبر الفيس بوك

يعرض جدول (3) نتائج أهداف الدبلوماسية الاقتصادية لدى السفارة العراقية في بريطانيا عبر الفيس بوك، فقد جاءت فئة تحسين الصورة الاقتصادية للعراق في المرتبة الأولى لدى السفارة العراقية البريطانية جاءت بنسبة 27.479%، وهذا مما يدل على أن إدارة السمعة تعد من المحاور

الأساسية في الخطاب السياسي الاقتصادي الخارجي، لذا فسوفه تلعب العلاقات العامة الدولية دوراً محورياً في تصحيح الصورة النمطية السائدة حول مناخ الاستثمار في العراق وإبراز مؤشرات الاستقرار والإصلاح وتقديم العراق كشريك اقتصادي جذاب ويؤكد هذا التصنيف على أنه لا يمكن جذب الاستثمار دون صورة إيجابية وكما تعد بأن القيمة الرمزية أهم من الثروة المالية.

كما جاءت فئة بناء الشراكات الاقتصادية الدولية في المرتبة الثانية ففي السفارة العراقية البريطانية جاءت بنسبة 21.621%، ويظهر تطور التعاون الاقتصادي الدولي تحولاً في الخطاب من المستوى الرمزي إلى المستوى التفاعلي والمؤسسي، كما جاءت في المرتبة الثالثة والرابعة فئتا ففي المرتبة الثالثة جاءت فئة جذب الاستثمار الأجنبي بنسبة 14.414% وفي المرتبة الرابعة جاءت فئة تعزيز التبادل التجاري بنسبة 12.163% في السفارة العراقية البريطانية، فقد يعد جذب الاستثمار وتعزيز التجارة أمراً حيوياً لدى السفارة، مما يبرز عن أهمية العلاقات العامة الدولية في الدبلوماسية الاقتصادية وكما يستخدم المحتوى الرقمي لعرض الفرص الصناعية وتحسين بيئة الاستثمار والترويج للمؤتمرات والمعارض، مما تؤدي إلى تحويل المنصات الرقمية إلى محركات اقتصادية ملموسة، وفي المراحل اللاحقة، تتضاءل أهمية أهداف لدى السفارة العراقية في بريطانيا مثل الترويج للفرص السوق العراقية، ودعم القطاع الخاص والشراكات، ونقل المعرفة والتكنولوجيا، إلا أنها لا تزال تحتفظ بمكانته النوعية الهامة ويعكس هذا التحول من الدبلوماسية التقليدية التي ركزت على الدولة إلى نهج متعددة الأطراف. ينظر الجدول

جدول (3) يوضح أهداف الدبلوماسية الاقتصادية التي ركزت عليها السفارة العراقية في بريطانيا عبر الفيس بوك.

ت	الفئات	بريطانيا	المرتبة
		التكرار	النسبة %
1	تحسين الصورة الاقتصادية للعراق	61	27.479
2	بناء الشراكات الاقتصادية الدولية	48	21.621
3	جذب الاستثمار الأجنبي	32	14.414
4	تعزيز التبادل التجاري	27	12.163
5	الترويج لفرص السوق العراقية	21	9.460

6	دعم القطاع الخاص والشراكات	15	6.757	السادسة
7	نقل المعرفة والتكنولوجيا	10	4.504	السابعة
8	دعم التنمية المستدامة	6	2.702	الثامنة
9	دعم السياحة	2	0.900	التاسعة
	المجموع	222	%100	

4- تعدد القنوات الاتصالية لدى السفارة

تشير الجدول (4) إلى تعدد القنوات الاتصالية لدى السفارة العراقية في بريطانيا عبر الفيس بوك فقد اعتمدت السفارة على أنماط اتصالية متعددة عبر الفيس بوك والاستفادة من المنصات الرقمية في الدبلوماسية الاقتصادية والتواصل المؤسسي، فقد جاءت في المرتبة الأولى **المشاريع الاقتصادية المشتركة** بنسبة 28.829% في السفارة العراقية البريطانية، ممن يؤكد الجانبين على أهمية الحوار الاقتصادي في خطط التواصل للسفارة، ممن أظهرت بأن الفيس بوك ليس مجرد منصة لنشر الأخبار بل هي أداة استراتيجية للترويج للفرص الاستثمارية وتعزيز من التعاون الثنائي، وكما تدعم السفارة العراقية البريطانية هذه المبادرات عن طريق تركيزها على المشاريع الرئيسية وفرص الاستثمار في قطاعي الطاقة والبنية التحتية، وتنظيم مننديات اقتصادية متخصصة في الاستثمار والتطوير العقاري.

أما في المرتبة الثانية فقد جاءت فئة **تواصل المباشر مع الجمهور عبر السوشيال ميديا** بنسبة 22.973% في السفارة العراقية البريطانية، كما أكدت السفارة على أهمية التفاعل مع الجمهور كثاني أهم عنصر فقد يشمل ذلك تشجيع المشاركة العامة عن طريق الفعاليات والندوات، وأما فئة **التواصل مع الجاليات** جاءت في المرتبة الثالثة لدى السفارة العراقية البريطانية بنسبة 13.063%، فقد برزت التزام السفارة العراقية البريطانية اتجاه الجالية العراقية الذي يعد العضو الفاعل في المجتمع البريطاني.

وأما في المرتبة الرابعة فقد جاءت فئة **وجود شراكات مع الجامعات** بنسبة 12.162% في السفارة العراقية البريطانية كما يبرز هذا الدور المحوري الذي تضطلع بهها وزارة التعليم والتربية العراقية في تعزيز من التنمية الاقتصادية، كما جاءت فئة **توظيف الفيديو** بالمرتبة الخامسة وبنسبة 10.811% ما يعكس من دوره في اتفاقيات تغير المناخ والاقتصاد الكربوني ويتم استخدام الفيديو كأداة مكملية وليست أساسية في نقل الأخبار الاقتصادية، وكما تظهر أوجه في المرتبتين السادسة والسابعة لدى السفارة العراقية في بريطانيا، ففي المرتبة السادسة جاءت فئة **فعاليات ثقافية** بنسبة 8.108% وفي المرتبة السابعة جاءت فئة **منشورات عبر الفن** بنسبة 4.054% في السفارة

العراقية البريطانية، وكما تظهر الفن والثقافة كأداة مكملة وليست محوراً رئيسياً للحوار الاقتصادي.
ينظر الجدول

جدول (4) يبين تعدد القنوات الاتصالية لدى السفارة العراقية في بريطانيا عبر الفيس بوك

ت	الفئات	بريطانيا	المرتبة
		التكرار	النسبة %
1	مشاريع اقتصادية مشتركة	64	28.829
2	تواصل المباشر مع الجمهور عبر السوشيال ميديا	51	22.973
3	التواصل مع الجاليات	29	13.063
4	وجود شراكات مع الجامعات	27	12.162
5	توظيف فيديو	24	10.811
6	فعاليات ثقافية	18	8.108
7	منشورات عن الفن	9	4.054
	المجموع	222	%100

5- استراتيجيات العلاقات العامة في تعزيز أهداف الدبلوماسية الاقتصادية لدى السفارة

يشير جدول (5) إلى الاستراتيجيات التي وظفتها السفارة العراقية في بريطانيا عبر الفيس بوك في مضامينها، ويظهر النتائج أن الفئة الأولى جاءت فئة استراتيجية بناء الصورة الذهنية بنسبة 35.342% في السفارة العراقية البريطانية، وتشير هذا إلى أن استراتيجية بناء الصورة هي الأهم التي تركز على تصوير العراق كدولة منفتحة اقتصادياً وشريك موثوق في التعاون الدولي، وقد شملت العناصر الرئيسية لهذه الاستراتيجية توزيع مواد متعلقة بالاجتماعات بين المسؤولين والسفراء والممثلين التجاريين والمجالس التجارية، وبالتأكيد على المشاركة في المؤتمرات الاقتصادية والثقافية، ما يعزز هذا النهج من أهمية "إدارة السمعة الدولية" كأداة رئيسية لتحقيق من أهداف الدبلوماسية الاقتصادية، ومن الجدير بالذكر، أن خلق الجهود المبذولة لخلق صورة إيجابية عن استقرار العراق ونموه عند الغرب لاسيما في استخدام المنصات الرقمية.

وجاءت فئة استراتيجية القوة الناعمة بالمرتبة الثانية ففي السفارة العراقية البريطانية 25.480%، حيث تعزز هذه الفئة في عوامل مثل حجم الأنشطة الثقافية والأكاديمية، والاحتفال بالأعياد الوطنية، وفي المرتبة الثالثة، جاءت فئة استراتيجية الشراكات والتحالفات ففي السفارة العراقية البريطانية جاءت بنسبة 23.014%، ويظهر هذا بأن السفارة تولي أولوية للحوار الذي يعكس

التعاون المؤسسي مثل توقيع مذكرات التفاهم، وتعزيز العلاقات بين الصناعة والتعليم، ودعم مشاريع الاستثمار المشتركة، ومما تحتل استراتيجية الابتكار والتواصل التكنولوجي بالمرتبة الرابعة، فقد جاءت بالنسبة 10.958% في السفارة العراقية البريطانية، وأخيراً، فقد جاءت بالمرتبة الخامسة فئة استراتيجية الاستجابة للأزمات، بنسبة 5.206% في السفارة العراقية البريطانية، وهذا ما يشير إلى اهتمام ضئيل بالنزاعات، وتعكس هذا نتيجة استباقية في التواصل يركز على بناء صورة إيجابية بدلاً من إدارة الأزمات، ينظر الجدول

جدول (5) يوضح استراتيجيات العلاقات العامة في تعزيز أهداف الدبلوماسية الاقتصادية لدى صفحة السفارة العراقية في بريطانيا عبر الفيس بوك.

ت	الفئات	بريطانيا		المرتبة
		التكرار	النسبة %	
1	استراتيجية بناء الصورة الذهنية	129	35.342	الأولى
2	استراتيجية القوة الناعمة	93	25.480	الثانية
3	استراتيجية الشراكات والتحالفات	84	23.014	الثالثة
4	استراتيجية الابتكار والتواصل التكنولوجي	40	10.958	الرابعة
5	استراتيجية الاستجابة للأزمات	19	5.206	الخامسة
	المجموع	365	100%	

6- فئة المحتوى الدبلوماسي الاقتصادي الدولي لدى السفارة العراقية في بريطانيا عبر الفيس بوك

يشير جدول (6) إلى المحتوى الدبلوماسي الاقتصادي الدولي لدى السفارة العراقية في بريطانيا فقد تظهر النتائج المعروضة في الجدول عن وجود تشابه نسبي عن أولويات السفارة، فقد جاءت فئة تحسين الاستدامة الاقتصادية والقدرة التنافسية للازدهار في المرتبة الأولى وبنسبة 37.388% في السفارة العراقية البريطانية، حيث تقدم السياسة الخارجية العراقية استراتيجية متكاملة متماسكة وقابلة للتطوير تهدف إلى تطبيق نموذج دبلوماسي اقتصادي لتحقيق نمو مستدام ويعزز من مكانة العراق في الاقتصاد الدولي، وكما يكشف تحليل موقع السفارة العراقية البريطانية فقد تركز على الطاقة وجذب الاستثمارات في التعاون في مجالات كفاءة الطاقة بالإضافة إلى خارطة طريق لخفض انبعاثات الغاز الطبيعي باستخدام مؤشرات الاستدامة ويظهر موقع السفارة التزام العراق بتعزيز تنافسية الاقتصادية ومواءمته مع الأجندة البيئية الدولية.

فقد جاءت فئتان تبادل الدولة للمعرفة والخبرة، وفئة التعاون في مجال العلوم والابتكار والتكنولوجيا بالمرتبتين الثانية والثالثة، ففي السفارة العراقية البريطانية قد تفوت في فئة تبادل الدولة للمعرفة والخبرة بنسبة 23.873% على التعاون في مجال العلوم والابتكار والتكنولوجيا بنسبة 21.171%، فقد يعزز من ذلك على طبيعة العلاقات الأكاديمية والمؤسسية في السفارة العراقية البريطانية التي تتجلى في مشاريع الشبكات الأكاديمية والبحوث والمؤتمرات.

بينما احتلت فئة التحديات العالمية وخلق فرص جديدة بالمرتبة الرابعة لدى السفارة ففي السفارة العراقية البريطانية جاءت بنسبة 17.568%، فقد يشير هذا إلى أن القضايا الدولية كالتحول الرقمي والتنمية المستدامة والأمن الاقتصادي لا يعالج كأولويات مستقلة. ينظر الجدول

جدول (6) يوضح فئة المحتوى الدبلوماسي الاقتصادي الدولي في السفارة العراقية في بريطانيا عبر الفيس بوك.

ت	الفئات	بريطانيا		المرتبة
		التكرار	النسبة %	
1	تحسين الاستدامة الاقتصادية والقدرة التنافسية للازدهار	83	37.388	الأولى
2	تبادل الدولة للمعرفة والخبرة	53	23.873	الثانية
3	التعاون في مجال العلوم والابتكار والتكنولوجيا	47	21.171	الثالثة
4	التحديات العالمية وخلق فرص جديدة	39	17.568	الرابعة
	المجموع	222	100%	

7- الأساليب الاتصالية والطرق التي برزت فيها الدبلوماسية الاقتصادية في السفارة

يشير جدول (7) إلى الأساليب الاتصالية والطرق التي برزت فيها الدبلوماسية الاقتصادية في السفارة عبر الفيس بوك فقد جاءت فئة الأسلوب الاتصالي الإعلامي في السفارة العراقية البريطانية بنسبة 54.247%، فقد أشار الجدول هناك ارتباطاً وثيقاً بين النسب وأسعار الفائدة ويعكس هذا التشابه كيفية تواصل السفارة بشأن الأنشطة الاقتصادية والمحادثات الدبلوماسية وخطابات النوايا والاستثمارات والأنشطة التجارية عبر قنواتها الإخبارية الرسمية، وهذا مما يشير إلى أن الدبلوماسية الاقتصادية غالباً ما تقدم بأسلوب وثائقي بدلاً من كونها جهود تسويقياً شاملاً، وبالتالي، تميل إلى التركيز على العلاقات المؤسسية الرسمية بدلاً من التخطيط التفاعلي أو الاستراتيجي طويل الأجل. وفي المرتبة الثانية جاءت فئة الأسلوب الاتصالي الإعلاني بنسبة 18.630% في السفارة العراقية البريطانية، وهذا يدل على ندرة استخدام أساليب الترويج المباشر، وكما احتلت فئة الأسلوب

الاتصالي التسويقي المرتبة الثالثة بنسبة 13.699% في السفارة العراقية البريطانية، وتشير على تولي أهمية قصوى للصورة الاقتصادية للعراق وارتباطه بالبيئة الاعمال والاستثمار، واخيراً، جاءت فئة **الأسلوب الاتصالي الدعائي** في السفارة العراقية البريطانية بنسبة 13.424%، ويظهر هذا استخدام محدود للخطاب الدعائي الرمزي أو المباشر، حيث يعكس اتجاهًا عامًا نحو خطاب أكثر عقلانية وعلمية، يقدم حقائق والأفعال بدلاً من الادعاءات أو الصورة المبالغ عليها. ينظر الجدول **جدول (7) يوضح الأساليب الاتصالية والطرق التي برزت فيها الدبلوماسية الاقتصادية في السفارة العراقية في بريطانيا عبر الفيس بوك.**

ت	الفئات	بريطانيا	المرتبة
		التكرار	النسبة %
1	الأسلوب الاتصالي الإعلامي	198	54.247
2	الأسلوب الاتصالي الإعلاني	68	18.630
3	الأسلوب الاتصالي التسويقي	50	13.699
4	الأسلوب الاتصالي الدعائي	49	13.424
	المجموع	365	100%

8- أنشطة العلاقات العامة التي وظفتها السفارة العراقية في بريطانيا عبر الفيس بوك

تشير جدول (8) إلى الأنشطة التي وظفتها السفارة فقد يظهر إلى وجود تقارب نسبي في حجم الأنشطة الموظفة، على الرغم من ذلك، تظهر فروق بشكل ملحوظ في طبيعة الأنشطة وأولوياتها في المجال الاتصالي، فقد تضمنت تنفيذ أنشطة علاقات عامة فعلية، وكما يبرز الطابع الخدمي والإخباري العام على بقية المضامين، والأمر الذي انتجه على اعتماد أكبر على الاتصال الرسمي المباشر مقابل، ضعف في أنشطة التفاعلية التنظيمية، فقد ركزت أنشطة السفارة العراقية البريطانية على فئة **اللقاءات** بنسبة 25%، و**الاجتماعات** بنسبة 21.429%، و**الزيارات** بنسبة 17.858% وشملت هذه الأنشطة مناقشات رسمية ومؤسسية حول مختلف القضايا الاقتصادية والأكاديمية، لاسيما اللقاءات مع ممثلي الشركات البريطانية ووفود الجامعات بهدف تعزيز من التعاون العلمي، وتظهر هذه الأرقام الاستخدام الفعال للعلاقات العامة والدبلوماسية الاقتصادية للسفارة للترويج للعراق كشريك تنموي واستثماري فعال وداعم في المجتمع الدولي، علاوة على ذلك، فإن ارتفاع نسبة اللقاءات والاجتماعات والزيارات يعزز استراتيجية التواصل الاستراتيجي للسفارة. وعلية تبين، أن السفارة العراقية البريطانية قد تبنت نموذجًا أكثر كفاءة ومؤسسية للعلاقات العامة التي تدعم فيها أهداف الدبلوماسية الاقتصادية. ينظر الجدول

جدول (8) يوضح أنشطة العلاقات العامة في صفحة السفارة العراقية في بريطانيا عبر الفيس بوك.

ت	الفئات	بريطانيا		المرتبة
		التكرار	النسبة %	
1	اللقاءات	7	25	الأولى
2	الاجتماعات	6	21.429	الثانية
3	الزيارات	5	17.858	الثالثة
4	المؤتمرات	3	10.714	الرابعة
5	المبادرات المجتمعية	2	7.143	الخامسة
6	المهرجانات	2	7.143	السادسة
7	المعارض	1	3.571	السابعة
8	الدورات التدريبية	1	3.571	الثامنة
9	الندوات	1	3.571	التاسعة
10	ورش العمل	0	0	العاشر
11	المسابقات	0	0	أحد عشر
12	النشرات الإخبارية	0	0	أثنى عشر
	المجموع	28	100%	

النتائج

- 1- تبينت الدراسة أن الفنون الاتصالية المستخدمة لدى السفارة العراقية البريطانية قد تصدرت الخبر الصحفي في المرتبة الأولى ونسبة 79.452%.
- 2- تصدرت الموضوعات الاقتصادية التي تعد عنصراً في تنفيذ الدبلوماسية الاقتصادية قد تصدرت فئة الاستثمارات والمشاريع الكبرى والتعاون التجاري بنسبة 36.957%.
- 3- كانت نتائج أهداف الدبلوماسية الاقتصادية لدى السفارة فقد جاءت بناء الصورة الإيجابية للدولة بنسبة 27.479% في المرتبة الأولى.
- 4- أظهرت النتائج أن تعدد القنوات الاتصالية لدى السفارة قد جاءت فئة مشاريع اقتصادية مشتركة بالمرتبة الأولى ونسبة 28.829%.
- 5- أظهرت النتائج أن استراتيجيات العلاقات العامة الدولية لدى السفارة اعتمدت على علاقات طويلة الأمد فقد جاءت استراتيجية بناء الصورة الذهنية بالمرتبة الأولى ونسبة 35.342%.
- 6- أشارت النتائج أن المحتوى الدبلوماسي الاقتصادي الدولي قد ركزه في المرتبة الأولى على تحسين الاستدامة الاقتصادية والقدرة التنافسية للازدهار بنسبة 37.388%.
- 7- ركزت الدراسة على الأساليب الاتصالية التي برزت فيها الدبلوماسية الاقتصادية على الأسلوب الاتصالي الإعلامي التي جاءت بنسبة 54.247% في المرتبة الأولى للسفارة.
- 8- أن أنشطة السفارة العراقية البريطانية قد تبنت نموذجاً في دعم أهداف الدبلوماسية الاقتصادية فقد جاءت فئة اللقاءات في المرتبة الأولى ونسبة 25%.

الاستنتاجات

- 1_ أن البيئة الرقمية لا تعد دبلوماسية اقتصادية استراتيجية تواصلية تقليدية، بل استراتيجية تسعى إلى تحقيق أهدافها وتؤكد على أهمية العلاقات العامة التي تستهدف الجمهور وصناع القرار والفاعلين في السوق.
- 2_ تتميز الدبلوماسية الاقتصادية العراقية بقدرتها على التكيف وهدفها الأساسي هو حماية وتعزيز المصالح الاقتصادية للبلاد على الصعيد الدولي.
- 3_ أن الموضوعات الاقتصادية لدى السفارة قد تبين منصة الفيس بوك ليس مجرد منصة لنشر الاخبار بل تمكنت من استخدام الاقتصاد الرقمي بفعاليات ضمن النظام الدبلوماسي.

التوصيات

- 1- ضرورة الاهتمام بمجال العلاقات العامة الدولية.
- 2- ضرورة الاستفادة في التجارة الدولية في مجال استراتيجيات العلاقات العامة الدولية.
- 3- ضرورة دمج التحليلات الرقمية والذكاء الاصطناعي في عمليات التخطيط والتنفيذ وتقييم الاتصالات الخاصة بها في مجال العلاقات العامة الدولية.

المقترحات

- 1_ ينبغي علينا التشجيع على البحوث المستقبلية التي تركز على الابتكارات التكنولوجية والذكاء الاصطناعي وتأثيرها على العلاقات العامة الدولية.

المصادر

المصادر العربية

- 1- مظهر، عهد يوسف محمد. (2024). إدارة التحول الرقمي في المنظمات: منظور استراتيجي، (ب، د، مجموعة اليازوري للنشر والتوزيع)
- 2- الموسوي، محمد. (2016). إدارة العلاقات العامة في قطاع المنشآت السياحية، (الأردن: مركز الكتاب الأكاديمي)
- 4- سيراكوسا، جوزيف إم. (2014) الدبلوماسية: مقدمة قصيرة جدًا، ترجمة كوثر محمود محمد، (القاهرة: مؤسسة هنداوي)
- 5- محمد، فاضل زكي. (2015) الدبلوماسية في عالم متغير، (بغداد: جامعة بغداد، كلية العلوم السياسية)
- 6- شمري، محمد مرضي. (2016). مدخل الى دراسة العلاقات العامة والإعلان، (القاهرة، العربي للنشر والتوزيع).
- 7- العوضي، ناصر عبد النبي محمد. (2025). القوى الناعمة في العالم الإسلامي خلال عصر الدولة العباسية (سياسياً - اجتماعياً - ثقافياً)، تقديم إبراهيم محمد علي مرجونة، (الإسكندرية: دار التعليم الجامعي للطباعة والنشر والتوزيع).
- 8- أبو فار، يوسف. (2020). إدارة الأزمات في المنظمات العامة والخاصة، (الأردن: Yazouri Group (for Publication and Distribution
- 9- عدوي، عبد الله، وآخرون (تحرير). (2023) الدعاية الإسرائيلية: قراءة في القوة الناعمة، (إسطنبول، تركيا: معهد التنمية السياسية)
- 10- Wesley, Carvalho. (2024). الإقناع في العالم الرقمي: اتقن تقنيات التأثير في عصر المعلومات، (ب، د، Weslen Carvalho)
- 11- الحق، خالد عبد، العال، دعاء عبد. (2025) العلاقات العامة الرقمية، (ب، د، Dar Al- (Yazori for Publication and Distribution
- 12- كيوش، خلف كريم، و محمد، عراك غانم. (2021). المحتوى الاتصالي للدبلوماسية الشعبية «الإسرائيلية» من منظور العلاقات العامة الدولية دراسة تحليلية

- لصفحة إسرائيل باللهجة العراقية عبر الفيس بوك. الباحث الإعلامي، 13 (52)، 87-
<https://doi.org/10.33282/abaa.v13i52.769> .110
- 13- العزاوي، سالم جاسم محمد. (2013). العلاقات العامة الدولية دراسة تحليلية لخطابات
الرئيس الأمريكي باراك اوباما الموجهة للدول العربية المأزومة. الباحث الإعلامي، 5 (21)، 105-
<https://doi.org/10.33282/abaa.v5i21.319> .133

المصادر الأجنبية

- 1- Hamdan , Allam, Harraf, Arezou,eds. (2024). Business Development via AI and Digitalization (Cham: Springer)
- 2- HUB, DIWAKAR EDUCATION,(2021). UGC NET Management (17) Practice Question Bank: Include 4000+ Questions with Answers and Solutions (MCQ) as per Updated Syllabus (Digital book).
- 3- Pajtinka, Erik .(2019).Public Diplomacy as a Theoretical Problem: Searching for a Definition, European Journal of Transformation Studies 7, no. 2, Banska Bystrica, Slovakia: Matej Bel University.
- 4- Braveboy, Jacqueline, Wagner, ed.(2016), Diplomatic Strategies of Nations in the Global South: The Search for Leadership (New York: Palgrave Macmillan)
- 5- Hülsmann, Michael, and Pfeffermann, Nicole eds.(2011). Strategies and Communications for innovations: An Integrative Management View for Companies and Networks. Heidelberg, Dordrecht, (London, New York: Springer-Verlag Berlin Heidelberg)
- 6- Al-Faris, Mohamed Abdulrahman Abdulla Mohamed.(2025). A Systematic Literature Review and Meta-Analysis Innovative Diplomacy Theory & Practices: An Analysis of Traditional and Innovative Diplomacy Models and Their Applications. International Journal of Research Publication and Reviews 6, no. 7
- 7- Salman , Mohammad , Burton, Guy ,(2025).Positive and Negative Public Diplomacy: New Concepts to Understand Public Diplomacy Strategies in the Arab Gulf States, Third World Quarterly,(Advance Online Publication)
- 8- Surowiec , Paweł, Manor, Ilan (Eds.).(2021). Public Diplomacy and the Politics of Uncertainty,(Palgrave Macmillan)
- 9-Seekbooks Editorial Team 2.(2025). The Future of Digital Human Rights, Leobook.



- 10- I. Stephen ,Glover and Craig M. Wasserman, eds.(2003). Partnerships, Joint Ventures & Strategic Alliances, Revised ed., Vol. 1 (New York: Law Journal Press).
- 11-United States Government Accountability Office, U.S.(2007). Public Diplomacy: Actions Needed to Improve Strategic Use and Coordination of Research (GAO-07-904), Diane Publishing Co.