مجلة تكريت للعلوم السياسية

اسم المقال: الإطار النظري للدبلوماسية الشعبية الجديدة المفهوم والمفاهيم المقاربة
اسم الكاتب: ضمير عبدالرزاق محمود
رابط ثابت: https://political-encyclopedia.org/index.php/library/7712
تاريخ الاسترداد: 2026/11/02 14:54 +03

الموسوعة السياسيّة هي مبادرة أكاديمية غير هادفة للربح، تساعد الباحثين والطلاب على الوصول واستخدام وبناء مجموعات أوسع من المحتوى العلمي العربي في مجال علم السياسة واستخدامها في الأرشيف الرقمي الموثوق به لإغناء المحتوى العربي على الإنترنت.
لمزيد من المعلومات حول الموسوعة السياسيّة - Encyclopedia Political، يرجى التواصل على info@political-encyclopedia.org

استخدامكم لأرشيف مكتبة الموسوعة السياسيّة - Encyclopedia Political يعني موافقتك على شروط وأحكام الاستخدام المتاحة على الموقع https://political-encyclopedia.org/terms-of-use

تم الحصول على هذا المقال من موقع مجلة تكريت للعلوم السياسية جامعة تكريت ورفده في مكتبة الموسوعة السياسيّة مستوفياً شروط حقوق الملكية الفكريّة ومتطلبات رخصة المشاع الإبداعي التي ينضوي المقال تحتها.

: https://doi.org/10.25130/tjfps.v2i6.73

TJFPS
ISSUE 6

IRAQI Academic Scientific Journals
العراقية المجلات الاكاديمية العلمية
ISSN: 2663-9203 (Electronic)
ISSN: 2312-6639 (print)

Contents lists available at:
http://tjfps.tu.edu.iq/index.php/poiltic
Tikrit Journal For Political Science

Tikrit Journal For Political Science
SINCE 2014

الإطار النظري للدبلوماسية الشعبية الجديدة المفهوم والمفاهيم المقاربة

"The Theoretical Framework of the new Popular Diplomacy Concept and Approach Concepts"

Dhamier Abdul Razzaq Mahmoud [a]
[a] University of Al Mosul/ College of Political Science

ضمير عبدالرزاق محمود [a] *
[a] جامعة الموصل/ كلية العلوم السياسية

Article info.

Article history:
- Received 22 Apr . 2016
- Accepted 10 May. 2016
- Available online 30 June. 2016

Keywords:
- People's diplomacy
- Summit diplomacy
- Soft power
- Sports in politics
- Theoretical framework

©2016 Tikrit University \ College of Political Science. THIS IS AN OPEN ACCESS ARTICLE UNDER THE CC BY LICENSE
http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/

Abstract: International relations are among the most critical fields influenced by ongoing developments and changes in the world. With technological advancements, political shifts, and economic transformations, new avenues are being opened for interactions and engagements between nations. Consequently, official diplomacy plays a crucial role in regulating relations between governments. However, it often requires support from public diplomacy, which aims to engage with foreign populations and complements official diplomacy in achieving a country's foreign policy goals.

*Corresponding Author: Dhamier Abdul Razzaq Mahmoud,E-Mail: dhamier.88@yahoo.com
Tel: xxx , Affiliation: University of Al Mosul/ College of Political Science

معلومات البحث :

تواريخ البحث:
- الاستلام : 22/ نيسان /2016
- القبول : 10/ أيار /2016
- النشر المباشر: 30/ حزيران /2016

الكلمات المفتاحية :
- الدبلوماسية الشعبية
- دبلوماسية القمة
- القوة الناعمة
- الرياضة في السياسة
- الاطار النظري

الخلاصة : إن التطورات والمتغيرات الحاصلة في البيئة الدولية وفي مختلف المجالات تنعكس بأثارها على طبيعة العلاقات الدولية وتفتح مجالات جديدة لوسائل تنظم تلك العلاقات بما يحقق مصالح الدول، وكانت الدبلوماسية (الرسمية) التي تنظم العلاقة بين الحكومات واحدة من تلك الوسائل التي بينت حاجتها إلى دبلوماسية شعبية تخاطب من خلالها الحكومات شعوب الدول الأجنبية، وتصبح مهامها مكملة لعمل الدبلوماسية وتساعدها في تحقيق أهداف السياسة الخارجية للدول، واستعملت الدبلوماسية الشعبية خلال الحربين العالميتين الأولى والثانية وكذلك في مدة الحرب الباردة كوسيلة لتحقيق الأهداف وأهملت تماماً بعد نهاية الحرب الباردة وأطلق عليها خلال تلك المدة بالدبلوماسية الشعبية لتقليدية، وبعد عقد من إنتهاء الحرب الباردة ومع التطور الهائل في حقلي المعلومات والاتصالات برزت أفكار من مفكرين ومراكز بحوث دعت لإعادة العمل بدبلوماسية شعبية جديدة لغرض التأثير على الشعوب الأجنبية وتحريكها بطريقة تحقق من خلالها الدول أهدافها في مجالات متعددة، مما يقتضي الوقوف خلال البحث على مفاهيم الدبلوماسية، والدبلوماسية الشعبية التقليدية، والدبلوماسية الشعبية الجديدة، مع الوقوف على المفاهيم المقاربة لمفهوم الدبلوماسية الشعبية الجديدة أو له علاقة بها من حيث التشابه والاختلاف .

المقدمة :

إن التطورات والمتغيرات الحاصلة في البيئة الدولية وفي مختلف المجالات تنعكس بأثارها على طبيعة العلاقات الدولية وتفتح مجالات جديدة لوسائل تنظم تلك العلاقات بما يحقق مصالح الدول، وكانت الدبلوماسية (الرسمية) التي تنظم العلاقة بين الحكومات واحدة من تلك الوسائل التي بينت حاجتها إلى دبلوماسية شعبية تخاطب من خلالها الحكومات شعوب الدول الأجنبية، وتصبح مهامها مكملة لعمل الدبلوماسية وتساعدها في تحقيق أهداف السياسة الخارجية للدول، واستعملت الدبلوماسية الشعبية خلال الحربين العالميتين الأولى والثانية وكذلك في مدة الحرب الباردة كوسيلة لتحقيق الأهداف وأهملت تماماً بعد نهاية الحرب الباردة وأطلق عليها خلال تلك المدة بالدبلوماسية الشعبية لتقليدية، وبعد عقد من إنتهاء الحرب الباردة ومع التطور الهائل في حقلي المعلومات والاتصالات برزت أفكار من مفكرين ومراكز بحوث دعت لإعادة العمل بدبلوماسية شعبية جديدة لغرض التأثير على الشعوب الأجنبية وتحريكها بطريقة تحقق من خلالها الدول أهدافها في مجالات متعددة، مما يقتضي الوقوف خلال البحث على مفاهيم الدبلوماسية، والدبلوماسية الشعبية التقليدية، والدبلوماسية الشعبية الجديدة، مع الوقوف على المفاهيم المقاربة لمفهوم الدبلوماسية الشعبية الجديدة أو له علاقة بها من حيث التشابه والاختلاف .

إشكالية البحث :استعمل العديد من الباحثين والمهتمين مفهوم الدبلوماسية الشعبية بشكل خاطئ أو على الأقل لم يتم التوصل إلى أبعادها الحقيقية، وفي كثير من الأحيان أستعمل مفهوم الدبلوماسية الشعبية بشكل متداخل مع مفاهيم أخرى والتي أعتقد أنها تعطي المعنى نفسه أو تعطي مفهوماً واحداً مما يتطلب طرح العديد

من التساؤلات نحاول الأجابة عليها وتوضيح الصورة المشوشة من خلال البحث وكما يلي :

1. ما هو مفهوم الدبلوماسية الشعبية الجديدة، وما هي مراحل تطوره التأريخي؟
2. ما هي المفاهيم المقاربة للدبلوماسية الشعبية الجديدة والتي تستعمل بشكل متداخل ؟

فرضية البحث :

الدبلوماسية الشعبية مفهوم قديم إلا أنه طرح بشكل جديد فرضته الظروف والمتغيرات الدولية مما خلق نوعاً من التداخل مع مفاهيم أخرى رغم أن مفهوم الدبلوماسية الشعبية يتقدم عليها من حيث الأهمية والتأثير لاسيما بعد أن إستعملتها بعض الدول الكبرى ومنها الولايات المتحدة الأمريكية لتحقيق أهداف في سياستها الخارجية لم تستطيع الوسائل الأخرى من تحقيقها.

منهجية البحث :

إقتضى إثبات الفرضية إلى إعتماد العديد من مناهج البحث، فالمنهج التأريخي كان لابد منه للوقوف على نقط التحول والتطور في الدبلوماسية الشعبية من التقليدية إلى الجديدة، وكذلك إعتماد المنهج المقارن في بيان أوجه الإختلاف والتشابه في العديد من المسائل التي تناولها البحث، فضلاً عن المنهج الأساس الذي تم إعتماده وهو منهج الوصفي التحليلي الذي يركز في دراسة الظاهرة موضوعة البحث وتشخيص وتتبع عناصرها الأساسية ووصفها وتحديد سماتها وخصائصها، وكانت المناهج المستعملة مكملة لبعضها في محاولة إثبات الفرضية.

هيكلية البحث :

تماشياً مع ما طبيعة ما تضمنه البحث تم تقسيمه إلى مطلبين، تضمن المطلب الأول الدبلوماسية والدبلوماسية الشعبية الجديدة إختلاف المفاهيم وتطورهما التأريخي، بينما تضمن المطلب الثاني المفاهيم المقاربة للدبلوماسية الشعبية الجديدة.

المطلب الأول

الدبلوماسية والدبلوماسية الشعبية الجديدة إختلاف المفاهيم وتطورهما التأريخي

رغم أن الدبلوماسية والدبلوماسية الشعبية بمفهومهما العام تهدفان في النهاية إلى تحقيق أهداف تصب في المصلحة القومية للدول سواء أكان على مستوى العلاقات الثنائية أم السياسة الدولية، إلا أن واقع الحال يؤكد وجود إختلاف واضح في المفاهيم والفاعلين والمهام لكل منهما، مما يتطلب تناول ذلك بشكل مفصل لإزالة سوء الفهم أو الخلط بينهما، لاسيما أن بعض الباحثين والمختصين مازالوا يعدون الدبلوماسية الشعبية بشكلها العام هي واحدة من أوجه الدبلوماسية وليست شيئاً منفصلاً عنها، بل أن بعضهم لا يعترف أساساً بوجود وأهمية الدبلوماسية الشعبية في تحقيق أهداف السياسة الخارجية على مستوى العلاقات الثنائية أو على مستوى السياسة الدولية. ويرجع مصطلح الدبلوماسية (diplomacy) إلى كلمة دبلوما (diploma) التي تعني باللغة الإغريقية الوثيقة التي يصدرها أصحاب السلطة، فيما إستعمل الرومان المصطلح للإشارة إلى الوثيقة المطوية بشكل خاص والتي تعطي حاملها بعض الامتيازات، مثل جوازات المرور أو خطاب الاعتماد[1].

ومن الناحية التأريخية فإن الدبلوماسية قديمة وتقترن مع وجود الشعوب والمجتمعات ذاتها، ومنذ المراحل الفطرية لبداية التجمعات البشرية ظهرت مجموعة من المصالح المتبادلة والمعقدة والتي تطلبت قيام إتصال وتعاون بين المجتمعات المختلفة، وكذلك الحاجة إلى تنظيم العلاقة بينها وحل المشكلات في حالة وقوعها[2] .

ومرت الدبلوماسية من الناحية التاريخية بثلاثة مراحل، الأولى سميت بالدبلوماسية القديمة والتي بدأت بالظهور منذ عصور سحيقة، ومورست بشكل فعلي في الحضارات القديمة مثل، وادي النيل، ووادي الرافدين، والهند القديمة، وبلاد فارس، ومن بعدها، اليونانية، والرومانية، والبيزنطينية، والإسلامية، أما المرحلة الثانية فقد سميت بالدبلوماسية الحديثة والتي بدأت منذ القرن الخامس عشر وصولاً إلى الحرب العالمية الأولى، وكانت تمارس الدبلوماسية التقليدية في المرحلتين الأولى والثانية على مستوى عالٍ بين ممثلي حكومات الدول المختلفة، وخلف أبواب مغلقة، لذلك تميزت بالسرية التامة والثنائية وما يخرج منها إلى العلن شيء محدود جداً [3].

أما المرحلة الثالثة والتي أطلق عليها بالدبلوماسية المعاصرة تميزت بالعلنية والإنفتاح بشكل أكبر من المرحلتين السابقتين، وظهرت خلالها ما يسمى بدبلوماسية المؤتمرات والمنظمات الدولية كواحدة من أشكال الدبلوماسية المعاصرة إستجابة للتطورات الحاصلة في تلك المرحلة، فضلاً عن مطالبة الرئيس الأمريكي الأسبق (وودر ويلسون) بعد الحرب العالمية الثانية خلال طرحهِ للنقط الأربع عشر في عام 1918 الأخذ بالدبلوماسية

---

[1]. محمد المجذوب، " القانوني الدولي العام "، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، الطبعة السادسة، 2007، ص 68.

[2]. عبدالعزيز محمد سرحان، " قانون العلاقات الدبلوماسية والقنصلية "، جامعة عين شمس، القاهرة، 1985، ص10.

[3]. The exford Dictionary of English etrnoloy , London , Oxford University ,press, 1966, p35.

العلنية (open diplomacy) بين الدول[1].

وتعددت تعريفات الدبلوماسية إذ استعملت بمعانٍ مختلفة مما إنعكس على صعوبة حصرها في تعريف محدد، لذلك سنتداول نماذج مختصرة من هذه التعاريف ولمدارس مختلفة، إذ يشير تعريف قاموس أكسفورد الذي تبناه الكاتب والدبلوماسي البريطاني (هارولد نيكلسون) على أنها " **علم إدارة ورعاية العلاقات الدولية عن طريق المفاوضات، والأسلوب الذي يستخدمه السفراء والمبعوثون لإدارة وتسوية هذه العلاقات** " [2]. فيما قدم كاظم هاشم النعمة تعريفاً نقلاً عن (بانيكار) للدبلوماسية بأنها " **فن تقديم مصالح الدولة على مصالح الآخرين، وهي لا تصنع السياسة الخارجية، بل هي أداة تستخدم في تنفيذ السياسة الخارجية** " [3].

كما عرفها (بطرس غالي) الأمين العام الأسبق للأمم المتحدة ضمن تقريره المقدم إلى المنظمة الدولية في عام 1992 " **أنها العمل الرامي إلى منع نشوء المنازعات بين الأطراف ومنع تصاعد المنازعات القائمة وتحويلها إلى صراعات ووقف هذه الصراعات عند وقوعها** " [4]، في حين عرفها (فاضل زكي محمد) " **بأنها علم وفن تنظيم العلاقات الدولية التي يمارسها المبعوثون والممثلون الدبلوماسيون من خلال المفاوضات** " [5]. ويعد تعريف بطرس غالي الأكثر واقعية من باقي التعاريف كونه يعبر عن تجسيد لخبرته الأكاديمية والمهنية الطويلة لاسيما وأنه عمل كوزير للخارجية لسنوات طويلة ومن ثم أميناً عاماً للأمم المتحدة فضلاً عن خبرته العلمية والأكاديمية.

وإذا ما إنتقلنا بدائرة العناية نحو مصطلح الدبلوماسية الشعبية التقليدية يتبين مرورهِ كذلك بثلاث مراحل، إذ إستعملته في المرحلة الأولى بعض الدول بشكل فعلي ومنتظم قبل الإشارة إلى المصطلح أو تسميته، وفي المرحلة الثانية ظهر المصطلح وتم العمل بموجب تسميته، وفي المرحلة الثالثة وضع تعريفاً للمصطلح في مدة لاحقة من إستخدامه، وهو يقع اليوم في محل نقاش أكاديمي وبحثي يتقدم المواضيع السياسية المطروحة في الجامعات والمعاهد في مختلف دول العالم، وأصبحت تستخدمه وزارات الخارجية في الدول المختلفة كواحدة من أدوات فن الحكم، كما أصبح هدف التأثير في الرأي العام الأجنبي والعالمي واحداً من الواجبات الأساسية

---

[1]. عبدالعزيز محمد سرحان، مصدر سبق ذكره، ص 23.

[2]. نقلاً عن : هارولد نيكلسون، " الدبلوماسية "، ترجمة محمد مختار الزقزوقي، مكتبة الانجلو المصرية، القاهرة، 1957، ص 4-5 .

[3]. كاظم هاشم النعمة، " العلاقات الدولية "، دار الكتب للطباعة والنشر، الموصل، 1972، ص 266.

[4]. بطرس غالي، " الأمم المتحدة – الدبلوماسية الوقائية وصنع وحفظ السلم "، السياسة الدولية، القاهرة، السنة 28، العدد 110، 1992، ص59.

[5]. فاضل زكي محمد، " الدبلوماسية بين النظرية والتطبيق "، مطبعة شفيق، بغداد، ط3، 1973، ص27.

للدبلوماسيين التي يكلفون بها من قبل حكومات بلدانهم [1].

وتعني الدبلوماسية الشعبية بشكلها العام الإتصالات التي تقوم بها الحكومات مع الشعوب الأجنبية للدول الأخرى، وتمحور هدف الدبلوماسية الشعبية التقليدية في تحسين صورة الدولة والدعاية لها عبر أنشطة معينة، وهي ليست ظاهرة جديدة في العلاقات الدولية بل قديمة قدم وجود الإنسانية، وقد واكبت الدبلوماسية التقليدية من حيث قدم الظهور، وعلى سبيل المثال ظلت تمارس منذ عهد الأمراء في العصور القديمة، مروراً بالإغريق وصولاً إلى (نابليون بونوبارت) في مدة غزوه لمصر، ثم الأتراك بعد تفكك الدولة العثمانية، إذ حاول (مصطفى أتاتورك) من خلالها إعطاء هوية جديدة لتركيا، في حين تستعملها مختلف دول العالم في العصر الراهن لتحقيق غايات مختلفة[2].

كما أستخدم مفهوم الدبلوماسية الشعبية التقليدية بديلاً عن مصطلح الدعاية (Propaganda) بعد أن وجد الخبراء والمعنيين أن مصطلح الدعاية أصبح له دلالات سلبية من خلال تجربة الحربين العالميتين الأولى والثانية، وكذلك إقتران المصطلح في ذاكرة الشعوب مع أنظمة شمولية حكمت العديد من دول العالم وقادها أشخاص أمثال (ستالين، وهتلر)، فضلاً عن إرتباط الدعاية على المستوى الشعبي بصفات سلبية، مثل الكذب والخداع، وهو ما لا ينسجم مع الأسس الأخلاقية التي تدعيها النظم الديمقراطية التي تشترك بشكل من الأشكال بمسألة الإتصال الدولي[3].

فضلاً عن ما تقدم فإن إستعمال مصطلح الدبلوماسية الشعبية للمرة الأولى كان في عام 1956 من قبل (أدمون غيلون) عميد كلية فيشر للقانون والدبلوماسية في جامعة تافتس (القريبة من ولاية بوسطن الأمريكية)،عندما قدمها على أنها " **دور الصحافة ووسائل الإعلام الأخرى في العلاقات الدولية، وهي تنمية لبذور الرأي العام، وتفاعل المجاميع الخاصة والمنظمات غير الحكومية واهتماماتها في بلد ما مع نظيراتها في بلد آخر، وتأثير تلك العمليات على تشكيل السياسة وإدارة العلاقات الدولية** " [4].

أما (هانس توتش) الموظف السابق في العلاقات العامة الأمريكية فقد عرفها بكونها " **عملية حكومية تهدف**

---

(1). Bruce Gregory ," Public Diplomacy and Governance Challenges For Scholar and practitioners ", In " Global Governance and Diplomacy Worlds Apart?", Palgrave Macmillan, NEW York , 2008 , P 241.

(2). Jan Melissen ," Wielding Soft Power ,The New Public Diplomacy " , Netherlands Institute Of International Relation , CLINGENDAEL , 2005 , P2.

(3). فيليب تايلور، " الدبلوماسية العامة والسياسة الخارجية "، مجلة الدبلوماسي، الرياض، العدد 52، أكتوبر، 2010، ص37.

(4). Hans N.Tuch." Communacation With the World ". New York, ST. Martin's Press. 1990. P8.

إلى التواصل مع الشعوب الأجنبية في محاولة منها لتوصيل وفهم قيم هذه الحكومة وأفكارها وأعراقها وعاداتها وثقافتها إضافة إلى أهدافها الوطنية والسياسة الراهنة التي تنتهجها " [1] بينما عرفها (نيك كول) بأنها " **محاولة من قبل حكومة واحدة لإدارة العلاقات الدولية عن طريق، الدعوة، والاتصال، وتبادل العمل الثقافي الموجه نحو المجال العام لدولة أجنبية** " [2].

وأخيراً وليس أخراً قدمت وكالة المعلومات الدولية الأمريكية USIA)المفهوم الأمريكي الرسمي للدبلوماسية الشعبية على أنها "**النشاط الذي يضم كل الفعاليات التي تهدف إلى تعزيز المصلحة الوطنية والأمن القومي الأمريكي من خلال التوعية والإعلام والتأثير بالشعوب الأجنبية بواسطة الحوارات الواسعة بين المواطن والمؤسسات الأمريكية ونظرائهم في الخارج** " [3]، ويلاحظ أن وكالة (USIA) تبنت مصطلح الدبلوماسية الشعبية وأخذت تتداوله في معاملاتها بشكل واسع، إذ وجدت في التسمية فائدة كبيرة لها وفي مقدمتها الحصول على مساعدة الحكومة الأمريكية فيما يخص جانب المعلومات، والثقافة، والأنشطة الإذاعية الدولية، والأهم من كل ذلك تجنب التصاق كلمة الدعاية ودلالاتها بعمل الوكالة [4].

المطلب الثاني

مفهوم الدبلوماسية الشعبية الجديدة والمفاهيم المرتبطة والمختلفة

إن التطورات الجديدة والهائلة منذ نهاية القرن العشرين في مجالي المعلوماتية والاتصالاتية وتزايد دور الفاعلين من غير الدول، فضلاً عن الأحداث المهمة في الساحة الدولية أدت إلى إعادة التفكير بوجود حاجة أساسية للإعتماد على دبلوماسية شعبية جديدة تختلف في مضامينها وتصوراتها عن الدبلوماسية الشعبية التقليدية التي أعتمدت بشكل أساس في مدة الحرب الباردة، مما يتطلب محاولة التفريق بين الدبلوماسية الشعبية التقليدية والجديدة، والوقوف على طبيعة التحول في مفهومها ومهامهما، والفاعلين الرئيسين فيهما، وكذلك محاولة البحث بالمفاهيم المقاربة للدبلوماسية الشعبية الجديدة.

---

(1). Ibid , p 7

(2). Giles Scot Smith." US Public Diplomacy and the New American Stuudies": No Logo, Roosevelt Center , Middelburg , Nether Land , 2006 , p2.

(3).See: United States information Agency Alummi association " What is public diplomacy" ? Published Research on The International Informational Network Internet on The Following Link : http:// www.public diplomacy. org. 501. 2005.

(4). Andrew F. Cooper (ed) ،" Global Governance And Diplomacy Worlds Apart? " , Palgrave Macmillan , New York , 2008 , p 242.

ومن الطبيعي القول: إنه لايوجد تعريف جامع ومانع لمفهوم الدبلوماسية الشعبية الجديدة أسوة بأغلب المفاهيم في العلوم الإنسانية، إنما كانت هناك مجموعة من الإجتهادات التي قدمها بعض الأكاديميين والمعنيين من السياسيين وغيرهم، وكذلك تضمنتها مجموعة من تقارير الهيئات الحكومية في دول مختلفة [1]، مع ملاحظة وجود محاولات كثيرة من الباحثين والمختصين في إعطاء تعريف محدد للدبلوماسية الشعبية الجديدة كمفهوم ترافق بشكل دائم في التركيز على توضيح طبيعة المتغيرات والتطورات التي إستوجبت إعادة إستعمالها وتوظيفها من الدول بشكل جديد بعد عقد تقريباً من إنتهاء الحرب الباردة، ومن تعريفات الدبلوماسية الشعبية الجديدة ما تضمنه تعريف (نانسي سنو) والتي أشارت فيه بأنها " **عملية التأثير المباشر وغير المباشر التي تقوم بها كل من الحكومات والجماعات والأفراد في دولة ما على المواقف والآراء العامة في دولة أخرى التي تنعكس بشكل مباشر على قرارات السياسة الخارجية** ". [2]

ومن التعاريف الأخرى للدبلوماسية الشعبية الجديدة " **بأنها أداة تستخدمها الدول، والجمعيات من الدول وبعض الجهات الفاعلة دون الدولة، ومن غير الدول، لفهم الثقافات والمواقف والسلوك ؛ لبناء وإدارة علاقات؛ وذلك للتأثير على الأفكار وتعبئة الإجراءات الرامية إلى النهوض بمصالحها وقيمها** " [3].

أما اللجنة الإستشارية الأمريكية للدبلوماسية الشعبية فقد عرفتها بأنها " **الترويج للمصالح الوطنية عن طريق إعلام وإخبار المواطن إلى جانب جذبهم والتأثير عليهم** " [4]. في حين عرفها المركز الأمريكي للدبلوماسية الشعبية (un Public Diplomacy Center) بأنها "**الطرق التي تستخدمها الدول أو المنظمات الدولية كالأمم المتحدة للإتصال بالمواطن في المجتمعات الآخرى**" [5].

كما عرفها الدبلوماسي الأمريكي (جيمس كلاسمان) بأنها " **محاولة شرح وأخبار والتعامل والتأثير عل الجمهور العالمي الغير حكومي (المستقل) بهدف الحصول على الأهداف الخاصة بالسياسة الخارجية**

---

[1]. معتز بالله عبدالفتاح وآخرون، " خطاب الدبلوماسية الشعبية الأمريكية تجاه الشرق الأوسط "، التحليل والفعالية، ورقة بحثية مقدمة إلى ندوة الدبلوماسية العامة تجاه العالم العربي المقامة في 8/ مايو / 2006 في كلية الإقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة، ص 5.

[2]. Nancy Snow and Philip M. Taylor ," Routledge Handbook of Public Diplomacy, Routledge " , New York, 2009 ,p9.

[3].James Pamment ," New Puplic Diplomacy in The 21st Century ", Rouledge, London, 2013, P.2.

[4]. معتز بالله عبدالفتاح وآخرون، مصدر سبق ذكره، ص5.

[5]. نقلاً عن موقع المركز الأمريكي للدبلوماسية الشعبية على الشبكة العنكبوتية العالمية وعلى الرابط : www USC. PD. Org

للدول"[1].في حين قدم المجلس البريطاني المختص بشؤون الدبلوماسية الشعبية تعريفاً لها مبيناً فيه " **أنها العمل الذي يهدف إلى إطلاع وإشراك الأفراد والمنظمات في الخارج من اجل تحسين التفاهم وتعزيز نفوذ الدول بطريقة تتفق مع الأهداف الحكومية المتوسطة والطويلة الأجل** " [2].

ويعرفها الباحث " **أنها عملية التواصل والتأثير في شعوب الدول الأخرى بإستخدام أدوات ووسائل توظفها الدول الفاعلة لتحقيق أهداف تخدم مصالحها الستراتيجية وسياستها الخارجية** ".

إن إدراك تغييرات وتحولات المجتمع العالمي دفع بدارسي الدبلوماسية وممارسيها إلى تطبيق دبلوماسية شعبية جديدة تلبي متطلبات المرحلة الجديدة من العولمة، والثورة التكنولوجية لاسيما في مجال الإتصال والإعلام إذ تكون سيطرة الدولة أقل على مجالات السياسة التقليدية في حين برزت جهات فاعلة من غير الدول أصبحت أقوى تأثيراً في الشؤون الدولية من الجهات التقليدية الأخرى [3]. ولكون الدبلوماسية الشعبية الجديدة تعد مفهوماً جديداً في عصر شهد تحولات كبيرة ومتنوعة وفيض من المفردات والمصطلحات الجديدة والمتقاربة والمتناقضة أدى إلى ظهور نوع من الإلتباس في فهم الدبلوماسية الشعبية الجديدة ومفهومها والوقوع في خطأ مطابقتها مع مصطلحات أخرى قريبة أو لها صلة وحتى أحياناً بعيدة وهذا الأمر يستوجب توضيح طبيعة تلك العلاقة.

وهناك ثلاثة مفاهيم تستحق العناية والمناقشة لعلاقتها بالدبلوماسية الشعبية الجديدة، وهي الدعاية، والعلامة التجارية الوطنية، والدبلوماسية الثقافية، إذ تشترك الدبلوماسية الشعبية الجديدة مع الدعاية، والعلامات التجارية الوطنية، في نقل الأفكار والمعلومات إلى الجمهور الأجنبي بغية تغيير مواقفهم تجاه البلد الأصلي أو تعزيز المعتقدات القائمة، في حين لا تشير الدعاية والعلامات التجارية الوطنية إلى مفهوم الدبلوماسية الشعبية الجديدة على الإطلاق، كما أنهما لا تعرضان التواصل مع الشعوب الأجنبية في سياق التغييرات في الدبلوماسية المعاصرة [4].

1. الدعاية (Propaganda)

عرفت الدعاية بأنها " **محاولة منظمة للتأثير على عقول وعواطف وتصرفات جماعة معينة تحقيقاً لهدف**

---

(1). James K. Glassman and Dan Glickman ," Strategic Public Diplomacy , The Cace Of Egypt " , Bipartisan Policy Center , 2011, p8.

(2). Nicholas J. Cull , Public Diplomacy: Lessons from the Past , op.cit. p16.

(3). Kathy R. Fitzpatrick U.S , Public Diplomacy in apost –9/11 World , Figueroa press , Loss Angless , 2012 , p9.

(4). Jan Melissen , " Beyond the new public Diplomacy" , NetherLand , Institute , International Relations , Cllngendael , 2011 , p16.

معين، وهو نشاط يوجه إلى شعوب الدول الأخرى وليس إلى حكوماتها، وتحكمه إعتبارات المصلحة الوطنية للجهة القائمة بالدعاية "[1]، وفي تعريف أخر لدائرة المعارف الدولية للعلوم الاجتماعية إن الدعاية هي " **عملية التأثير المتعمد على أفكار وسلوك أناس آخرين، فيما يتعلق بالقيم، والمعتقدات، والسلوك عن طريق الرموز والكلمات والإشارات والصور والموسيقى** " [2].

والدعاية بشكل عام عملية كسب الغير إلى صفك ومبادئك على حساب خصومك، وتشمل تحت مظلتها أسلوب التأثير الانفعالي والحرب النفسية والترهيب والتخويف، وهي عملية إقناع وهدفها توليد تصرفات لدى جماعة معينة أو إلى الأشخاص الذين تتوجه إليهم، وتقوم وسيلة الدعاية بتعديل الإدراك والأحكام القيمية ومن بعدها تعديل التصرفات للمجموعة، وقد لا يكون هدف الدعاية توليد تصرفات للمجموعة بل دفعها إلى تقبل كل الأفعال التي تقوم بها الجهة القائمة بالدعاية [3].

ويبدو أن للدبلوماسية الشعبية الجديدة والدعاية جذور وخصائص مشتركة، ومن جانب الإتصالات تعد الدعاية والدبلوماسية الشعبية الجديدة أداتا إقناع تستعملهما الحكومات للتأثير في الجمهور الأجنبي. وعليه فإن المعنيين والمتخصصين بالدعاية ينظرون إلى الدبلوماسية الشعبية الجديدة بأنها واحدة من ثمرات الدعاية، لذلك نجد بعض تعريفات الدعاية يصعب تمييزها عن تعريفات الدبلوماسية الشعبية الجديدة، كتعريف (دايفيد لوش) لها " **بأنها محاولة متعمدة للتأثير على أراء الجمهور عن طريق انتقال الأفكار والقيم لغرض محدد والمصمم بوعي لخدمة مصلحة الدعاية وأغراضها السياسية بطريقة مباشرة أو غير مباشرة** " [4].

ولكن بالرغم من إشارات التقارب بينهما إلا أنه يمكن التمييز الفني بين الدبلوماسية الشعبية الجديدة والدعاية من خلال درجة الشفافية والرقابة، فالدعاية تصمم بمهارة كبيرة ويمكن التلاعب بها بشكل متعمد لغرض تحقيق أهدافها، لذلك يتم إخفاء بعض جوانبها عن الجمهور الموجهة له والذي يكون مضطراً لقبول الرسالة التي يتلقاها من الجهة المصممة للدعاية، إلا أن الدبلوماسية الشعبية الجديدة بحكم تعريفها وتطبيقاتها العملية تكون أكثر إنفتاحاً ووضوحاً والجمهور الموجهة له يكون حر في قبول أو رفض رسالة الإتصال.[5]

---

[1]. جوزيف فرانكل، " العلاقات الدولية "، ترجمة غازي عبدالرحمن القصيبي، مطبوعات الشعبية، جدة، 1984، ط2، ص 123.

[2]. احمد تهامي سلطان، " الخديعة الكبرى "، مكتبة بن سينا للنشر والتوزيع، القاهرة، 1991، ص7.

[3]. دورندان، غي، " الدعاية والدعاية السياسية"، ترجمة رالف رزق الله، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، 2002، ص10.

[4]. Jan Melissen , Beyond the New Public Diplomacy, op. cit. p 17.

[5]. R. S. Zaharna , op.cit.p78.

كما تختلف الدبلوماسية الشعبية الجديدة عن الدعاية كذلك من خلال الوسائل المستعملة لتحقيق أهداف كل منها، إذ تستخدم الدعاية الفعالة وسائل الخداع والكذب والإشاعات والتخويف والمعلومات الجزئية وكذلك أسلوب الضغط لتغيير المواقف، في حين تستعمل الدبلوماسية الشعبية الجديدة وسائل تستند إلى جعل الأخرين يقتنعون بالقيم والأفكار والمثل وهي حقائق ثابتة تعتمد على المصداقية والعرض الواقعي للسياسة الخارجية للدولة وانجازاتها أمام الشعوب الأخرى من خلال تقديم الأفكار والمناقشة العقلانية [1].

ومن الإختلافات الأخرى فإن الدعاية على وجه التحديد تعد واحدة من أدوات الإقناع المطلوبة لهزيمة الخصم خلال الحروب، لذلك فإن الستراتيجية العسكرية التي تضعها الدول تتطلب السرية والتمويه من أجل الحفاظ على الروح المعنوية للمقاتلين، وفي المقابل تحاول الدعاية التأثير على الروح المعنوية للخصم، وهو ما يجعلها قاعدة إستراتيجية في حرب المعلومات، أما فيما يتعلق بالدبلوماسية الشعبية الجديدة فهي الأداة المفضلة للإتصال السياسي وكسب ثقة ودعم المدنيين وهي بذلك لاتتطلب برامجها السرية في عملها، وهذا لاينفي عنها وجود أهداف خاصة بها لايدركها الجمهور الآجنبي وتعمل الدول على تحقيقها من خلال تحقيق أهدافها المعلنة أو العمل بموازاتها، بمعنى أن تحقيق الأهداف المعلنة قد يمهد لتحقيق الأهداف الأخرى غير المعلنة والتي تقتضيها المصلحة العامة للدول [2].

فضلاً عن أن الأهداف السياسية التي تحققها الدعاية تكون نتائجها محدودة وتلبي حاجات معينة كإقناع ناخبين للتصويت لشخص ما في الإنتخابات، بينما الدبلوماسية الشعبية الجديدة تهدف إلى تحقيق أهداف واسعة في السياسة الخارجية تتعلق بالمصالح القومية للدولة، لذلك فالدبلوماسية الشعبية الجديدة تعمل في الإطار الاستراتيجي للدولة وهي مستمرة ولا تتوقف عند مرحلة معينة، في حين أن الدعاية لا تبرز إلى الوجود إلا في حالة وجود أزمة معينة تقتضي الحل وحاجات تتطلب الإشباع، لذلك فهي تقترن لمدة تحقيق الهدف [3].

2. العلامة التجارية الوطنية (branding Nation)

يترتب على الدول في عالمنا المعاصر أن تكون لها علامتها التجارية الخاصة بها والتي يمكن من خلالها تميزها عن الدول الأخرى لاسيما الدول التي يمكن أن تتشابه مع بعضها في الكثير من الميزات والصفات القومية أو الدينية وهذا يحصل بشكل واضح في الدول المتقاربة من بعضها جغرافياً كدول شرق أسيا، والدول الأوروبية، ودول الشرق الأوسط، وغيرها [4].

---

[1]. Jan Melissen , Beyond the New Public Diplomacy.op. cit. , p25.

[2].R. S. Zaharna , op.cit.p78.

[3]. غي دورندان، مصدر سبق ذكره، ص79.

[4].Jan Melissen , Wielding Soft Power. op cit.p23

ولذلك يمكن فهم العلامة التجارية الوطنية للدولة على أنها ستراتيجية تقديم الذات لبلد ما مع هدف خلق السمعة الاقتصادية والسياسية والاجتماعية وغيرها من خلال تعزيز الإهتمام به في الداخل والخارج، وقد صيغ مصطلح العلامة التجارية الوطنية للمرة الأولى في عام 1990 من قبل (سيمون أنهولت)، مبيناً أنها تعني " **إستراتيجية التسويق للدول بشكل منفرد، وتهدف إلى خلق وتعزيز السمعة والصورة الذاتية والمميزة للدولة والتي من شأنها خدمة مصالحها، إذ تستطيع من خلالها النفوذ إلى الساحة الدولية** "، كما ويعرفها (غودي ونسن) أنها " **إستخدام أدوات من العلامة التجارية لتغيير السلوك والمواقف والهوية وصورة الأمة، بشكل إيجابي** " [1].

ويؤكد (مايكل بورتر) أن الشخصية الوطنية للأمة تبقى ذات أهمية قصوى حتى في عصر العولمة، ويؤكد كذلك على أهمية الإختلافات في الطابع الوطني للأمم رغم المناقشات العالمية الراهنة والجهود المبذولة لإظهار التجانس العالمي وتقليص دور الأمم، ولكن في حقيقة الآمر أن الاختلافات الوطنية بين الدول تعزز عملية التنافس في العديد من القطاعات والتي تعد من المفاتيح الأساسية في قلب عملية نجاح التنافس الدولي[2].

ومع أن أغلب تعاريف العلامة التجارية الوطنية المعروضة لم تشير صراحة على دور الحكومات في عملية تحقيقها، إلا أن الحكومات تبقى هي المبادرة والمنسقة لتفعيل دور العلامات التجارية الوطنية، كما أن المعنيين بها يدعون إلى المزيد من التدخل الحكومي، في حين أن دور الحكومات في الدبلوماسية الشعبية الجديدة أصبح غير مباشر، وإنحسر دورها بشكل واضح لصالح الجهات الفاعلة الأخرى من غير الدول مثل المنظمات غير الحكومية، ومنظمات المجتمع المدني، والشركات المتعدية القوميات، في محاولة لإظهار نفسها أنها تتحرك بمصداقية وإستقلالية أكثر لتحقيق أهدافها[3].

وتسعى الدبلوماسية الشعبية الجديدة والعلامة التجارية الوطنية في تحقيق هدف مشترك يتمثل بعملية تسويق الثقافة الوطنية إلى خارج البلاد بإستعمال العديد من الممارسات لبناء الأمة وتحسين صورتها وتأثيرها في الدول الأخرى لذلك يعدان من أقوى مفاتيح التسويق الستراتيجي للدول، وأصبحت العلامة التجارية الوطنية تتشبه بالشركات لكسب علامة شخصية خاصة بها تعزز من قيمتها ومكانتها في السوق العالمي، ولترويج صادراتها

---

(1). Pernard. L. senmoten,op , cit, p5 .

(2).Keith Dinnie, " Nation Branding , Concept , Issues, Practice " ,Oxford , Butterworth – Heinemann. 2009 , P18.

(3).Gyorgy Szondi, " Public Diplomacy and Nation branding: Conceptual Similarities and Differences" , Nether Lands , Institute of International Relation , Clingendael,2008 , p12

من جانب وجذب الاحترام والسمعة والمكانة الدولية والنفوذ السياسي لها من الجانب الآخر [1].

ومن علامات الإختلاف الآخرى بينهما إعتماد العلامة التجارية الوطنية على الصور والرموز للترويج لنفسها على عكس الدبلوماسية الشعبية الجديدة التي تعد أكثر دهاءً وتعتمد على السلوك أكثر من إعتمادها على الرمزية، ناهيك عن أنه في ظروف معينة تكون العلامة التجارية الوطنية أكثر خضوعاً للمسائلة والشفافية من الدبلوماسية الشعبية الجديدة، ومع ذلك تعد العلامة التجارية الوطنية أحد أدوات الدبلوماسية الشعبية الجديدة أو يمكن عدها البعد الإقتصادي لها، إذ تستهدف العلامة التجارية الوطنية في طبيعتها جمهوراً أكبر من الجمهور الذي تستهدفه الدبلوماسية الشعبية الجديدة، مع قدرة العلامة التجارية الوطنية في إمكانية زيادة أعداد الجماهير التي يمكن الوصول اليها في الدول الأخرى [2].

وفي الوقت الذي تتطلب العلامة التجارية الوطنية جهوداً شاملة وكبيرة تقتضي حشد قدرات البلاد الإقتصادية والسياسية والإجتماعية جميعها وتساندها فئات الشعب المختلفة الرسمية وغير الرسمية بما فيها منظمات المجتمع المدني، ولا يقتصر الأمر على نخبة أو فئة أو طبقة معينة، لاسيما أن بناء العلامة التجارية الوطنية وتعزيز صورة الدولة في الخارج قد تستغرق عشرات وربما مئات السنين، فإن الدبلوماسية الشعبية الجديدة يتطلب تحقيقها جهوداً وتنسيقاً أقل وعدد محدود من المشاركين في تحقيقها مقتصراً على العاملين أو الممارسين لها [3].

إن الدبلوماسية الشعبية الجديدة تدعم المصالح السياسية للدولة وتوجه فاعليتها نحو الجمهور الأجنبي في الدول الأخرى بالتحديد، في حين تدعم العلامة التجارية الوطنية المصالح الإقتصادية للدولة، وتوجه فاعليتها إلى الجمهور الأجنبي في الدول الأخرى وكذلك إلى الجمهور المحلي في الوقت نفسه، وبذلك فهي غير مدعوة للتأثير في السياسية، في حين الجمهور هدف الدبلوماسية الشعبية الجديدة يمكن أن يؤثر في تشكيل بعض مواقف السياسية [4].

3. الدبلوماسية الثقافية (Culture Diplomacy)

الدبلوماسية الثقافية هي " **محاولة من العناصر الفاعلة في الدول لإدارة البيئة الدولية من خلال جعل الموارد والإنجازات الثقافية معروفة من شعوب الدول الآخرى، أو هي تسهيل عملية نقل الثقافة إلى**

---

(1).Laura Miller , advisor, " Under Standing Nation Pranding Anew nationalism in Germany" Master's Thesis presented to The Faculty of the School of Arts and Sciences , Brandeis University , 2012, p2.

(2). ibid, p12.

(3). Jan Melissen, : Beyond the New Public Diplomacy,op.cit. p19.

(4). ibid ,p20

الخارج"[1]. وقد تبنت العديد من الهيئات والمؤسسات في دول العالم تحقيق مهام الدبلوماسية الثقافية في بلدانها، من بينها (المجلس الثقافي البريطاني)، و(المعهد الثقافي الايطالي)، و(المركز الثقافي الفرنسي)، وإختلفت الدول في طريقة توظيف مؤسسات دبلوماسيتها الثقافية، وعلى سبيل المثال، يفضل المجلس الثقافي البريطاني تقديم نفسه كوكالة للعلاقات الثقافية، رغم أن أدواته الأساسية تقوم على التبادل الثقافي، وهو هدف يندرج ضمن تعاريف الدبلوماسية الثقافية. في حين أن الدبلوماسية الثقافية الفرنسية تمثلت في فتح شبكة دولية من المراكز الفرنسية في العديد من دول العالم، وكان من بين أهدافها الأساسية الحفاظ على اللغة الفرنسية لان مكانتها الدولية وتأثيرها يرتبط إلى حد كبير بالحفاظ على منظومة البلدان الناطقة بالفرنسية وإدامة العلاقة معها[2].

ورغم أن الثقافة عموماً هي جزء لا يتجزأ من التواصل الأيجابي بين الأمم والشعوب الأجنبية، كما أن التنوع الثقافي هو السمة المميزة لعصر الإتصالات العالمية، إلا أن بعض الإفتراضات التي قدمت مسألة الصراع الثقافي كونها هي المصدر الأساس للصراع في البيئة الدولية الجديدة، وهو ماجاء بطروحات (صامؤيل هنتنجتون)، لذلك فإن الدبلوماسية الثقافية يمكنها أن تلعب دوراً محورياً في إدامة التواصل بين الثقافات والوصول إلى قواسم مشتركة تجمع الشعوب لمحاولة الإستفادة من ذلك دون إصدار أحكام تستند الى تأويلات غير واقعية تقوم على تبرير الهيمنة على الشعوب من خلال التركيز على إختلاف الثقافات[3].

لذلك فإن الدبلوماسية الثقافية تكفلت في مهامها البحث عن المشتركات بين الأمم والشعوب، وعدته القاعدة الأساسية لإجراء الحوارات والتفاهمات مما يسهم بشكل كبير على تحسين العلاقات الثنائية والدولية والعمل على تنمية الديمقراطية في بعضها لاسيما أن التقدم العلمي والتكنولوجي قلص المساحات والمسافات بين الأمم بشكل كبير رغم وجود تعدد في الرؤى بين الدول والمنظمات حول مفهوم الثقافة وطبيعة العلاقات الثقافية وأهدافها[4].

وقد أعطى الدبلوماسي والكاتب الأمريكي (جورج كينان) أهمية كبيرة للدبلوماسية والإتصالات الثقافية بشكل عام كوسيلة لمكافحة الإنطباعات السلبية عن الدول والتي تشكل جزءاً كبيراً من الرأي العام فيها، لذلك دعى إلى الإستغناء عن إستخدام كل الوسائل الأخرى ومنها الدعاية والإعتماد على الدبلوماسية الثقافية للحصول

---

(1). Nicholas J. Cull, " Public Diplomacy : Lessons from the Past " , op. cit , p 9.

(2). ibid , p10.

(3) . R. S. Zaharna , op. cit. p115.

(4). Anne Bukle , The New Diplomacy , Devising a Relational Model of Public Diplomacy, Pursuit. The Journal of under gratduta , univesility of Tennesses ,Knoxville , 2012 , p10.

على النتائج التي تعمل الدول على تحقيقها[1].

ومع أن بعض المعنيين يرون أن الدبلوماسية الثقافية هي نوع من أنواع الدعاية، إلا أن الثقافة عموماً تستخدم لغرض الإقناع والتأثير وحمل الآخرين على الفهم الأكثر تحرراً وهي بذلك تختلف عن الدعاية التي لاتؤمن بهذا الأسلوب، كما أن الدبلوماسية الثقافية تحتضن مجموعة متنوعة وواسعة من التفاعلات الثقافية بين مختلف البلدان والشعوب وتقوم على التوعية وبناء العلاقات وكذلك إلى زيادة متبادلة في التفاهم مع مرور الوقت. وغالباً ما تشير أغلب الدراسات في هذا المجال إلى أن فرنسا هي أول دولة إستخدمت الدبلوماسية الثقافية كواحدة من أدوات سياستها الخارجية[2].

ومن الجدير بالذكر أن مصطلحي الدبلوماسية الشعبية الجديدة والدبلوماسية الثقافية هما جديدان نسبياً، وفي أحيان كثيرة يستخدمان أحدهما مكان الآخر بالتبادل، بمعنى أنهما يعنيان شيء واحد في نظر البعض، فالدبلوماسية الثقافية من الناحية العملية والمفاهيمية تعد مجموعة فرعية من الدبلوماسية الشعبية التقليدية، ومع ذلك فإن الدبلوماسية الثقافية التي هي جزء من عمل الدبلوماسية الشعبية التقليدية تتشابه مع الدبلوماسية الشعبية الجديدة بتواصلهما بشكل متزايد في عملية الإتصال مع الجماهير الأجنبية في الدول الأخرى، بدلاً من بيع الرسائل التي تتضمنها أعمال الدعاية والعلامة التجارية الوطنية [3] .

غير أن العلاقات الثقافية التي تقوم على التبادلية والعلاقات المستقرة بين الدول على المدى الطويل وليست حملات تحركها السياسات على المدى القصير والتي تعمل على كسب العقول والقلوب وبناء الثقة التي تقوم به الدبلوماسية الشعبية والجديدة بالذات [4].

ولهذا من الضروري إبقاء التمييز بشكل واضح بين الدبلوماسية الشعبية الجديدة والدبلوماسية الثقافية، ومع أن إستخدام الدبلوماسية الشعبية الجديدة والدعاية قد تقوض من شرعية ومصداقية برامج التعليم والثقافة في الخارج التي تديرها وزارة الخارجية.

---

[1]. جوزيف ناي، القوة الناعمة، وسيلة النجاح في السياسة الدولية " ، ترجمة محمد توفيق البجيرمي وعبدالعزيز عبدالرحمن الثنيان، مكتبة العبيكان، الرياض، ط2، 2012، ص 78.

[2]. Anne Buckle , op. cit , p10.

[3]. Jan Melissen, Wielding Soft Power: , op. cit.p25.

[4] حيدر أحمد القطبي، الدبلوماسية الشعبية بين الإعلام والدعاية والحرب النفسية "، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص 34.

الخاتمة :

تسعى الدول لتحقيق غاياتها وأهدافها تبعاً لما تملكه من قدرات وإمكانيات، وتتغير تلك الأهداف لدى إمتلاكها وسائل جديدة أو قد تتغير من حيث سلسلة الأهمية والأولوية، لذلك فإن التطور والتقدم التكنولوجي الهائل في العقد الأول من القرن الحادي والعشرين دفع الدول التي تمتلك تلك القدرات والإمكانات العلمية والتكنولوجية من توظيفها في مجالات مختلفة لخدمة مصالحها، وكان هدف الإتصال المباشر وغير المباشر مع الشعوب الأجنبية واحدة من أهم المجالات التي إستعملتها الدول بهدف التأثير على الشعوب الأجنبية في محاولة لتوجيهها بما يخدم أهدافها، وتسمى عملية الإتصال هذه بالدبلوماسية الشعبية الجديدة تمييزاً لها عن الدبلوماسية الشعبية التقليدية التي توقفت مع إنتهاء الحرب الباردة، إلا أن الدبلوماسية الشعبية الجديدة واجهت بعض الإشكالات نتيجة إستعمالات متداخلة لعدد من المفاهيم التي تعنى جميعها بعملية الإتصال مع الشعوب الأجنبية، إلا أنه في واقع الأمر أن الدبلوماسية الشعبية مختلفة تماماً عن المفاهيم الأخرى وبنواحي عديدة وهي لاتعني شيء واحد كما يدعي بعض المختصين.

Conclusion:

States seek to achieve their goals and objectives based on their capabilities and resources. These goals may change when new means are acquired or may change in terms of priority and importance. Therefore, the tremendous technological advancement in the first decade of the 21st century has prompted countries with scientific and technological capabilities to employ them in various fields to serve their interests. Direct and indirect communication with foreign populations has been one of the most important areas that countries have used to influence foreign populations in an attempt to align them with their own goals. This process is called the new Popular Diplomacy, distinguishing it from traditional Popular Diplomacy that ended with the Cold War. However, the new Popular Diplomacy has faced some challenges due to the overlapping use of several concepts related to the process of communication with foreign populations. In reality, Popular Diplomacy is completely different from other concepts in various aspects, and it does not refer to a single meaning as claimed by some experts.

المصادر

- احمد تهامي سلطان، " الخديعة الكبرى "، مكتبة بن سينا للنشر والتوزيع، القاهرة، 1991
- بطرس غالي، " الأمم المتحدة – الدبلوماسية الوقائية وصنع وحفظ السلم "، السياسة الدولية، القاهرة، السنة 28، العدد 110، 1992
- جوزيف فرانكل، " العلاقات الدولية "، ترجمة غازي عبدالرحمن القصيبي، مطبوعات الشعبية، جدة، 1984، ط2،
- جوزيف ناي، القوة الناعمة، وسيلة النجاح في السياسة الدولية " ، ترجمة محمد توفيق البجيرمي وعبدالعزيز عبدالرحمن الثنيان، مكتبة العبيكان، الرياض، ط2، 2012
- حيدر أحمد القطبي، الدبلوماسية الشعبية بين الإعلام والدعاية والحرب النفسية "، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2013
- دورندان، غي، " الدعاية والدعاية السياسية"، ترجمة رالف رزق الله، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، 2002
- عبدالعزيز محمد سرحان، " قانون العلاقات الدبلوماسية والقنصلية "، جامعة عين شمس، القاهرة، 1985
- فاضل زكي محمد، " الدبلوماسية بين النظرية والتطبيق "، مطبعة شفيق، بغداد، ط3، 1973
- فيليب تايلور، " الدبلوماسية العامة والسياسة الخارجية "، مجلة الدبلوماسي، الرياض، العدد 52، أكتوبر، 2010
- كاظم هاشم النعمة، " العلاقات الدولية "، دار الكتب للطباعة والنشر، الموصل، 1972
- محمد المجذوب، " القانوني الدولي العام "، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، الطبعة السادسة، هارولد نيكلسون، " الدبلوماسية "، ترجمة محمد مختار الزقزوقي، مكتبة الانجلو المصرية، القاهرة، **1957** ، 2007
- معتز بالله عبدالفتاح وآخرون، " خطاب الدبلوماسية العامة تجاه العالم العربي المقامة في 8/ مايو / 2006 في كلية الإقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة الدبلوماسية الشعبية الأمريكية تجاه الشرق الأوسط "، التحليل والفعالية، ورقة بحثية مقدمة إلى ندوة

- Bruce Gregory ," Public Diplomacy and Governance Challenges For Scholar and practitioners ", In " Global Governance and Diplomacy Worlds Apart?", Palgrave Macmillan, NEW York , 2008
- Jan Melissen , " Beyond the new public Diplomacy" , NetherLand , Institute , International Relations , Cllngendael , 2011
- . Hans N.Tuch." Communacation With the World ". New York, ST. Martin's Press. 1990
- Andrew F. Cooper (ed) ،" Global Governance And Diplomacy Worlds Apart? " , Palgrave Macmillan , New York , 2008
- Anne Bukle , The New Diplomacy , Devising a Relational Model of Public Diplomacy, Pursuit. The Journal of under gratduta , univesility of Tennesses ,Knoxville , 2012

- Giles Scot Smith." US Public Diplomacy and the New American Stuudies": No Logo, Roosevelt Center , Middelburg , Nether Land , 2006
- Gyorgy Szondi, " Public Diplomacy and Nation branding: Conceptual Similarities and Differences" , Nether Lands , Institute of International Relation , Clingendael,2008
- James K. Glassman and Dan Glickman ," Strategic Public Diplomacy , The Cace Of Egypt " , Bipartisan Policy Center , 2011
- James Pamment ," New Puplic Diplomacy in The 21st Century ", Rouledge, London,
- Jan Melissen ," Wielding Soft Power ,The New Public Diplomacy " , Netherlands Institute Of International Relation , CLINGENDAEL , 2005
- Kathy R. Fitzpatrick U.S , Public Diplomacy in apost −9/11 World , Figueroa press , Loss Angless , 2012
- Keith Dinnie, " Nation Branding , Concept , Issues, Practice " ,Oxford , Butterworth−Heinemann. 2009
- Laura Miller , advisor, " Under Standing Nation Pranding Anew nationalism in Germany" Master's Thesis presented to The Faculty of the School of Arts and Sciences , Brandeis University , 2012,
- Nancy Snow and Philip M. Taylor ," Routledge Handbook of Public Diplomacy, Routledge " , New York, 2009
- The exford Dictionary of English etrnoloy , London , Oxford University ,press, 1966.
- United States information Agency Alummi association " What is public diplomacy" ? Published Research on The International Informational Network Internet on The Following Link www.publicdiplomacy.org