



استراتيجيات العلاقات العامة الرقمية في إدارة الأزمات الدولية: دراسة في توظيف مواقع التواصل الاجتماعي خلال التوتر الإيراني-الأمريكي

م.م هاني عبد محمد المعموري  
جامعة بابل/كلية طب حمورابي

[Ham797.hani.abad@uobabylon.edu.iq](mailto:Ham797.hani.abad@uobabylon.edu.iq)

الملخص

في الوقت الذي تشهد العلاقات الدولية في العصر الرقمي تحولات جوهرية نتيجة تصاعد دور الإعلام الرقمي، وخاصة في مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام وإدارة الأزمات الدولية يهدف هذا البحث إلى تحليل استراتيجيات العلاقات العامة الرقمية في إدارة الأزمات الدولية من خلال تسليط الضوء ودراسة حالة التوتر الإيراني-الأمريكي بوصفه نموذجًا معاصرًا لتداخل الإعلام والسياسة و يعتمد البحث المنهج الوصفي التحليلي من خلال تحليل المحتوى الرقمي والتقارير الدولية والدراسات السابقة. وتوصلت الدراسة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت ساحة رئيسية للصراع المعلوماتي حيث تعتمد الدول على استراتيجيات متعددة مثل: صناعة السرديات و توظيف المؤثرين و نشر المعلومات الموجهة و إدارة الصورة الذهنية كما كشفت النتائج عن تصاعد دور "الحرب الإعلامية الرقمية" في التأثير على الجماهير داخليًا وخارجيًا وعلى المنطقة بشكل خاص.

الكلمات المفتاحية: العلاقات العامة الرقمية، إدارة الأزمات، الإعلام الرقمي، مواقع التواصل الاجتماعي، التوتر الإيراني-الأمريكي.

**Digital Public Relations Strategies in International Crisis Management: A Study of Social Media Use During Iranian-American Tensions**

Hani Abdul Mohammed Al-Maamouri

University of Babylon/Hamurabi College of Medicine

**Abstract**

In the digital era, international relations have undergone significant transformations due to the growing influence of digital media, particularly social networking platforms, in shaping public opinion and managing crises. This study aims to examine the strategies of digital public relations in managing international crises, with a focus on the Iranian–American tensions as a contemporary case study reflecting the intersection of media and politics. The research adopts a descriptive-analytical approach by analyzing digital content, official communications, and relevant literature. The findings reveal that social media platforms have become a central arena for information warfare, where states employ various strategies such as narrative construction, media framing, audience engagement, and the dissemination of targeted messages to influence both domestic and international audiences. The study also highlights the increasing role of digital media in escalating or mitigating crises, as well as the growing impact of misinformation and strategic communication in shaping



global perceptions. Ultimately, digital public relations have evolved into a strategic tool in international conflict management, extending beyond traditional diplomatic practices.

**Keywords :** Digital Public Relations, Crisis Management, Social Media, International Crises, Iranian–American Tensions, Information Warfare, Media Framing

المقدمة

ان العالم يشهد خلال العقود الأخيرة تحولات جوهرية ومفصلية في بنية الاتصال والإعلام جآئ ذلك نتيجة التطور المتسارع في تقنيات الإعلام الرقمي لاسيما مع الانتشار الواسع لمواقع التواصل الاجتماعي التي أصبحت تمثل فضاءً تفاعلياً مؤثراً في تشكيل الرأي العام وتوجيهه. ولم يعد دور هذه الوسائل مقتصرًا على نقل الأخبار والمعلومات، بل تجاوز ذلك ليصبح أداة استراتيجية تستخدمها الدول والمؤسسات في إدارة الأزمات وبناء الصورة الذهنية والتأثير في الإدراك الجمعي على المستويين المحلي والدولي.

وفي سياق ذاته فان العلاقات الدولية برزت الأزمات السياسية والصراعات الجيوسياسية كأحد أهم المجالات التي شهدت توظيفاً مكثفًا للإعلام الرقمي

حيث أصبحت منصات التواصل الاجتماعي ساحة موازية للصراع التقليدي تُستخدم فيها استراتيجيات إعلامية معقدة تستند إلى التفاعل اللحظي، وسرعة الانتشار وقدرة التأثير في الجمهور. ومن هذا المنطلق لم تعد إدارة الأزمات الدولية تعتمد فقط على القنوات الدبلوماسية التقليدية بل أصبحت تركز بشكل متزايد على أدوات الاتصال الرقمي وخاصة في ظل تصاعد ما يُعرف بالحرب المعلوماتية.

ويُعد التوتر الإيراني–الأمريكي نموذجًا بارزًا لهذا التحول، حيث شهد هذا الصراع توظيفًا واسعًا لمواقع التواصل الاجتماعي في إدارة الخطاب الإعلامي، وصناعة السرديات، والتأثير في الرأي العام العالمي.

فقد سعت الأطراف المعنية إلى استخدام استراتيجيات العلاقات العامة الرقمية بهدف تعزيز مواقفها السياسية، وتبرير سياساتها، ومواجهة الخطاب المضاد، مما يعكس أهمية الإعلام الرقمي كأداة فاعلة في إدارة الأزمات الدولية.

وانطلاقًا من ذلك فان البحث يسعى إلى دراسة استراتيجيات العلاقات العامة الرقمية في إدارة الأزمات الدولية من خلال تحليل كيفية توظيف مواقع التواصل الاجتماعي خلال التوتر الإيراني–الأمريكي والكشف عن أبرز الأساليب الاتصالية المستخدمة ومدى تأثيرها في تشكيل الرأي العام.

كما يهدف إلى الإسهام في إثراء الأدبيات العلمية في مجال الإعلام الرقمي والعلاقات العامة وتقديم إطار تحليلي يمكن الاستفادة منه في فهم طبيعة الاتصال في الأزمات المعاصرة.

الفصل الأول: الإطار المنهجي



أولاً: مشكلة البحث

في ظل التحولات الرقمية المتسارعة، لم تعد الأزمات الدولية تُدار فقط عبر القنوات الدبلوماسية التقليدية بل أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي أداة استراتيجية في إدارة الأزمات وتوجيه الرأي العام من خلال التأثير فيهم .

وتبرز مشكلة البحث في التساؤل الرئيسي:

كيف توظف العلاقات العامة الرقمية مواقع التواصل الاجتماعي في إدارة الأزمات الدولية، خاصة خلال التوتر الإيراني-الأمريكي؟

ثانياً: أهمية البحث:

للبحث ثلال اهميات أهمية علمية واهمية تطبيقية واهمية معاصرة

أ: الأهمية العلمية:

يسهم في إثراء الدراسات المتعلقة بالعلاقات العامة الرقمية وإدارة الأزمات.

ب: الأهمية التطبيقية:

يوفر إطاراً عملياً لصناع القرار في المؤسسات الإعلامية والحكومية.

ج: الأهمية المعاصرة:

يتناول حالة راهنة تُظهر تصاعد دور الإعلام الرقمي في الصراعات الدولية.

ثالثاً: أهداف البحث: يهدف هذا البحث الى :

- ✓ تحليل استراتيجيات العلاقات العامة الرقمية في الأزمات الدولية.
- ✓ الكشف عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام.
- ✓ دراسة حالة التوتر الإيراني-الأمريكي كنموذج تطبيقي.
- ✓ تحديد أدوات وأساليب التأثير الإعلامي الرقمي.

رابعاً: أسئلة البحث: هناك عدة تساؤلات للبحث:

١. ما طبيعة استراتيجيات العلاقات العامة الرقمية في الأزمات الدولية؟
٢. كيف تُستخدم مواقع التواصل الاجتماعي في إدارة الأزمات؟
٣. ما دور الإعلام الرقمي في التوتر الإيراني-الأمريكي؟
٤. ما أبرز أدوات التأثير المستخدمة في هذا السياق؟

خامساً: منهج البحث



- يعتمد البحث على:
- المنهج الوصفي التحليلي
- تحليل محتوى رقمي وتقارير إعلامية
- مراجعة الأدبيات والدراسات السابقة

## الفصل الثاني: الإطار النظري

أولاً: مفهوم العلاقات العامة الرقمية:

يرى (Breakenridge,2012) ان العلاقات العامة الرقمية امتداداً حديثاً لممارسات العلاقات العامة التقليدية، حيث تعتمد على توظيف التقنيات الرقمية، ولاسيما شبكة الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، في بناء العلاقات مع الجمهور وإدارة الاتصال المؤسسي بصورة تفاعلية وديناميكية. وقد نشأ هذا المفهوم نتيجة التحول من بيئة الاتصال أحادي الاتجاه إلى بيئة اتصالية تشاركية تقوم على الحوار والتفاعل الفوري بين المؤسسة و جماهيرها.

وتُعرّف العلاقات العامة الرقمية بأنها: مجموعة الأنشطة الاتصالية التي تستخدم الوسائط الرقمية لإدارة السمعة المؤسسية، وتعزيز الصورة الذهنية، وبناء علاقات مستدامة مع الجمهور من خلال التفاعل المباشر والمحتوى الرقمي. وهي بذلك تتجاوز مجرد نشر المعلومات، لتشمل إدارة الحوار، والاستجابة الفورية، وتحليل ردود فعل الجمهور.

وتتميز العلاقات العامة الرقمية بعدد من الخصائص، أبرزها:

التفاعلية: حيث تسمح بالتواصل ثنائي الاتجاه بين المؤسسة والجمهور.

السرعة: في نقل المعلومات والاستجابة للأحداث.

الانتشار الواسع: بفضل طبيعة المنصات الرقمية العابرة للحدود.

إمكانية القياس: من خلال أدوات تحليل البيانات الرقمية.

كما تؤدي العلاقات العامة الرقمية أدواراً متعددة، منها إدارة الأزمات، وصناعة المحتوى، وبناء السمعة الرقمية، والتأثير في الرأي العام. وفي سياق الأزمات، تبرز أهميتها بشكل أكبر، إذ تمكن المؤسسات من التواصل الفوري مع الجمهور، وتقديم المعلومات الدقيقة، والحد من انتشار الشائعات.

ومع تصاعد الاعتماد على الإعلام الرقمي، أصبحت العلاقات العامة الرقمية عنصراً استراتيجياً في عمل المؤسسات الحكومية والدولية، حيث تُستخدم في توجيه الخطاب الإعلامي، وبناء السرديات، والتأثير في الإدراك العام، خاصة في ظل الأزمات السياسية والصراعات الدولية (Wright&Hinson,2017).

ثانياً: مفهوم إدارة الأزمات الإعلامية

إدارة الأزمات الإعلامية هي مجموعة الاستراتيجيات التي تستخدمها المؤسسات للتعامل مع الأحداث الطارئة التي تهدد سمعتها.



وتشمل:

الاستجابة السريعة

الشفافية

التحكم بالسرد الإعلامي

ثالثاً: نظرية الاتصال في الأزمات

تركز هذه النظرية على دور وسائل التواصل الاجتماعي في إدارة الأزمات، حيث تُعد هذه المنصات بيئة تفاعلية تؤثر في انتشار المعلومات وتشكيل الرأي العام.

وفي ظل البيئة الرقمية، اكتسبت هذه النظرية أبعاداً جديدة، حيث أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي عنصراً حاسماً في نقل الرسائل الاتصالية وتفاعل الجمهور معها، مما يفرض على المؤسسات سرعة الاستجابة واتباع استراتيجيات دقيقة تتناسب مع طبيعة الأزمة وسياقها الرقمي.

وتُعدّ نظرية SCCT إطاراً تحليلياً مهماً في دراسة الأزمات الدولية، إذ يمكن توظيفها لفهم كيفية استخدام الدول لاستراتيجيات الاتصال في إدارة الأزمات السياسية، كما في حالة التوتر الإيراني-الأمريكي، حيث يتم توظيف الخطاب الإعلامي الرقمي بما يتلاءم مع طبيعة الأزمة وأهداف كل طرف (Coombs, W.T, 2007).

رابعاً: الإعلام الرقمي والصراعات الدولية

أصبح الإعلام الرقمي جزءاً من أدوات الصراع الدولي، حيث تستخدم الدول الحملات الرقمية للتأثير على الجمهور.

وتشير الدراسات إلى أن الحملات الرقمية تُستخدم لتغيير السرديات والتأثير على الإدراك العام خلال الأزمات

(Taylor & Francis Online)

خامساً: دور المؤثرين الرقميين في الأزمات

أصبح المؤثرون الرقميون (Digital Influencers) فاعلين رئيسيين في بيئة الاتصال الحديثة، حيث يمتلكون القدرة على التأثير في اتجاهات الجمهور وتشكيل الرأي العام عبر منصات التواصل الاجتماعي. وفي سياق الأزمات، يكتسب دورهم أهمية متزايدة، إذ يتحولون إلى وسطاء اتصاليين بين الجهات الرسمية والجمهور، يساهمون في نقل المعلومات وتفسيرها، بل وأحياناً إعادة تأطيرها بما يتوافق مع توجهاتهم أو مع الخطاب السائد (Freberg, 2011).



وتشير الأدبيات الحديثة إلى أن المؤثرين الرقميين يتمتعون بدرجة عالية من المصداقية المتصورة لدى جمهورهم، وهو ما يجعل رسائلهم أكثر تأثيراً مقارنة بالمصادر الرسمية، خاصة في ظل تراجع الثقة بالإعلام التقليدي. كما أن قدرتهم على التفاعل المباشر والسريع مع المتابعين تمنحهم دوراً حاسماً في أوقات الأزمات، سواء في نشر المعلومات أو مواجهة الشائعات أو حتى المساهمة في تضخيمها.

وفي الأزمات الدولية، مثل التوتر الإيراني-الأمريكي، برز المؤثرون الرقميون كجزء من البيئة الاتصالية للصراع، حيث تم توظيف بعضهم بشكل مباشر أو غير مباشر في دعم السرديات السياسية والإعلامية. فقد استخدمت الأطراف المختلفة استراتيجيات تقوم على:

إعادة نشر الخطاب الرسمي بأسلوب مبسط وجاذب

إنتاج محتوى تفسيري أو تحليلي يوجه إدراك الجمهور

استخدام الميمز والمحتوى التفاعلي لتعزيز الرسائل السياسية

التفاعل مع الأحداث بشكل لحظي لزيادة التأثير والانتشار

كما ساهم بعض المؤثرين في نشر معلومات غير دقيقة أو مضللة، سواء عن قصد أو نتيجة غياب التحقق، مما أدى إلى تعقيد المشهد الإعلامي وزيادة حدة الاستقطاب. وهذا ما يعكس أن دور المؤثرين لا يقتصر على التأثير الإيجابي، بل يمكن أن يكونوا جزءاً من ما يُعرف بـ"الحرب المعلوماتية" التي ترافق الأزمات الدولية.

ومن ناحية أخرى، يمكن توظيف المؤثرين بشكل إيجابي في إدارة الأزمات، من خلال إشراكهم في نشر الرسائل التوعوية، وتعزيز الخطاب المتوازن، ودعم جهود التهدئة، وهو ما يتطلب استراتيجيات علاقات عامة رقمية مدروسة تقوم على اختيار المؤثرين المناسبين وبناء شراكات قائمة على المصداقية والشفافية.

وبناءً على ذلك، يتضح أن المؤثرين الرقميين يمثلون عنصراً محورياً في إدارة الأزمات المعاصرة، حيث تتقاطع أدوارهم بين الإعلام، والعلاقات العامة، والسياسة، مما يستدعي فهماً أعمق لطبيعة تأثيرهم وآليات توظيفهم ضمن استراتيجيات الاتصال الرقمي (Abidin, C. 2016).

سادساً: الإعلام الرقمي كأداة حرب معلوماتية

شهدت طبيعة الصراعات الدولية وخاصة الصراع الأمريكي الإيراني تحوُّلاً جذرياً مع صعود الإعلام الرقمي حيث لم تعد المواجهات تقتصر على الأبعاد العسكرية أو السياسية بل امتدت لتشمل ما يُعرف بـ"الحرب المعلوماتية" أو الحرب الاعلام الرقمي التي تُستخدم فيها المعلومات كأداة استراتيجية للتأثير في الإدراك العام وصناعة المواقف والتأثير في الرأي العام .

حيث أصبح الإعلام الرقمي ولاسيما مواقع التواصل الاجتماعي، ساحة مركزية لهذا النوع من الحروب، لما يتميز به من سرعة انتشار، وتفاعل واسع، وقدرة على تجاوز الحدود الجغرافية (Castells, 2013).



وُعرّف الحرب المعلوماتية بأنها استخدام المعلومات ووسائل الاتصال للتأثير في وعي الجمهور، وزعزعة استقرار الخصم وتعزيز المصالح الاستراتيجية للدولة.

وفي هذا النوع من الحروب يبرز الإعلام الرقمي كونه البيئة الأكثر ملاءمة لهذا النوع من الصراع، نظرًا لإمكانية إنتاج ونشر المحتوى بشكل سريع وبتكلفة منخفضة، إضافة إلى صعوبة التحقق من صحة المعلومات في كثير من الأحيان وخاصة مع انتشار الأخبار المفبركة والفيديوات المنتجة بالذكاء الاصطناعي (Rid, 2020).

وفي حالة التوتر الإيراني-الأمريكي، برز الإعلام الرقمي كأداة رئيسية في إدارة الصراع، حيث اعتمد الطرفان على استراتيجيات متعددة تهدف إلى توجيه الرأي العام المحلي والدولي. فقد تم توظيف منصات التواصل الاجتماعي في نشر الخطاب السياسي، وبناء السرديات المتنافسة، والتأثير في إدراك الجمهور للأحداث، من خلال التركيز على جوانب معينة وإغفال أخرى (Pamment, 2016).

كما استخدمت الأطراف المتنازعة تقنيات التأيير الإعلامي (Framing) لإعادة تفسير الوقائع بما يخدم مصالحها، إلى جانب توظيف الحملات الرقمية المنظمة التي تستهدف التأثير في الجمهور عبر الرسائل المتكررة والمحتوى العاطفي. وقد أسهمت هذه الممارسات في تعزيز الاستقطاب، وزيادة حدة التوتر، خصوصًا في ظل انتشار الأخبار المضللة والمعلومات غير الدقيقة (Bennett & Livingston, 2018).

ومن جهة أخرى، أتاح الإعلام الرقمي استخدام أدوات متقدمة مثل الحسابات الآلية (Bots) والجيش الإلكتروني، التي تُستخدم لنشر محتوى موجه بشكل مكثف، بهدف خلق انطباعات زائفة عن الرأي العام، أو تضخيم قضايا معينة. ويُعد هذا النوع من النشاط جزءًا من استراتيجيات الحرب المعلوماتية التي تسعى إلى السيطرة على الفضاء الرقمي وتوجيهه (Woolley & Howard, 2017).

ولا يقتصر تأثير الإعلام الرقمي في هذا السياق على نشر المعلومات، بل يمتد إلى تشكيل الأطر الإدراكية التي من خلالها يفهم الجمهور الأحداث، وهو ما يمنح الدول قدرة كبيرة على إدارة الصراع بشكل غير مباشر. وبالتالي، فإن الإعلام الرقمي لم يعد مجرد وسيلة اتصال، بل تحول إلى سلاح استراتيجي يُستخدم في إدارة الأزمات والصراعات الدولية.

### الفصل الثالث: الدراسات السابقة

#### أولاً: الدراسات العربية

##### 1. دراسة (العتيبي، 2021)

هدفت إلى تحليل دور العلاقات العامة الرقمية في إدارة الأزمات المؤسسية، وتوصلت إلى أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يساهم في تقليل حدة الأزمات عبر سرعة الاستجابة.

##### 2. دراسة (الشمري، 2022)



تناولت دور الإعلام الرقمي في تشكيل الرأي العام أثناء الأزمات السياسية، وأكدت أن الجمهور أصبح شريكاً في صناعة الرسائل الإعلامية.

3. دراسة (الزهراني، 2020)

ركزت على استراتيجيات الاتصال في الأزمات، وأظهرت أن الشفافية والمصداقية من أهم عناصر النجاح في إدارة الأزمات.

ثانياً: الدراسات الأجنبية

1. (Coombs (2015

قدم إطاراً نظرياً لإدارة الأزمات، مؤكداً على أهمية اختيار الاستراتيجية المناسبة حسب نوع الأزمة.

2. (Kaplan & Haenlein (2010

تناول تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في بيئة الاتصال الحديثة، وأشار إلى دورها في إعادة تشكيل العلاقات بين المؤسسات والجمهور.

3. (Liu, Austin & Jin (2011

طوروا نموذج SMCC الذي يوضح دور وسائل التواصل الاجتماعي في إدارة الأزمات.

ثالثاً: التعقيب على الدراسات السابقة

- ❖ يتضح من خلال استعراض الدراسات:
- ❖ تركيزها على الأزمات المؤسسية أكثر من الأزمات الدولية
- ❖ قلة الدراسات التي تناولت التوترات الجيوسياسية الحديثة
- ❖ الحاجة إلى دراسة تطبيقية تربط الإعلام الرقمي بالصراعات الدولية
- ❖ وهذا ما يسعى البحث الحالي إلى تحقيقه.

الفصل الرابع: الدراسة التطبيقية

أولاً: نبذة عن التوتر الإيراني-الأمريكي

راع بين الولايات المتحدة الأمريكية وإيران أحد أبرز الصراعات الجيوسياسية في العصر الحديث، إذ يمتد جذوره إلى عدة عقود، وتحديداً منذ الثورة الإسلامية في إيران عام 1979، التي أدت إلى تغيير جذري في طبيعة العلاقات بين البلدين من التحالف إلى العداء السياسي والاستراتيجي ( Ramazani, 2008). ومنذ ذلك الحين، تباينت مواقف الطرفين بين التصعيد والتوتر ومحاولات التهدئة، إلا أن حالة عدم الثقة ظلت سمة ثابتة في العلاقات الثنائية.



وتعود جذور هذا الصراع إلى عوامل متعددة، أبرزها التباين الأيديولوجي بين النظامين السياسيين، وتعارض المصالح الإقليمية، إضافة إلى القضايا النووية التي شكلت محوراً رئيسياً للخلاف بين الطرفين. فقد أثار البرنامج النووي الإيراني مخاوف الولايات المتحدة وحلفائها، ما أدى إلى فرض عقوبات اقتصادية وسياسية مشددة على إيران، وتبني سياسات احتواء وردع متعددة (Sick, 2014).

وفي السنوات الأخيرة، شهد الصراع الأمريكي-الإيراني تحولاً ملحوظاً نحو الأبعاد الإعلامية والرقمية، حيث أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي أداة رئيسية في إدارة هذا الصراع، من خلال نشر الرسائل السياسية، والتأثير في الرأي العام، وتوجيه الخطاب الإعلامي بما يخدم أهداف كل طرف. ويُعد هذا التحول جزءاً من ما يُعرف بالحروب الهجينة التي تجمع بين الأدوات العسكرية والسياسية والإعلامية في آن واحد (Nye, 2011).

كما تصاعدت حدة التوتر في فترات مختلفة، لا سيما بعد انسحاب الولايات المتحدة من الاتفاق النووي الإيراني عام 2018، وفرضها عقوبات جديدة، وهو ما قابلته تصعيد إيراني على عدة مستويات، سواء من خلال البرنامج النووي أو من خلال التحركات الإقليمية (Fitzpatrick, 2019). وقد أدى ذلك إلى استمرار حالة التوتر وعدم الاستقرار في العلاقات الثنائية.

وبناءً على ذلك، يمكن القول إن الصراع الأمريكي-الإيراني يمثل نموذجاً معقداً من الصراعات الدولية الحديثة، يجمع بين الأبعاد السياسية والعسكرية والاقتصادية والإعلامية، ويعكس في الوقت ذاته التحولات التي يشهدها النظام الدولي في ظل صعود أدوات القوة الناعمة والحرب المعلوماتية.

ثانياً: أدوات التحليل

اعتمدت الدراسة على:

تحليل محتوى منشورات منصات (X، فيسبوك، تيليجرام)

متابعة الحسابات الرسمية

تحليل الخطاب الإعلامي

ثالثاً: استراتيجيات العلاقات العامة الرقمية المستخدمة

شهد الصراع الإيراني-الأمريكي خلال السنوات الأخيرة توظيفاً واسعاً لاستراتيجيات العلاقات العامة الرقمية، حيث أصبحت المنصات الرقمية ساحة رئيسية لإدارة الخطاب السياسي والتأثير في الرأي العام المحلي والدولي. وتعتمد هذه الاستراتيجيات على توظيف أدوات الاتصال الحديثة لصناعة السرديات، وإدارة السمعة، وتوجيه الإدراك العام بما يخدم أهداف كل طرف في الصراع.

أ: استراتيجية بناء السردية (Narrative Building)

تُعد هذه الاستراتيجية من أبرز أدوات العلاقات العامة الرقمية، حيث تسعى الأطراف المتنازعة إلى تقديم روايات متباينة للأحداث، بهدف كسب التأييد أو تبرير السياسات. ويتم ذلك من خلال نشر المحتوى



الرقمي الذي يعزز وجهة نظر معينة، مع إعادة صياغة الأحداث بما يتماشى مع المصالح السياسية لكل طرف (Entman, 2004).

وفي الصراع الإيراني-الأمريكي، تعمل كل جهة على تقديم نفسها كطرف "مدافع" عن الاستقرار أو "ضحية" للتصعيد، عبر محتوى بصري ونصي موجه.

ب: استراتيجية التأيير الإعلامي (Framing)

تعتمد هذه الاستراتيجية على اختيار زوايا محددة لتفسير الأحداث، بحيث يتم إبراز جوانب معينة وإخفاء أخرى. ويُستخدم التأيير لتوجيه إدراك الجمهور نحو فهم معين للأزمة، سواء من خلال اللغة المستخدمة أو الصور أو الوسوم الرقمية (Goffman, 1974).

وفي السياق الإيراني-الأمريكي، يتم تأيير الأحداث إما كـ "تهديد أمني" أو "دفاع مشروع"، وفقاً لمصالح كل طرف.

ث: استراتيجية إدارة السمعة (Reputation Management)

تسعى الأطراف المتنازعة إلى الحفاظ على صورتها الذهنية أمام الجمهور العالمي، من خلال نشر محتوى يبرز القوة، والشرعية، والالتزام بالقانون الدولي. وتشمل هذه الاستراتيجية الرد السريع على الاتهامات، وتفنيد الأخبار السلبية، وتعزيز الخطاب الإيجابي (Coombs, 2015).

ح: استراتيجية التفاعل الرقمي (Digital Engagement)

تعتمد هذه الاستراتيجية على التفاعل المباشر مع الجمهور عبر التعليقات، والردود، والوسوم (Hashtags)، مما يعزز من انتشار الرسائل الإعلامية. وتُستخدم هذه الاستراتيجية لزيادة الوصول إلى الجمهور، وخلق حالة من التفاعل المستمر مع الحدث (Kaplan & Haenlein, 2010).

خ: استراتيجية استخدام المؤثرين الرقميين

تلجأ الأطراف إلى توظيف المؤثرين الرقميين لنقل الرسائل السياسية بأسلوب غير مباشر، حيث يتمتع هؤلاء المؤثرون بمصداقية عالية لدى جمهورهم. وتُستخدم هذه الاستراتيجية لتعزيز الرسائل الرسمية أو دعمها بأسلوب أكثر تأثيراً وانتشاراً (Freberg et al., 2011).

ج: استراتيجية نشر المعلومات الموجهة

تُستخدم هذه الاستراتيجية لنشر معلومات مختارة بعناية تهدف إلى التأثير في إدراك الجمهور، وقد تتضمن أحياناً معلومات مضللة أو مبالغاً فيها. وتُعد هذه الاستراتيجية جزءاً من الحرب المعلوماتية التي ترافق الصراعات الدولية (Woolley & Howard, 2017).

س: استراتيجية الحرب الرقمية (Digital Information Warfare)

تشمل هذه الاستراتيجية استخدام أدوات رقمية مثل الحسابات الآلية (Bots)، والحملات المنظمة، والمحتوى الفيروسي، بهدف التأثير في الرأي العام أو خلق انطباعات زائفة حول حجم التأييد أو المعارضة. وتُعد هذه الممارسات من أبرز سمات الصراع الرقمي الحديث (Rid, 2020).



رابعاً: تحليل نماذج تطبيقية

1: نموذج تطبيقي (منصة X – تويتر سابقاً)

الوصف:

تمثل منصة X إحدى أهم ساحات الصراع الإعلامي خلال التوتر الإيراني-الأمريكي، حيث تُستخدم لنشر التصريحات الرسمية والتفاعل الفوري مع الأحداث.

التحليل:

- ✓ يتم نشر بيانات رسمية بسرعة عالية فور وقوع الحدث.
- ✓ استخدام الهاشتاغات السياسية لتوسيع الانتشار.
- ✓ توظيف لغة مباشرة وحادة أحياناً لتعزيز الموقف السياسي.
- ✓ الاعتماد على إعادة التغريد (Retweet) لتضخيم الرسائل.

مثال تحليلي:

عند وقوع حدث أمني، تقوم الجهات الرسمية بنشر بيان، ثم يتم إعادة نشره عبر حسابات رسمية ومؤثرين، مما يؤدي إلى خلق "دورة انتشار" واسعة خلال وقت قصير.

الاستنتاج:

تُستخدم منصة X كأداة رئيسية في إدارة السرد الإعلامي وتوجيه الرأي العام بسرعة عالية.

2: نموذج تطبيقي (تيليجرام)

الوصف:

يُستخدم تيليجرام كمنصة لنشر البيانات الرسمية والمحتوى الموجه، خاصة عبر القنوات المغلقة.

التحليل:

- ✓ نشر بيانات مطولة وتفصيلية.
- ✓ استخدام القنوات الرسمية لنشر محتوى غير خاضع للتفاعل العشوائي.
- ✓ محدودية التعليقات تقلل من النقد المباشر.
- ✓ الاعتماد على جمهور محدد (نخب، متابعون سياسيون).

مثال تحليلي:

تقوم بعض الجهات بنشر بيان سياسي طويل يشرح موقفها من الأزمة، مع صور أو فيديوهات داعمة.

الاستنتاج:

تيليجرام يُستخدم كأداة لضبط الرسالة الإعلامية والتحكم في الجمهور المستهدف.



### 3: نموذج تطبيقي (فيسبوك)

الوصف:

يُعد فيسبوك منصة واسعة الانتشار تُستخدم للوصول إلى جمهور عريض.

التحليل:

- ✓ نشر محتوى مرئي (صور + فيديوهات).
- ✓ استهداف الجمهور العام.
- ✓ استخدام التعليقات للتفاعل المباشر.
- ✓ انتشار الأخبار بشكل واسع وسريع.

مثال تحليلي:

نشر فيديو لحدث معين مع تعليق يوجه تفسير الحدث، مما يؤثر على فهم الجمهور.

الاستنتاج:

فيسبوك يُستخدم في تشكيل الرأي العام الشعبي بشكل مباشر.

### 4: نموذج تطبيقي (الميمز والمحتوى الساخر)

الوصف:

الميمز أصبحت أداة رقمية فعالة في نقل الرسائل السياسية بشكل غير مباشر.

التحليل:

- ✓ استخدام الفكاهة لتبسيط الرسائل المعقدة.
- ✓ الانتشار الفيروسي السريع.
- ✓ التأثير العاطفي على الجمهور.
- ✓ أداة فعالة في الحرب النفسية.

مثال تحليلي:

نشر صورة ساخرة تلمح إلى فشل أو قوة طرف معين في الصراع.

الاستنتاج:

الميمز تُعد أداة في الحرب المعلوماتية والتأثير النفسي.

### 5: نموذج تطبيقي (الحسابات الآلية – Bots)

الوصف:



يتم استخدام حسابات آلية لنشر وتضخيم المحتوى.

التحليل:

- ✓ نشر آلاف التغريدات في وقت قصير.
- ✓ تضخيم هاشتاغ معين.
- ✓ خلق انطباع زائف بالرأي العام.
- ✓ التلاعب بالإدراك الرقمي.

مثال تحليلي:

ظهور هاشتاغ معين بشكل متكرر بشكل غير طبيعي.

الاستنتاج:

الـ Bots تُستخدم في الهندسة الرقمية للرأي العام.

في ضوء التحليل التطبيقي للنماذج المختارة، يتضح أن استراتيجيات العلاقات العامة الرقمية خلال التوتر الإيراني-الأمريكي لم تكن مجرد أدوات تواصل، بل شكلت عنصرًا فاعلاً في إدارة الصورة الذهنية وتوجيه الرأي العام. فقد برز استخدام خطاب مدروس يقوم على التأيير (Framing) وإعادة صياغة الرسائل بما يتناسب مع الجمهور المستهدف، إلى جانب توظيف المنصات الرقمية لإنتاج محتوى سريع الانتشار يسهم في تحقيق التأثير اللحظي في أوقات الأزمات. كما أظهرت النتائج أن المؤثرين الرقميين لعبوا دورًا محوريًا في تضخيم الرسائل أو إعادة تفسيرها، مما منحهم موقعًا استراتيجيًا ضمن منظومة التأثير الإعلامي. وفي المقابل، كشفت التحليلات عن تحديات مرتبطة بانتشار المعلومات المضللة وصعوبة ضبط تدفق الرسائل في بيئة رقمية مفتوحة، الأمر الذي يفرض على مؤسسات العلاقات العامة اعتماد سياسات تواصل أكثر احترافية قائمة على الشفافية، وسرعة الاستجابة، وإدارة الأزمات وفق تخطيط استباقي. وعليه، يمكن القول إن فاعلية العلاقات العامة الرقمية في مثل هذه الصراعات لا تقاس فقط بقدرتها على إيصال الرسائل، بل بقدرتها على إدارة المعنى وتوجيه الإدراك العام في بيئة إعلامية شديدة التعقيد والتنافس.

الفصل الخامس: النتائج والتوصيات

أولاً: النتائج

١. أصبحت العلاقات العامة الرقمية عنصرًا أساسيًا في إدارة الأزمات الدولية.
٢. تلعب مواقع التواصل الاجتماعي دورًا محوريًا في تشكيل الرأي العام.
٣. تعتمد الدول على استراتيجيات إعلامية متقدمة لإدارة الأزمات.
٤. تزايد استخدام الحرب المعلوماتية كأداة سياسية.
٥. ضعف القدرة على التحقق من المعلومات أدى إلى انتشار الأخبار المزيفة.

ثانيًا: التوصيات

١. تعزيز التربية الإعلامية لمواجهة التضليل.



٢. تطوير استراتيجيات إعلامية رقمية احترافية.
٣. إنشاء وحدات متخصصة في إدارة الأزمات الرقمية.
٤. دعم الشفافية والمصداقية في الخطاب الإعلامي.
٥. تدريب الكوادر الإعلامية على التعامل مع الأزمات الرقمية.

#### قائمة المصادر

##### أولاً: المصادر العربية

- العنبي، محمد. (2021). العلاقات العامة الرقمية وإدارة الأزمات. الرياض: دار النشر العلمي.
- الشمري، أحمد. (2022). دور الإعلام الرقمي في تشكيل الرأي العام. مجلة الإعلام الحديث، 12(3)، 67-45.
- الزهراني، خالد. (2020). استراتيجيات الاتصال في الأزمات. جدة: دار الفكر.

##### ثانياً: المصادر الأجنبية

- Breakenridge, D. (2012). Social Media and Public Relations: Eight New Practices for the PR Professional. Pearson Education
- Kent, M. L. (2013). Using social media dialogically: Public relations role in reviving democracy. Public Relations Review, 39(4), 337–345
- Macnamara, J. (2010). Public relations theories, practices, critiques. Pearson Australia
- Phillips, D., & Young, P. (2009). Online Public Relations: A Practical Guide to Developing an Online Strategy in the World of Social Media. Kogan Page
- Wright, D. K., & Hinson, M. D. (2017). Tracking how social and other digital media are being used in public relations practice. Public Relations Journal, 11(1), 1–30
- Coombs, W. T. (2015). Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding (4th ed.). Sage Publications
- Benoit, W. L. (1995). Accounts, Excuses, and Apologies: A Theory of Image Restoration Strategies. State University of New York Press
- Hallahan, K. (2001). Strategic public relations and strategic management. Journal of Public Relations Research, 13(4), 279–301



- Zaharna, R. S. (2010). Battles to Bridges: U.S. Strategic Communication and  
.Public Diplomacy after 9/11. Palgrave Macmillan
- Pamment, J. (2016). British Public Diplomacy and Soft Power. Palgrave  
.Macmillan
- Nye, J. S. (2004). Soft Power: The Means to Success in World Politics.  
.PublicAffairs
- McCombs, M. (2014). Setting the agenda: The mass media and public opinion.  
.Polity Press
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm.  
Journal of Communication, 43(4), 51–58