

المعالجة الإخبارية في الموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية العراقية:
دراسة تحليلية

**News processing on the website of the Iraqi Ministry of
Foreign Affairs: an analytical study**

إعداد

طه علي الربيعي

إشراف

د. كامل خورشيد مراد

قدّمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام

قسم الصحافة والإعلام

كلية الإعلام

جامعة الشرق الأوسط


حزيران، 2022

تفويض

أنا طه علي الربيعي، أفوض جامعة الشرق الأوسط بتزويد نسخ من رسالتي ورقياً وإلكترونياً للمكتبات، أو المنظمات، أو الهيئات والمؤسسات المعنية بالأبحاث والدراسات العلمية عند طلبها.

الاسم: طه علي الربيعي.

التاريخ: 2022/06/04

التوقيع: 

قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة والموسومة ب: المعالجة الإخبارية في الموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية

العراقية: دراسة تحليلية

للباحث: طه علي الربيعي.

وأجيزت بتاريخ: 2022/06/04

أعضاء لجنة المناقشة

التوقيع	جهة العمل	الصفة	الاسم
	جامعة الشرق الأوسط	مشرفاً	د. كامل خورشيد مراد
	جامعة الشرق الأوسط	عضواً من داخل الجامعة ورئيساً	د. محمد حسين المومني
	جامعة الشرق الأوسط	عضواً من داخل الجامعة	د. سمر يحيى مكناي
	جامعة البترا	عضواً من خارج الجامعة	د. منال هلال مزاهرة

شكر وتقدير

قال تعالى "وَعَلَّمَكَ مَا لَمْ تَكُنْ تَعْلَمُ وَكَانَ فَضْلُ اللَّهِ عَلَيْكَ عَظِيمًا"

صدق الله العظيم

بعد شكر الله جلّ في علاه وحمده، أتقدم بالشكر الجزيل لجامعة الشرق الأوسط ممثلة بهيئتها الإدارية والأكاديمية على كل ما قدّموه لنا طيلة رحلة الدراسة والبحث، ولا يفوتني شكر مكتبتها والعاملين فيها لجهودهم.

الشكر للأساتذة الأفاضل في كلية الإعلام على ما أضافوه لنا من معارف وقيم علمية وأخلاقية. وأخص بالشكر مشرف الرسالة الدكتور كامل خورشيد مراد الذي كان أستاذاً موجهاً، وناصحاً أميناً، وصديقاً وفياً.

الشكر لأعضاء لجنة المناقشة الموقرة على ما تفضلهم بقراءة الرسالة وتقديم الملاحظات رفعت من مستوى الدراسة حتى وصلت لهذا المستوى.

الشكر لجميع من دعمني معنوياً أو قدم لي معلومة أو مرجعاً علمياً كنت بحاجة له.

الباحث

طه علي الربيعي

الإهداء

إلى روح والديّ رحمهما الله...

إلى زوجتي الغالية

وإلى بناتي العزيزات

أهدي هذا الجهد المتواضع لكم جميعاً

الباحث

طه على الربيعي

فهرس المحتويات

الموضوع	الصفحة
العنوان	أ
تفويض	ب
قرار لجنة المناقشة	ج
شكر وتقدير	د
الإهداء	هـ
فهرس المحتويات	و
قائمة الجداول	ح
قائمة الملحقات	ط
المستخلص باللغة العربية	ي
المستخلص باللغة الإنجليزية	ك

الفصل الأول: خلفية الدراسة وأهميتها

أولاً: المقدمة	1
ثانياً: مشكلة الدراسة	2
ثالثاً: أهمية الدراسة	4
رابعاً: أهداف الدراسة	5
خامساً: أسئلة الدراسة	6
سادساً: حدود الدراسة	6
سابعاً: محددات الدراسة	7
سابعاً: المصطلحات الإجرائية للدراسة	7

الفصل الثاني: الأدب النظري والدراسات السابقة

أولاً: الأدب النظري	10
ثانياً: الدراسات السابقة	29
ثالثاً: تعليق على الدراسات السابقة	34

الفصل الثالث: منهجية الدراسة (الطريقة والإجراءات)

أولاً: منهج الدراسة	36
ثانياً: مجتمع الدراسة	37
ثالثاً: عينة الدراسة	38

39.....	رابعاً: أداة الدراسة
40.....	خامساً: صدق الأداة
40.....	سادساً: ثبات الأداة
41.....	سابعاً: المعالجة الإحصائية
41.....	ثامناً: تحديد وحدات التحليل وفئاته
42.....	تاسعاً: إجراءات الدراسة

الفصل الرابع: عرض نتائج الدراسة

43.....	نتائج سؤال الدراسة الأول
46.....	نتائج سؤال الدراسة الثاني
49.....	نتائج سؤال الدراسة الثالث
50.....	نتائج سؤال الدراسة الرابع
51.....	نتائج سؤال الدراسة الخامس
52.....	نتائج سؤال الدراسة السادس
53.....	نتائج سؤال الدراسة السابع

الفصل الخامس: مناقشة نتائج الدراسة

58.....	مناقشة نتائج سؤال الدراسة الأول
61.....	مناقشة نتائج سؤال الدراسة الثاني
63.....	مناقشة نتائج سؤال الدراسة الثالث
64.....	مناقشة نتائج سؤال الدراسة الرابع
65.....	مناقشة نتائج سؤال الدراسة الخامس
66.....	مناقشة نتائج سؤال الدراسة السادس
68.....	مناقشة نتائج سؤال الدراسة السابع
72.....	أهم نتائج الدراسة
74.....	التوصيات

المصادر والمراجع

76.....	أولاً: المراجع العربية
79.....	ثانياً: المراجع الأجنبية
80.....	ثالثاً: المراجع الإلكترونية
81.....	الملحقات

قائمة الجداول

الصفحة	محتوى الجدول	رقم الفصل - رقم الجدول
43	فئات قضايا وموضوعات النشاط الدبلوماسي الرئيسية	1 - 4
44	الفئات الفرعية للتعاون السياسي	2 - 4
45	الفئات الفرعية للتعاون الاقتصادي	3 - 4
46	الفئات الفرعية للتعاون العسكري / الأمني	4 - 4
47	فئات المجال الجغرافي	5 - 4
49	فئات القوى الفاعلة	6 - 4
50	طبيعة نشاط القوى الفاعلة	7 - 4
51	فئات الأطر الإعلامية لعينة الأخبار	8 - 4
53	فئات الاستمالات المستخدمة	9 - 4
54	فئات القوالب الفنية للخبر	10 - 4
54	أنماط العناوين من حيث الرئيس والفرعي	11 - 4
55	أنماط العناوين من حيث طول العنوان	12 - 4
56	أنماط العناوين من حيث العناصر الإخبارية	13 - 4
56	الصور والفيديوهات المرافقة للخبر	14 - 4

قائمة الملحقات

الصفحة	المحتوى	الرقم
82	قائمة بأعداد مقالات العينة حسب الشهر	1
83	أداة الدراسة (استمارة تحليل المضمون)	2
85	كشاف التحليل	3
89	قائمة بأسماء السادة محكمي أداة الدراسة	4

المعالجة الإخبارية في الموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية العراقية: دراسة تحليلية

إعداد: طه علي الربيعي

إشراف: الدكتور كامل خورشيد مراد

الملخص

تعدّ هذه الدراسة دراسة وصفية استخدم خلالها المنهج المسحي، هدفت الدراسة إلى التعرف على المعالجة الإخبارية للقضايا الدبلوماسية والسياسية التي تغطيها أخبار الموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية العراقية، وذلك عبر منهج تحليل المضمون لعينة تم اختيارها بالطريقة العشوائية المنتظمة للأخبار المنشورة في العام 2021، شملت العينة (190) خبراً تعادل (20%) من مجموع مفردات مجتمع الدراسة البالغة (942) مفردة. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كان أهمها ما يلي:

1. استحوذ الموضوع السياسي بمفهومه العام على الاهتمام الأبرز من بين مختلف القضايا والأحداث التي اهتمت بها الدبلوماسية العراقية، ومن خلاله برز كل من "التعاون الدولي"، و"التعاون الثنائي"، ثم "التنسيق السياسي الإقليمي" كأبرز الموضوعات السياسية.
2. استحوذت أطر "العلاقات الثنائية العامة"، و"التعاون السياسي الدبلوماسي" على أغلب الأخبار، كذلك ظهرت أطر "التعاون الإقليمي"، و"التعاون الاقتصادي"، و"التعاون الدولي"، و"التعاون الأمني/ العسكري" كأطر للنشاط الدبلوماسي والسياسي ما يعكس اهتمامات الدبلوماسية العراقية في توثيق علاقات العراق مع مختلف القوى الفاعلة في العالم.
3. اعتمد الخبر الدبلوماسي على صياغات نمطية تتجنب الاستمالات العاطفية/ الوجدانية والتخويفية لحساب الاستمالات العقلية/ المنطقية أو الخالية من أية استمالات.

الكلمات المفتاحية: المعالجة الإخبارية، تحليل المحتوى، الموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية، العراق.

News processing on the website of the Iraqi Ministry of Foreign

Affairs: an analytical study

Prepared by: Ali Al-Rubaye

Supervised by: Dr. Kamel Khurshid Murad

Abstract

This is a descriptive study that used the survey method, it's aimed to identify the news processing of diplomatic and political issues covered by the news of the website of the Iraqi Ministry of Foreign Affairs, through the content analysis method applied on a sample selected in a systematic random manner for news published in the year 2021. The sample included (190) pieces of news equivalent to (20%) of the total study population of (942). The study reached some results, the most important of which were as follows:

1. The political issue, in its general sense, grabbed the most prominent attention among the various issues and events focused on by Iraqi diplomacy: "international cooperation", "bilateral cooperation", and then "regional political coordination" appeared as the most prominent political issues.
2. The frameworks of "general bilateral relations" and "political diplomatic cooperation" were dominant in the news. The frameworks of "regional cooperation," economic cooperation," "international cooperation," and "security/military cooperation" appeared as frameworks for diplomatic and political activity. This reflects the interests of the Iraqi diplomacy in strengthening Iraq's relations with the various active powers in the world.
3. The diplomatic news relied on stereotypical formulations that avoid emotional/sensational and intimidating inducements in favor of mental/logical or neutral inducements.

Keywords: News-Processing, Content Analysis, the Website of the Ministry Of Foreign Affairs, Iraq.

الفصل الأول

خلفية الدراسة وأهميتها

أولاً: المقدمة

مع ظهور المواقع الإلكترونية، فقد راح العديد من الوزارات والمؤسسات الحكومية وغير الحكومية ينشئ مواقع إلكترونية تأخذ على عاتقها مهمات الإعلام والإعلان وجزءاً من مهمات العلاقات العامة أيضاً؛ إضافة إلى التواصل مع الجمهور وتقديم بعض الخدمات الإلكترونية في بعض الحالات.

ومرت عملية تطور الخدمات الإعلامية والاتصالية عبر مواقع الإنترنت في مراحل متعددة بدأت بنشر الأخبار والصور بما يشبه الصحف الورقية، ثم تطورت الظاهرة وصولاً إلى تصميم مواقع خاصة تتضمن العديد من التقنيات التي من خلالها يتم تقديم خدمات اتصالية وإعلامية مختلفة. مع ذلك، تُظهر الملاحظة عبر العقود الثلاثة الماضية، إمكانية تطوير وتحسين الخدمات الإعلامية عبر هذه المواقع لتواكب حاجات الجمهور، ولتواكب أيضاً التطور المستمر في تكنولوجيا الاتصال الرقمية. أصبحت معظم المؤسسات الحكومية في شتى الدول تعتمد على الإعلام الإلكتروني (الرقمي) اعتماداً كبيراً، وأصبح الموقع الإلكتروني للوزارة أو الهيئة الحكومية يُمثل جسراً بين الوزارة وبين المنتفعين من مواطنين وغير مواطنين، إذ إن بعض الوزارات والمؤسسات الحكومية الخدمية والسيادية أصبحت تؤدي جزءاً من خدماتها من خلال مواقعها الإلكترونية إلى جانب نشر الأخبار والأنشطة التي ترتبط بالمؤسسة أو تلتقي مع اهتمامها واختصاصها؛ فيتح لها ذلك تقديم أخبارها ضمن أطر إعلامية مرسومة وفق سياسات الدولة واتجاهاتها ومصالحها. وقد تعزز هذا الاتجاه منذ بروز جائحة كورونا التي اجتاحت العالم منذ مطلع العام 2020 فعطلت الكثير من الأساليب التقليدية في التواصل

والإعلام وعززت دور الإنترنت في تلبية الحاجات الاتصالية والإعلامية والمعلوماتية وبعض التعاملات التي يمكن تنفيذها من خلال التواصل الإلكتروني.

وتعد حاجة تقديم الأخبار أحد أهم المهام التي تقوم بها الأقسام الإعلامية في مؤسسات الدولة المختلفة، لذلك فإن تلك المؤسسات تحرص على إصدار البيانات ونشر الأخبار عبر مختلف الأساليب من أجل إيصال الرسائل المرغوبة وإعلام الناس بما يستجد من أحداث وخطط وسياسات وبرامج وتوجيهات وأوامر حكومية ضمن أطر معينة ومرسومة مسبقاً.

ثانياً: مشكلة الدراسة

أصبح للمواقع الإلكترونية التابعة للوزارات والمؤسسات تكتسب أهمية كبيرة للمواطنين في ظل التطور التكنولوجي الذي سهل عليهم إنجاز معاملاتهم والتعرف على أهم الأخبار المتعلقة بدولتهم ما يوفر عليهم الكثير من الوقت والجهد، ومن هنا جاءت هذه الدراسة للتعرف على دور الموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية العراقية في تغطية الأنشطة السياسية والدبلوماسية، ومعرفة الأطر الإخبارية المستخدمة.

ويبدو من خلال مراجعة الأدب النظري لمحور الإعلام الرسمي الإلكتروني قلة الدراسات والبحوث التي تناولت الإعلام الإلكتروني الحكومي، بينما ما زالت الدراسات تعطي اهتماماً أكبر بكل من الصحف ومحطات التلفزيون الرسمية، والمواقع الإلكترونية الرسمية تكتسب أهمية خاصة في كونها تشكل مصدراً رسمياً أولياً للأخبار الحكومية، وبعضها يحاول مواكبة التطور التكنولوجي في تقديم محتوى متنوع بأشكال فنية متنوعة، وهو ما حرصت عليه الكثير من حكومات الدول المتقدمة، بل وامتد نشاطها المواكب لساحات التواصل الاجتماعي، بحيث باتت مصدراً مهماً لمختلف وسائل

الإعلام العالمية، إذ يتم تناقل تغريدات أو تصريحات المسؤولين نقلا عن تويتر وفيس بوك وغيرها من وسائل التواصل الاجتماعي.

وعلى المستوى العربي، يمكن ملاحظة تزايد أهمية الإعلام الحكومي عبر الإنترنت، وتفاوت مستويات الأداء الإعلامي بين موقع إعلامي وآخر، ويمكن ملاحظة القدرات والخيارات العديدة المتوفرة في هذه المواقع في مجال تقديم خدمات إعلامية متطورة تواكب العصر، وتُلبي تنوع الرغبات والقدرات والحاجات التي ينتظرها المتلقي أو المستخدم، وتتماشى مع مبدأ الشفافية، وحق الجمهور في الحصول على المعلومات، علاوة على تقديمها المحتوى الإعلامي ضمن الأطر التي يرسمها القائم بالاتصال في هذه المواقع الإلكترونية.

وقد أنشأت وزارة الخارجية العراقية موقعها الإلكتروني في العام (2005) ليكون الوجه الإعلامي للوزارة وليعكس سياسة الدولة برمتها كذلك، إذ من خلاله يجري تغطية الأنشطة والأخبار السياسية والدبلوماسية لوزير الخارجية وكافة دوائر الوزارة والبعثات الدبلوماسية العراقية في الدول المضيفة أو داخل العراق أثناء زيارات المسؤولين والممثلين الأجانب لجمهورية العراق (وزارة الخارجية العراقية، 2021).

وتهتم الدراسة بدور الموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية العراقية في تغطية الأنشطة الدبلوماسية والسياسية، ثم تحديد الأطر الإعلامية للأخبار المنشورة وما يتصل بها من اتجاهات.

ويمكن التعبير عن مشكلة الدراسة بالسؤال الرئيس التالي:

ما أنماط الأطر للقضايا الدبلوماسية والسياسية التي تغطيها أخبار الموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية العراقية؟

ثالثاً: أهمية الدراسة

1. الأهمية النظرية

يكتسب البحث أهمية نظرية من طبيعة الموضوع الذي يلتقي فيه الإعلام الإلكتروني بالعمل الدبلوماسي الذي يقوم بدوره على الاتصال والرسالة وفعالية المرسل في تقديم رسالته بأسلوب والوسيط المناسبين، من هنا يمكن أن يسهم البحث في تسليط الضوء على ما وصلت إليه المواقع الإلكترونية في الوزارات الحكومية العربية (وزارة الخارجية العراقية نموذجاً) في الأداء الإعلامي في الجانب الدبلوماسي، ومعرفة مدى نجاح القائمين على الموقع في الاستفادة من الخصائص التكنولوجية في إيصال رسالة الدولة العراقية سواء لمواطنيها أو للشعوب الأخرى التي تقيم معها علاقات دبلوماسية.

2. الأهمية العملية/ التطبيقية

يمكن للدراسة الإسهام في تعزيز الواقع التطبيقي للإعلام الإلكتروني (الرقمي) للوزارات والمؤسسات الحكومية من خلال الكشف عن إمكانيات تطوير المواقع الإلكترونية لتكون مصدراً رئيسياً للأخبار المتعلقة بالوزارة أو المؤسسة الرسمية وطبيعة الأطر التي يمكن من خلالها تقديم النشاط الدبلوماسي والسياسي للدولة. وفيما يتعلق بوزارة الخارجية العراقية تحديداً، يمكن تحديد أو اقتراح إمكانيات تطوير الموقع الإلكتروني للوزارة في تغطيتها لأنشطة البعثات الدبلوماسية، والنشاط السياسي الخارجي بشكل عام وربما قطاعات أخرى في الدولة، بدل أن يترك الخبر ليقدم بصياغات وكالات الأنباء أو وسائل الإعلام الأخرى.

قد تسهم الدراسة أيضاً في تقديم اقتراحات وتوصيات تفيد القائمين على العمل الإعلامي في الوزارات (خصوصاً وزارة الخارجية العراقية)، سواء من حيث الوسائط المتعددة التي يمكن إدماجها

في الموقع، أم من حيث أساليب التحرير الموضوعي والإبراز الفني وصياغة الأطر الظاهرة والكامنة، أم من حيث الميزات والخدمات الإعلامية الأخرى التي يمكن التوسع فيها.

رابعاً: أهداف الدراسة

يتمثل الهدف الرئيس للدراسة في التعرف إلى أنماط الأطر للقضايا الدبلوماسية والسياسية التي

تغطيها أخبار الموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية العراقية.

وينقسم الهدف الرئيس إلى سبع محاور فرعية تشكل المحاور الرئيسة للتحليل وهي كما يلي:

1. التعرف إلى الموضوعات والقضايا والأخبار التي اهتم الموقع الإلكتروني بتغطيتها.
2. التعرف إلى المجال الجغرافي للنشاط الدبلوماسي والسياسي للدبلوماسية العراقية.
3. معرفة القوى الفاعلة في النشاط الدبلوماسي والسياسي من خلال التغطية الإخبارية للموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية.
4. تحديد طبيعة وأنماط الأنشطة التي يقوم بها الفاعلون في النشاط الدبلوماسي والسياسي عبر تغطية الموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية.
5. تحديد أنماط الأطر لمضامين النشاط الدبلوماسي والسياسي التي تغطيها أخبار الموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية العراقية.
6. معرفة أنماط الاستمالات المتضمنة في أخبار الموقع.
7. التعرف إلى فئات الأشكال الفنية والوسائط وعوامل الإبراز المستخدمة في التغطية الإخبارية للموقع (كيف قيل؟)

خامساً: أسئلة الدراسة

السؤال الرئيس: ما أنماط الأطر للقضايا الدبلوماسية والسياسية التي تغطيها أخبار الموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية العراقية؟

ومنه تتفرع الأسئلة الفرعية التالية:

1. ما الموضوعات والقضايا والأخبار التي اهتم الموقع الإلكتروني بتغطيتها؟
2. ما فئات المجال الجغرافي للنشاط الدبلوماسي والسياسي للدبلوماسية العراقية؟
3. ما طبيعة القوى الفاعلة في النشاط الدبلوماسي والسياسي من خلال التغطية الإخبارية للموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية؟
4. ما طبيعة وأنماط الأنشطة التي يقوم بها الفاعلون في النشاط الدبلوماسي والسياسي عبر تغطية الموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية؟
5. ما أنماط الأطر لمضامين النشاط الدبلوماسي والسياسي التي تغطيها أخبار الموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية العراقية؟
6. ما أنماط الاستمالات المتضمنة في أخبار الموقع؟
7. ما الأشكال الفنية والوسائط وعوامل الابرز المستخدمة في التغطية الإخبارية للموقع؟

سادساً: حدود الدراسة

1. **الحدود الزمنية:** تم المباشرة بإجراء هذه الدراسة منذ بداية شهر تشرين الأول/ أكتوبر 2021، حيث تم استطلاع الدراسات السابقة وجمع بعض الأدب النظري وبعض المعلومات ذات الصلة، وامتد البحث والعمل حتى نهاية شهر نيسان/ ابريل من العام 2022. وقد تم إجراء الدراسة التحليلية في الفترة من 2022-3-1 وحتى 2022-3-30، إذ تمثل هذه الفترة آخر المستجدات في اتجاهات

السياسة الخارجية العراقية وهو مبرر اختيارها عينة للتحليل. حيث أمكن خلال تلك المدة تطبيق أدوات الدراسة على عينة من المحتوى الإعلامي في الموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية العراقية موضوع البحث.

2. الحدود التطبيقية: تم تطبيق الدراسة على المواد الإعلامية في الموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية العراقية، وتتنحصر الحدود التطبيقية في المواد الإعلامية التي تغطي النشاط الدبلوماسي والسياسي للوزير وأركان الوزارة خارج العراق أو داخله، إلى جانب تغطية النشاط الدبلوماسي والثقافي والاجتماعي للبعثات الدبلوماسية العراقية.

3. الحدود المكانية: لا يوجد حدود تقليدية لمكان الدراسة، إنما يعتبر الموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية العراقية بما فيه من مواد إعلامية هو الحدود المكانية.

سابعاً: محددات الدراسة

تتحدد نتائج الدراسة بمدى صدق أدوات الدراسة، لذلك فقد تم عرض الأداة على عدد من المحكمين لاختبار الصدق الظاهري، وتم إجراء اختبار الثبات لتأكيد صلاحيتها بواسطة طريقة هولستي Holsti، بما يسمح بالوصول إلى نتائج موثوقة، وربما تكون قابلة للتعميم على المواقع الإلكترونية الحكومية المشابهة.

سابعاً: المصطلحات الإجرائية للدراسة

الإطار-الأطر Frame

تعريف الأطر لغوياً: ترد الكلمة في معجم لسان العرب لابن منظور: أطر، الأطر: عطف الشيء تقبض على أحد طرفيه فتعوجه؛ أطره يأطره ويأطره أطرًا فانأطر اننطارا وأطره فتأطر: عطفه فانعطف

كالعود تراه مستديراً إذا جمعت بين طرفيه ; قال أبو النجم يصف فرساً: كبداء قعساء على تأطيرها
(ابن منظور، ج1، 188).

تعريف الأطر اصطلاحاً: تعرف الأطر اصطلاحاً في الحقل الإعلامي بالارتكاز على تعريف إنتمان
(Entman, 1993) للأطر والتأطير باعتبارها عملية اختيار جوانب معينة أو مظاهر محددة للواقع
المُدرك، والعمل على جعلها أكثر بروزاً في النص التواصلي، بهدف تكريس أو فرض تعريف محدد
للمشكلة، وتقديم تفسير منطقي أو تعليلي لها، وتقييم أخلاقي، ووضع مقترحات المعالجة للعناصر
محل الدراسة (Entman, 1993).

وإجرائياً تعرف علمية التأطير الإعلامي بأنها الشكل أو القالب الذي قدم فيه الخبر في الموقع
الإلكتروني لوزارة الخارجية العراقية، وهو ما يعطي المعنى للخبر.

الموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية العراقية

هو الموقع الذي تشرف عليه وزارة الخارجية العراقية على الإنترنت
<http://www.mofa.gov.iq/> ومن خلاله تقوم الوزارة بنشر الأخبار والمعلومات للجمهور حول
أعمال وخدمات الوزارة وبعثاتها الدبلوماسية والقنصلية، إضافة إلى بعض الروابط حول بعض
مؤسسات الدولة العراقية، وفيه يتم تقديم العديد من الخدمات الإلكترونية.

يقدم الموقع أيضاً بعض الخدمات للمواطن العراقي مثل حجز المواعيد وتقديم معلومات وإرشادات
لاستصدار بعض الوثائق، والموقع مرتبط مع عدد من مواقع التواصل الاجتماعي. (موقع وزارة
الخارجية العراقية، 2021).

النشاط الدبلوماسي Diplomatic activities

هو ما ينشره الموقع الإلكتروني من نشاطات أعضاء البعثات الدبلوماسية من فعل أو قول أو كتابة في حدود مهماتهم الرسمية الوظيفية، ويعتبر نشاط البعثات الدبلوماسية شكلاً من أشكال الاتصال بأنواعه المختلفة (وجاهي أو إلكتروني)، وجماهيري وجمعي وفردى.

البعثات الدبلوماسية العراقية Diplomatic Missions

تُعرف البعثة Mission بأنها "مهمة مُحددة يُكلف بها شخص أو مجموعة"، وقد تكون عسكرية أو علمية أو وظيفية، ومن ذلك البعثات الدبلوماسية. وتعرف كذلك بأنها "هدف أو غرض محدد مسبقاً" (Merriam Webster, 2021).

والبعثة الدبلوماسية هي عبارة عن مجموعة من الموظفين توفدهم الدولة لتمثيلها لدى دولة أخرى أو هيئة دولية من أجل لتحدث والتفاوض باسمها، ويكون للبعثة مقرّ عمل يُطلق عليه اسم مقرّ البعثة الدبلوماسية. وهناك قوانين وتقاليد دولية في تنظيم مكانة البعثات الدولية وحدود صلاحياتها، ومن مراتب البعثات على سبيل المثال: سفارة، مفوضية، قنصلية أو وفد دائم لدى منظمة دولية.

تحليل المحتوى Content analysis

يعرف هذا المنهج إجرائياً بأنه: أسلوب علمي منظم يقوم على دراسة مضمون الرسائل الإعلامية من خلال عدد من الخطوات والإجراءات المنهجية، بحيث تتوصل الدراسة إلى لنتائج معينة تكشف طبيعة الموضوعات والقضايا المتضمنة في الرسائل وأهداف القائم بالاتصال، كذلك تحديد كيفية تقديم تلك الرسائل من حيث الشكل والأساليب الصحفية وعوامل الإبراز التي تتعلق بالخطوط والألوان والصور وعدد آخر من المؤثرات البصرية والسمعية.

الفصل الثاني

الأدب النظري والدراسات السابقة

أولاً: الأدب النظري

نظرية الدراسة الأطر الإخبارية (Frames)

تعد نظرية تحليل الأطر الإعلامية مدخلا مناسباً لدراسة التناول الصحفي والإعلامي للقضايا التي تهم الجمهور على تنوع مضمونها، إذ يمكن النظر إلى الإطار الخاص بالنص الصحفي من خلال عناصره البنائية والتي تتكون من العناوين الرئيسية والفرعية، واستخدام الصور والتعليق عليها، والأدلة المقدمة، والاقتراسات والشعارات وغير ذلك مما يمكن النفاذ من خلاله إلى المحتوى الضمني للنص وتبيان دلالاته، وهو ما يساعد على تشكيل رؤية تحليلية تكاملية تجاه القضايا المختلفة.

أما في معنى التأطير والإطار في اللغة فهو يعني الحدود والأبعاد وأطراف الشيء؛ أطر؛ يؤطّر، تأطيراً، فهو مؤطّر، والمفعول مؤطّر. وأطر الصورة: جعل لها إطاراً (أطر الباب/الدُف). وأطر الموضوع: جعل له هيكلًا عامًا يحدّد معالمه. وإطار [مفرد]: جمعه إطارات وأطُر، وهو ما أحاط بالشيء من الخارج (عمر وآخرون، 2009، 101).

أما اصطلاحاً في الحقل الإعلامي، فإن أغلب التعريفات تميل إلى الارتكاز على تعريف إنتمان (Entman, 1993) للأطر والتأطير باعتبارها عملية اختيار جوانب معينة أو مظاهر محددة للواقع المُدرَك، والعمل على جعلها أكثر بروزاً في النص التواصلي، بهدف تكريس أو فرض تعريف محدد للمشكلة، وتقديم تفسير منطقي أو تعليلي لها، وتقييم أخلاقي، ووضع مقترحات المعالجة للعناصر محل الدراسة (Entman, 1993).

كيف تغطي وسائل الإعلام الأحداث والقضايا، وكيف تقدمها للجمهور؟ هذا هو محور نظرية الأطر، لذلك، فهي تستخدم في الدراسات لتحليل مضمون الرسائل الإعلامية، وفي الوقت نفسه تقوم باستطلاع آراء الجمهور، حيث هناك علاقة بين تركيب القصة وتقديمها من ناحية، وتأثيرها على الجمهور من ناحية أخرى (صالح، 2019، 191).

أي أن الإطار لا يقدم حقائق ومعلومات وأخبار فحسب؛ إنما يرفق ذلك بتفسير لهذه الحقائق أو المعلومات كي تصل إلى المُتلقي بالمعنى المُقرر من طرف القائم بالاتصال. ومن هنا؛ فإن الأخبار أو المقالات والصور التي تجري في الواقع تكتسب أهمية إضافية بالغة حينما تنتقل إلى المجال العام عبر وسائل الإعلام الجماهيرية، لأنها أُطرت بإطار معين، مما أضفى عليها المعنى الذي رسمه القائم بالاتصال.

وتعددت الزوايا أو المناظير المعرفية التي تم من خلالها تعريف "الأطر"، إذ ركز بعض الباحثين في تعريف الإطار على البعدين الاجتماعي والعقلي أو الذهني، ومن ذلك تعريف (Minsky) الذي عرف الإطار بأنه "نموذج أو بناء معلوماتي ينظم الجزئيات المختلفة للمعلومات المقدمة، فالأطر عبارة عن أبنية عقلية منطقية تعتمد على الإدراك الاجتماعي" (نقلا عن: المزاهرة، 2018، 325).

ويورد عماد مكاوي وليلى السيد (2018، 348) في كتابهما (الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط13) تعريفاً لمفهوم الإطار الإعلامي لقضية ما بأنه "انتقاء مُتعمد لبعض جوانب الحدث أو القضية وجعلها أكثر بروزاً في النص الإعلامي، واستخدام أسلوب مُحدد في توصيف المشكلة وتحديد أسبابها وتقييم أبعادها وطرح حلول مقترحة بشأنها".

وتقوم عملية تحليل الأطر من وجهة نظر إنتمان على ثلاثة مرتكزات هي: 1- عملية اختيار بعض الجوانب أو المظاهر للواقع المُدرَك، والعمل على جعلها أكثر بروزاً في النص التواصلي. 2-

أن انتقاء بعض جوانب أو عناصر الوقائع سوف يسهم في تكريس أو فرض تعريف محدد للمشكلة بما يرتبط بذلك من تفسير منطقي أو تعليلي لها، وتقييم أخلاقي. 3- مقترحات لمعالجة العناصر محل الشرح (Entman, R, 1993). ويمكن القول إن تلك المرتكزات تماثل سرد رواية القائم بالاتصال حول طبيعة الأحداث ومدلولاتها، لذلك، فإن الملتقي يتلقى تفسيرات مختلفة من بعض وسائل الإعلام حول الحدث نفسه.

إضافة إلى عملية تقرير المعنى والدلالة للمحتوى الإعلامي، فإن ثمة عملية أخرى مصاحبة تقوم على الانتقاء والاختيار، إذ تفترض هذه النظرية أن وسائل الإعلام لا تكتفي بعملية إبراز لأحداث معينة، بل تعمل عن طريق الاختيار لما يجب أن يُنشر أو لا يُنشر من المحتوى الإخباري، وهذه عملية تندرج أيضاً في نطاق ترتيب الأولويات أو الأجندة، لأن القائم بالاتصال هو من يقوم بالعمليتين، ترتيب الأجندة والتأطير.

وحسب مكايي والسيد (2018)، فإن الأطر تُصنف إلى نمطين أساسيين هما:

1. الإطار المحدد المرتبط بوقائع ملموسة Episodic Frame، ويتصل بوقائع محددة.
2. الإطار الموضوعي Thematic Frame وهو الذي يعالج القضايا المثارة في سياق مجرد أو عمومي.

يتعلق الصنف الأول بالأخبار اليومية أو الروتينية التي تقع باستمرار، ويقوم القائم بالاتصال من خلالها ببناء أو صياغة أطر مناسبة لكل حدث بحيث تتنوع الأطر حسب تنوع الأخبار، بينما يجري نظم وترتيب جميع تلك الأحداث والأخبار اليومية في إطار عام مجرد، أي إطار شامل كأن يكون إطار الصراع، إطار السلام، أو إطار التعاون، أو إطار الحقوق، أو الإطار الأخلاقي وغير ذلك من أنواع الأطر.

أما الأدوات والآليات المستخدمة في عملية التأطير التي تساهم في إبراز النص وبناء السياق، وتضفي على الأحداث معنى محددًا، أو طابعًا درامياً، فهي كالتالي: (صالح، 2019: 206).

1. الكلمات الرئيسية Key words.

2. المفاهيم Concepts.

3. الرموز.

4. الصور والرسوم البيانية.

5. العناوين.

6. موقع الخبر على صفحات الصحف، أو ترتيبه في نشرات الأخبار.

7. التركيز على الشخصيات.

وتسترشد الدراسة الحالية بنظرية الأطر الإخبارية في تحديد أهدافها، وتفسير نتائجها؛ باعتبارها دراسة تحليل للمحتوى الإعلامي القائم على سؤالين رئيسيين، هما: ماذا قيل؟ وكيف قيل؟ وهي الأسئلة التي تهتم بها منهجية تحليل المحتوى.

وتعدّ النظرية ملائمة لمثل هذه الدراسة اعتماداً على ركنين رئيسيين: الأول يتمثل في التعرف على طبيعة الأداء الإعلامي الرقمي من خلال المحتوى الإخباري لموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية العراقية وهو الهدف العام للدراسة، وهو جواب السؤال: ماذا قيل؟ أما الركن الثاني فيتمثل في تحديد كيفية تقديم المحتوى الإعلامي، أي من حيث الشكل والأساليب التحريرية، بمعنى التعرف على كيفية تقديم الأخبار من الناحية الشكلية، وهو ما يتصل بسؤال: كيف قيل؟

المواقع الإلكترونية الحكومية، أهميتها ووظائفها

رغم أن الإعلام ظل من أهم أدوات الحكومات في بسط نفوذها وتنفيذ سياساتها وبرامجها وتبويرها منذ أن نشأت الحكومات ونشأت وسائل الإعلام، إلا أن الإعلام الرقمي الحكومي بات يكتسب أهمية متزايدة في ضوء الثورة التكنولوجية الرقمية، وما توفره من إمكانيات كبيرة متعددة تحقق الأغراض الحكومية، ضمن أقل الكلف، وأسرع الاستجابات، وأوسع الشبكات التي تربط بين الحكومات من جهة وبين المواطنين من جهة أخرى.

وقد وفرّ الإعلام الرقمي ربطاً أوسع من أي وقت مضى بين الحكومات والمواطنين وأصبح يدمج بين طياته مجموعة كبيرة من الخدمات وفي مقدمتها خدمة الإخبار والتبليغ، ثم خدمات الإعلان والتوعية، وخدمات المعاملات والاستشارات، ثم خدمات التواصل التفاعلي، الذي يوفر للمواطن توجيه الأسئلة للمسؤولين الحكوميين حول مختلف شؤون حياته عبر وسائل الإعلام الجديد. من جهة أخرى، فإن الإعلام الرقمي نفسه، بات يوفر للحكومات خدمات الربط بين موظفي الحكومة، سواء بإخبارهم بالأخبار السياسية أو الإدارية أو الاقتصادية وغير ذلك من أخبار ومعلومات، أو من خلال ما يوفر من ترابط برمجي إلكتروني لمجموعة الخدمات التي يقوم بها الموظفون الحكوميون مما سهل عليهم تأدية الكثير من واجباتهم، مثلما سهل على المواطن الحصول على بعض حاجاته إلكترونياً، ومما قلل على الطرفين بعض كلف التعامل التقليدي أو التعامل المباشر.

ولعل أهمية الإعلام الحكومي لا تكمن في الخدمات المباشرة التي أشرنا لبعضها، بل في كونه يساهم في بناء الاستراتيجية العامة للدولة، ويساهم في تحقيق الشعور بالوحدة أو بالهوية الوطنية، ذلك أن الإعلام الحكومي لا يمثل رأي حزب أو جماعة أو منطقة أو طائفة، بل يمثل موقف الدولة واتجاهاتها بكل مكوناتها، ويمثل السياسة الرسمية للدولة التي أقرتها المؤسسات الشرعية فيها.

كذلك، تتمثل أهمية الإعلام الحكومي في كونه يمثل النافذة الرسمية للأخبار التي تتعلق بأنشطة الحكومة وأجهزة الدولة بما لا يدع مجالاً للإشاعات، ومن هذا المنطلق يرى بعض الخبراء أن "الخطاب الحكومي يجب أن يكون خطاباً معتدلاً موجهاً لعموم المواطنين، وأن يحمل في طياته الدقة والمهنية والمصادقية"، بحيث يكون إعلاماً مؤثراً وداحضاً للشائعات (الأعرجي، 2021).

في مستوى أوسع، فإن مواقع الإعلام الحكومي، سيكون لها مساهمة فاعلة في بناء مجتمع المعرفة، ومجتمع المعرفة بات يشكل الإطار التنموي للدول في عصر انتشار تكنولوجيا المعلومات والاتصال والإعلام، ووفق هذه القاعدة، يرى منتدى القمة العالمية لمجتمع المعلومات، أن على واضعي السياسات والمسؤولين الحكوميين القيام بدور مهم في بناء بيئة مستدامة تشجع على التحول إلى الاقتصاد المعرفي واستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من أجل التنمية، كما جاء في مقررات القمة العالمية لمجتمع المعلومات، وهو المؤتمر الذي يقام برعاية عدد من وكالات الأمم المتحدة. وضمن عالم يزداد ترابطاً ورقمية، ومع تنامي انتشار الإنترنت، يتوجب على صانعي القرار تحديد الأولويات، وتخصيص الأموال للاستثمار، وتشجيع التحالفات والشراكات، ووضع السياسات التي تُعزز صناعة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ودعم تنفيذ المبادرات ذات العلاقة، ضمن استراتيجيات اقتصاد المعرفة (منتدى القمة العالمية لمجتمع المعلومات، 2021).

وأصبح استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والإنترنت في المرفق العمومي استراتيجية لتعزيز كفاءة الحكومة، وذلك قصد تجويد المرفق العام وتعزيز قيمه من الشفافية والديمقراطية والمساءلة وتسهيل الاستفادة من الخدمات الالكترونية من قبل مجموعات واسعة من المستفيدين. وأمرُ توظيف تكنولوجيا الاتصال والإعلام لم يكن جديداً بالنسبة لنظريات الإعلام وفلسفاته، فالنظرية التنموية التي ظهرت في ثمانينيات القرن العشرين الماضي هدفت لتأطير عمل وسائل الإعلام في

المجتمعات النامية في العالم الثالث، فهي تعمل على تأكيد الهوية الوطنية والسيادة القومية والخصوصية الثقافية للمجتمعات، وهي ترى أن على وسائل الإعلام المشاركة في تنفيذ المهام التنموية بما يتفق مع السياسة الوطنية القائمة، وأن حرية وسائل الإعلام يجب أن تظل خاضعة للقيود والمبادئ التي تفرضها الأولويات التنموية للمجتمع (مراد، 2014).

الإعلام الإلكتروني والحوكمة

شرعت وكالات الأمم المتحدة، والمنظمات والهيئات الدولية ذات العلاقة، بالربط بين رقمنة Digitization المحتوى المنتج في المرافق العامة، وتيسيره للجمهور، إضافة إلى العاملين في المرافق من جهة، وبين حوكمة العمل الحكومي أو العمومي، وهو ما بات ينطوي تحت عنوان الحكومات الإلكترونية.

وللحوكمة الإلكترونية Government، تعاريف متعددة، إذ تعرفها الأمم المتحدة بأنها "استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتحسين أداء الوظائف والخدمات الحكومية. وبدقة أكبر، فهي تُعرف بأنها استخدام التكنولوجيات الرقمية لتحقيق تحول في العمليات الحكومية على الوجه الذي يحسن الفاعلية (Effectiveness) والفعالية (Efficiency) ومستوى تقديم الخدمة، لذلك تقوم الحكومة الإلكترونية على تسخير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لمساعدة الإدارة الحكومية على العمل بكفاءة أعلى، وتقديم خدمات أفضل للمواطنين ولقطاع الأعمال (الاسكوا، 2014).

إن حاجة المواطنين للمعلومات والأخبار والخدمات الإلكترونية تصبح في غاية الأهمية من أجل تحقيق أمرين، الأول حوكمة الإدارات الحكومية وبالأخص شفافية أعمالها وإخضاعها لمراقبة الجمهور، والأمر الثاني يتمثل في حق المواطنين في المعرفة، وإن كانوا من الفئات الأقل عدداً، أو

من المهمشين الفقراء، أو أولئك الأقل نفاذاً لشبكة الإنترنت والاتصالات ووسائل الإعلام، أو من أفراد النخب بمختلف اهتماماتها.

واعتماداً على معايير تقييم جودة المواقع الإلكترونية التي تقدم خدمات عمومية، فإن المحتوى يُعدّ الجزء الأهم في الموقع الإلكتروني على الإطلاق، وعندما يكون المحتوى عاجزاً عن تقديم المعلومات التي يطلبها المستخدمون ويأتون إلى الموقع من أجلها، فإن الموقع يفقد الكثير من قيمته بغض النظر عن سهولة استخدامه. وهكذا فإن المواقع الإلكترونية تساعد الجهات الحكومية على تحسين عملها، وتقديم محتوى متناغم وسهل الفهم وجذاب لمختلف شرائح المستخدمين (هيئة تنظيم الاتصالات والحكومة الرقمية، 2021).

الحكومة العراقية والتواصل الإلكتروني:

وضعت الحكومات العراقية رؤية واضحة واستراتيجية لما تهدف إلى تحقيقه من خلال الحكومة الإلكترونية منذ عام 2012 من خلال عملية تشاورية مع جميع اصحاب المصلحة لتوجيه عملية التحول، وأخذت هذه الرؤية بعين الاعتبار احتياجات وفرص التنمية الوطنية والمحلية، حيث تتماشى رؤية الحكومة الإلكترونية مع استراتيجية التنمية الوطنية العراقية، والأهداف الإنمائية الوطنية، وكذلك مع نهج تحديث القطاع العام.

وتقوم الرؤيا العراقية على توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تقديم الخدمات العامة لتعزيز الحكم الرشيد ومشاركة المواطنين وتحقيق المساواة والعدالة الاجتماعية وتأكيد الشفافية والمساءلة والكفاءة والفاعلية في العمل الحكومي للوصول إلى اقتصاد متنوع تنافسي مبني على المعرفة، وكان من الاهداف الاستراتيجية للحكومة الإلكترونية العراقية زيادة قدرات المؤسسات

العامة واستجابتها من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتحقيق الحكم الرشيد، وتعزيز الكفاءة والشفافية والمساءلة (حسين، 2013).

إن الأدوار التي يمكن أن تقوم بها المواقع الإلكترونية الحكومية تتعدد بتعدد الحاجات والأهداف، ويتعدد وتنوع الدوائر الحكومية، فعلاوة على تقديم خدمات الإخبار، والمعلومات، فإن هذه المواقع، يمكن أيضاً أن تقدم خدمات اتصالية متعددة، يأتي في مقدمتها التواصل مع المواطنين المنتفعين أو من أصحاب الحاجة، بحيث يتمكن المواطن/ المستخدم من تحقيق حاجات متعددة تبدأ بالمعلومة، والوصول بالخدمة الإلكترونية، وإجراء المعاملات الحكومية إلكترونياً، ثم توفير التفاعلية التي تخدم الأطراف المتعاملة، العاملين الحكوميين والمواطنين المستخدمين، على اختلاف حاجاتهم وأغراضهم وأنشطتهم وتنوعها.

لقد باتت اليوم القنوات الدبلوماسية الرسمية الممثلة للدول والحكومات تتزاحم في فضاء التواجد الإلكتروني عبر قنوات إعلامية رقمية شعبية على تماس مباشر مع الجماهير، تعمل من خلالها على نشر أنشطتها، وإبراز أخبارها وتوصيل صوتها وتحسين صورتها بطرق مستحدثة لم يكن مسموحاً بها في العرف الدبلوماسي التقليدي وإلى وقت قريب (فياض، 2019).

غير أن بعض المحتوى الإعلامي، أو حتى الخدماتي، إنما يستهدف فئات معينة من الجمهور ولا يعنيه الجمهور العام، والفئات المعنية قد تكون أفراد النخبة السياسية، سواء من العاملين في الحكومة، أم من المهتمين بالشأن السياسي من باحثين وإعلاميين ومواطنين، وهو ما يعكسه بعض المحتوى الإخباري في الموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية العراقية؛ الذي ينشر أخبار أهم الأنشطة السياسية لقيادات الدولة وليس جميعها، باستثناء التغطية الشاملة لأنشطة وزير الخارجية تخصيصاً، هذا إلى جانب أهم أنشطة البعثات الدبلوماسية وقيادات الوزارة في المقر، وهي التي تستحوذ على

النصيب الأكبر من المحتوى الإعلامي للموقع. بينما يمكن للجمهور العام الحصول على الاحتياجات الإخبارية والإعلامية الأخرى من مواقع إلكترونية حكومية أخرى، أو من خلال وسائل الإعلام الأخرى بمختلف أنواعها.

وفي سياق حوكمة الخدمات العمومية أو رقميتها، فقد أنشأت الحكومة العراقية عددا من البوابات الإلكترونية المتخصصة، يأتي في مقدمتها (بوابة أور الإلكترونية للخدمات الحكومية) التي أنشأت في شهر أيلول/سبتمبر 2021 في نطاق برنامج الحكومة الإلكترونية الذي يجري تنفيذه على مراحل، والبوابة تختص بتقديم الخدمات العامة للمواطنين، وتشمل حتى نهاية العام 2021 ما مجموعه (85) خدمة تتوزع على مختلف مناحي الحياة، ومن خلال تلك البوابة، يمكن للمواطن التسجيل والدخول للبحث عن الخدمات التي يحتاجها من مثل طلب القروض، والخدمات الصحية والتعليمية، ووثائق الجنسية والأحوال المدنية، والتقدم بطلب وظيفة حكومية، وغير ذلك من الخدمات التي يمكن إنجازها عبر الاتصال الإلكتروني (بوابة أور الإلكترونية، 2022). كذلك فقد قامت جميع وزارات ودوائر الحكومة العراقية بإنشاء مواقعها الخاصة، التي تقدم الخدمات الإخبارية، والخدمات الاتصالية للمواطنين حسب اختصاص الجهة الحكومية.

الموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية

بخصوص الموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية العراقية، فقد تم انشاء الموقع وتطويره خلال عامي 2005 - 2006 وتم العمل عليه من قبل البعثات العراقية في الخارج كافة، كما تم تطوير عمل الموقع سنة 2018 بالاعتماد على برنامج WordPress انسجاما مع التطور الحاصل في الاتصالات، وورد بريس هو نظام لإدارة المحتوى الموجود بالموقع، وهو نظام مفتوح المصدر (Open Source)، أي أنه متاح لأي شخص القيام بتنزيله، والتعديل عليه (جار الله، مقابلة، 2021).

ويوفر الموقع خدمات إعلامية ومعاملاتية عديدة، فبالإضافة إلى تقديم المحتوى الإخباري حول أنشطة البعثات الدبلوماسية، وأنشطة وزير الخارجية وأركان الوزارة ومديريها، ويتضمن الموقع تعريفاً بالعراق الدولة، والدستور، وموسوعة العراق، والدليل السياحي، والمتحف العراقي، وهو يوفر أيضاً عدداً من التعليمات والأنظمة التي تساعد المواطنين/ المستخدمين في فهم المعاملات الرسمية التي يحتاجونها من ذلك مثلاً، تعليمات حول تصديق الوثائق، وعمل وكالات قانونية، واستصدار وثائق الأحوال الشخصية، ومعلومات عن مكاتب ودوائر الوزارة وتوزيعها الجغرافي في محافظات العراق.

ويخصص الموقع نوافذ لعدة روابط ومواقع، منها مواقع رئاسة الجمهورية، والأمانة العامة لمجلس الوزراء، ومكتب رئيس الوزراء، والبرلمان، كذلك يقدم الموقع معلومات عن البعثات الدبلوماسية الأجنبية المقيمة في العراق، ويشمل بعض إصدارات الوزارة التثقيفية أو التوعوية أو القانونية الخاصة بموظفي السلك الدبلوماسي، ويشمل الموقع أرشيفاً لأخبار الوزارة والبعثات الدبلوماسية على مدى ثلاث سنوات سابقة، ويتضمن نافذة تُقضي إلى "معهد الخدمة الخارجية"، وهو معهد تابع لوزارة الخارجية يتولى مهام تعليمية وتدريبية لموظفي الوزارة ومهام بحثية تتعلق بعمل الوزارة والبعثات الدبلوماسية واحتياجاتها من بحوث ودراسات وأعمال الترجمة وغير ذلك. ويرتبط الموقع الإلكتروني بعدد من الحسابات على مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيس بوك وتويتر ويوتيوب وتليغرام وانستغرام، ولحسابه على الفيس بوك مثلاً ما مجموعه (194,515) من المتابعين حتى أوائل شهر تشرين الثاني/ نوفمبر 2021، وازداد الرقم إلى (199) ألفاً بمعينة الحساب بتاريخ 2 آذار/ مارس 2022، أي بزيادة قدرها حوالي (1150) متابع كل شهر (موقع وزارة الخارجية العراقية، 2022).

التواصل في الدبلوماسية والسياسة والإعلام

تبدو العلاقة بين الأنشطة الثلاثة: الدبلوماسية والسياسة والإعلام واضحة في محور مشترك يمكن تلخيصه في كلمة "التواصل" أو "الاتصال"، أو كلمات أخرى تدل على الهدف نفسه مثل

"التأثير"، أو "الإقناع"، فجميع هذه الأنشطة تقوم على الاتصال والتواصل بين أطرف محددة، مرسل Sender ومستقبل Receiver، ويتخلل ذلك نقل "رسائل Message، عبر "وسيط" Medium مادي أو إلكتروني أو وجاهي، ثم تهدف جميع تلك الأنشطة تحقيق "الأثر" Effect أو تحقق "الإقناع". ولعله من المفيد أن نذكر أولاً، بمفهوم التواصل، وهو المفهوم المركزي أو المحوري في الأنشطة الثلاثة، فقد اعتبر الاتصال هو البداية لكل الأنشطة الاجتماعية والسياسية، ومن ثم الدبلوماسية اللاحقة. فقد كان الاتصال نقطة البداية في انتقال المجتمع البشري القديم، من مجتمع الغابات والكهوف إلى مجتمع العلاقات والتعاون، ومن خلال الاتصال بدأت حركة التغيير في مستوى وعي الإنسان، وفي علاقته بالآخرين، إذ بدأ يدرك أنه لا يعيش على هذه الأرض بمفرده، بل يتواصل مع الآخر وبناء التفاهم والتعاون معه (ياسين، 2019. ص 26)

وهناك من الباحثين من يفرق بين دلالات مصطلحي "الاتصال" و"التواصل"، فالإتصال يمكن أن يكون من مرسل إلى مستقبل، أو من آلة إلى أخرى، دون أن يشترط في ذلك تحقق الأثر، أو أن يكون اتصالاً في اتجاهين، على العكس من "التواصل" الذي يدل على اتصال متبادل، ويدل على تبادل الآراء والمعلومات في إطار نسق اجتماعي بمفهومه الواسع، الذي يندرج فيه التواصل السياسي والدبلوماسي والإعلامي والثقافي وغير ذلك من أنساق اجتماعية (مراد، 2014).

ولو تم تطبيق دلالات التواصل والاتصال على الإتصال السياسي والدبلوماسي والإعلامي لتبين أن هذه المجالات قد تتضمن النمطين: ففيهما يجري الإتصال من طرف لآخر، دون انتظار الرد أو التبادل، وهذا حال بعض أنواع الإتصال السياسي الذي يستهدف إرسال رسائل مباشرة أو غير مباشرة لجهات داخلية أو خارجية، مثل تصريحات وبيانات التنديد بالإرهاب مثلاً، أو الإتصال البروتوكولي في التهنة بذكرى العيد الوطني أو الأعياد الدينية. بينما يتميز التواصل السياسي بأنه

يقوم بين طرفين، وكل منهما يرغب بتحقيق أهداف معينة، ويستخدمان لغة مشتركة. والأمر نفسه ينطبق على التواصل الدبلوماسي، والفرق أن هذا الأخير يقوم به أشخاص متخصصون في التواصل الدبلوماسي أو ما يعرف بالعلاقات الدبلوماسية.

أما في الاتصال والتواصل على مستوى وسائل الإعلام، فإن الإعلام الجماهيري التقليدي اعتمد على الاتصال في عمله، أي الإرسال باتجاه واحد من المؤسسة إلى الجمهور، وقليلاً أو نادراً ما اخذ التواصل فيه بعين الاعتبار لصعوبة ذلك من الناحية التكنولوجية، ثم لاعتبارات تتعلق بسياسة المؤسسة وسياساتها التحريرية. بينما أصبح الإعلام الرقمي في أيامنا هذه، يمتاز عن الإعلام التقليدي من خلال ميزة التواصل، الذي يعني الإرسال والاستقبال، والتفاعلية، وإمكانية تحديث البيانات والمعلومات كلما اقتضى الأمر.

وليتبين مدى التداخل والتشابه بين الدبلوماسية والسياسة والإعلام، لا بد من استعراض موجز لأهم جوانب هذه العمليات، وكما يلي:

أ. الدبلوماسية

كان تطور كلمة دبلوماسية مرتبط على مر الزمن بتطور الممارسة الدبلوماسية إلى أن شاع استعمالها بالمعنى المتعارف عليه في القرن التاسع عشر في أوروبا عندما عقدت لاتحة فيينا عام 1815، والتي حددت الوظائف الدبلوماسية، ونظمت ترتيب أسبقية رؤساء البعثات الدبلوماسية ومزاياها وخصائصها (الأمم المتحدة، 2022).

تمثل الدبلوماسية بمعناها متعدد الطبقات صياغة وتنفيذ السياسة الخارجية، وتقنية السياسة الخارجية، والمفاوضات الدولية والنشاط المهني، والتي يقوم بها الدبلوماسيون، (Krajnc, k, 2022).

وتم تعريف الدبلوماسية تعريفات متعددة تعكس الرؤى المتعددة للعلاقات الدولية وتعدد الأهداف المرجوة من الأنشطة الدبلوماسية نفسها. فقد عرفها قاموس أوكسفورد الذي تبنّاه هارولد نيكلسون Harold Nicolson فقال "الدبلوماسية هي إدارة العلاقات الدولية عن طريق المفاوضات والأسلوب الذي يستخدمه السفراء والمبعوثون لإدارة وتسوية هذه العلاقات، وهي وظيفة الدبلوماسي أو فنه"، وعرفت أيضاً بأنها "علم وفن إدارة العلاقات بين الأشخاص الدوليين عن طريق الممثلين الدبلوماسيين، ضمن ميدان العلاقات الخارجية للأشخاص الدوليين في إطار ما يفرضه القانون والعرف الدولي" (الموسوعة السياسية، 2022).

وعرفت الدبلوماسية تعريفاً مبسطاً بأنها "طريقة أولية تتحقق بها السياسة الخارجية وكوسيلة عادية للتواصل في العلاقات الدولية"، والدبلوماسية اتصال وإدراك، ويهدف النشاط الدبلوماسي إلى تعزيز المصالح الوطنية من خلال ممارسات الإقناع، والدبلوماسية هي المسؤولة عن إدارة العلاقات بين البلدان والبلدان والجهات الفاعلة الأخرى من خلال المساعدة في تقديم المشورة وتصميم وتنفيذ السياسة الخارجية، وتنسيق وضمان مصالح محددة وواسعة، (Krajnc, k, 2022).

وتعرف الدبلوماسية بأنها السياسة الخارجية للدولة وقسم آخر يعرفها بفن المفاوضات والبروتوكول والإتيكيت، وفي هذا تبسيط لهذا المجال المعرفي والعملية، والتعريف الشامل لها هو: بأنها مجموعة من المفاهيم والقواعد والإجراءات والأعراف الدولية التي تنظم العلاقات بين الدول والمنظمات الدولية بهدف خدمة المصالح العليا للدول والشعوب (الحمداني، 2020-ب).

يرى بعض المتخصصين أن للدبلوماسية ثلاث وظائف رئيسية: جمع المعلومات، تقديم صورة إيجابية، تطبيق السياسة. جمع السفارات المعلومات حول تفكير القيادة السياسية المحلية وحالة الاقتصاد المحلي وطبيعة المعارضة السياسية (غريفتس وأوكلاهان، 2008: ص 204).

أما اتفاقية فيينا للعلاقات الدبلوماسية الموقعة في عام 1961 وهي معاهدة دولية توفر مبادئ توجيهية للعلاقات الدبلوماسية صادقت عليها 193 دولة مختلفة على مستوى العالم. فهي تنص على أن مهام البعثة الدبلوماسية تشمل:

تمثيل الدولة المرسلة في الدولة المضيفة على مستوى يتجاوز مجرد اجتماعي واحتفالي.

1. الحماية داخل الدولة المضيفة لمصالح الدولة المرسلة ومواطنيها، بما في ذلك ممتلكاتهم وأسهمهم في الشركات.

2. التفاوض والتوقيع على الاتفاقيات مع الدولة المضيفة عندما يُسمح بذلك.

3. الإبلاغ عن المعلومات وجمعها بكافة الوسائل المشروعة بشأن الظروف والتطورات في الدولة المضيفة للحكومة المرسلة.

4. تعزيز العلاقات الودية بين الدولتين وتعزيز العلاقات الاقتصادية والتجارية والثقافية والعلمية.

تضمن هذه المبادئ التوجيهية بشكل أساسي الترحيب السلمي بالمثلين الدبلوماسيين المسؤولين عن المناقشة أو المفاوضات. تنص الاتفاقية على أنه يجب على الدبلوماسيين جمع المعلومات ومناقشتها بشكل قانوني، والحصول على الحماية الكاملة، والتأكد من أن أي حلول مرخصة باتفاقية موقعة (FutureLearn, 2021).

كثيرون لا يدركون أن الدبلوماسي ليس صانعا للسياسات، لكنه منفذ لها، وكثير من الإعلام المحلي ينتقد دبلوماسييه، لأنهم لا يتحدثون إليه، وهم لا يدركون أن رسائل ودور الدبلوماسي موجهة للإعلام الأجنبي أكثر منه للمحلي (حسين، 2019).

إن دور الدبلوماسية في السياسة الخارجية يعوقه تفاهات متعددة لماهية الدبلوماسية وما تفعله. تعريف واسع للدبلوماسية يرى أنها تشمل أكثر من مجرد تعزيز العلاقات الدولية السلمية. بدلاً من

ذلك، فإنه ينطبق على مجموع تلك العلاقات -السلمية، والعدائية، وكل شيء بينهما. وبالتالي، فإن العلاقات الخارجية -طالما أنها تتطوي على مصالح واتجاهات وأفعال سلطة ذات سيادة -يمكن اعتبارها مرادفة للعلاقات الدبلوماسية، حيث تتعلق السياسة الخارجية بنظرية وممارسة تحديد الأولويات الدبلوماسية؛ التخطيط للطوارئ. دفع الأهداف الدبلوماسية الاستراتيجية والتشغيلية والتكتيكية؛ وتعديل تلك الأهداف مع القيود المحلية والأجنبية (Weisbrode, K, 2017).

ب. السياسة

عرفت السياسة تعريفات كثيرة لكنها لا تختلف على أن السياسة هي شكل من أشكال النشاط الاتصالي الذي تقوم به الدول عن طريق المسؤولين والمندوبين والممثلين لها. وقد عرفها بعضهم بأنها "مجموعة القرارات التي تتخذها الدولة من أجل تحقيق أهداف محددة في مجال ما"، وهي ما تفعله ولا تفعله الحكومة"، والسياسة هي المرشد للقرارات الخاصة بمشكلة أو موقف معين في حالة تواجد أكثر من بديل لمواجهة هذا الموقف" (يوسف، 2006).

أما عالم الاتصال والسياسة هارولد لاسويل فقد ربط بين السياسة والنخبة والسلطة، لهذا عرف السياسة بأنها النشاطات التي تقوم بها النخبة القوية من أجل تحقيق مصالح خاصة بها عن طريق استخدام السلطة، وأن دراسة السياسة تعني دراسة التأثير ومن يمارسه، أما المؤثرون فهم أولئك الذي يحصلون على أكثر مما يمكن الحصول عليه (أمن، ودخل واحترام)، وهؤلاء هم جماعة النخبة، أما البقية فهي عامة الشعب (الهاشمي، 2008).

ووفق قاموس كامبريدج، فإن السياسة هي "مجموعة من الأفكار أو خطة لما يجب القيام به في مواقف معينة تم الاتفاق عليها رسمياً من قبل مجموعة من الأشخاص أو منظمة تجارية أو حكومة أو حزب سياسي" (cambridge.org, 2022).

وعرفت السياسة العامة على أنها شكل من أشكال التواصل المقنع مع الجماهير الأجنبية في سياق تحقيق أهداف السياسة الخارجية. وهو التواصل الذي تحاول الحكومات من خلاله التأثير على آراء ومواقف الجمهور في الخارج أو بالأحرى في الدول الأجنبية من خلال المعلومات والإقناع، وهو ما يؤدي إلى خلق ضغط مناسب على صانعي السياسات وبالتالي التأثير على الرأي العام (Krajnc, K, 2022).

وقد تنبه الكثير من الباحثين إلى العلاقة المتداخلة بين الاتصال وبين الفعل السياسي، فكلاهما - كما أسلفنا- يلتقي في محور "التواصل"، والسعي إلى "التأثير" و "الإقناع"، لذلك يرى الدكتور صباح ياسين، المتخصص في الاتصال السياسي والعمل الدبلوماسي السابق، أن "الفعل التواصلية والفعل السياسي هما ليسا تعبيراً عن وظيفة اجتماعية مجردة، أو تعبيراً عن أنماط العيش والمصالح المشتركة، وإنما بناء مُتصل من التشكلات الحيوية بين الحاجة للبقاء والرغبة في التطور التي تتحكم الإنسان في كل مراحل التاريخ" (ياسين، 2019، 25).

بينما يشير الباحث محمد فياض أن هناك حقائق هامة تبين العلاقة ما بين الدبلوماسية والعمل الإعلامي سواء أكان إعلاماً تقليدياً أو رقمياً، منها: (فياض، 2019، ص 106):

1. تباين وجهات النظر بشأن استخدام وسائل الإعلام ودورها في العمل الدبلوماسي.
2. ثمة دور متزايد لوسائل الإعلام الرقمي في المجال الدبلوماسي، واستخدام القادة والمسؤولين لهذه الوسائل كأداة رئيسة للاتصال.
3. تعقد العلاقة بين وسائل الإعلام والدبلوماسية واندماجها في مواقف عدة ما أدى إلى صعوبة الفصل بينهما أحياناً.

4. تأثرت قواعد العلاقات الدبلوماسية نتيجة التطور الكبير لوسائل الاتصال والإعلام فقد أصبحت الدبلوماسية دبلوماسية عامة مفتوحة، متخطية حدود الزمان والمكان.

5. إن المحور المشترك في ممارسة الدبلوماسية هو التدفق الدائم للمعلومات والأفكار بين الأمم، ما يسهل الوصول إلى المستهدفين سواء من مواطني الدولة أو الأمم الأخرى وبطريقة أكثر فاعلية، وما يفتح الآفاق أمام تجسير العلاقات بين الأمم والشعوب.

في ذات السياق، فقد أضحت قوة الأداة الإعلامية في السياسة الخارجية للدولة مقياساً لقوة تأثير الدولة ضمن شبكة علاقاتها الإقليمية والدولية، وأضحى غياب الدولة إعلامياً نفيّاً لحضورها على الساحة السياسية الدولية؛ فنجد مثلاً دولة صغيرة كإسرائيل - برغم كل ما يثار حول سلوكها من إشكاليات - تحظى بتعاطف وتأييد كبيرين على الصعيد العالمي؛ نتيجة سيطرتها على شبكة واسعة جداً من وسائل الإعلام ذات التأثير العميق، المنتشرة عبر العالم (ياسين، 2019).

يمارس الاتصال وفقاً لرؤية كوهين Kohen أدواراً مختلفة في عمليات السياسة الخارجية، فهو: مراقب للشؤون الدولية Observer، ومشارك Participant في السياسة الخارجية عن طريق ما يقدمه صانع السياسة للإعلام واستخدامه لها أيضاً، وهو كذلك، محفز ومثير للمبادرة Catalyst التي تتخذ في عمليات السياسة الخارجية (يوسف، 2006: 119).

طرحت كذلك تساؤلات حول علاقة الإعلام بالسياسة، وبالديبلوماسية، إذ طرح بعضهم سؤالاً: السياسة والإعلام: من يحرك الآخر؟ وكان مثل هذا التساؤل عنواناً لملتقى علمي في الرياض في العام (2019) شارك به دبلوماسيون وسياسيون وإعلاميون، وقد تباينت وجهات النظر في هذه العلاقة، فهناك من يرى "أن الطرفين، يؤثر كل منهما في الآخر، وربما كان الإعلام الأكثر تأثيراً وهو بالتالي من يحرك الدبلوماسية"، أو أنها علاقة تبادلية حيث أن السياسة هي من ترسم الخطط

والسياسات، والدبلوماسية تنفذ، والإعلام ينشر وينقل، وبالتالي فالعلاقة ليست في اتجاه واحد، وكل عنصر يؤثر في الآخر"، (حسين، 2019)، بينما جاء الوصف بطريقة أكثر وضوحاً في كشف وجود علاقة ارتباط بين السياسة والإعلام، وأن هذه العلاقة هي علاقة اعتماد متبادل (يوسف، 2006).

ووصف بعضهم علاقة وسائل التواصل الاجتماعي كوجه من وجوه الإعلام الرقمي الجديد بالعمل الدبلوماسي على قاعدة المشاركة أو الصداقة أو الاستثمار، فإن شبكات التواصل الاجتماعي يمكنها أن تسهل أو تصعب دور السفراء، والأصح أن الدبلوماسي يفترض ألا ينظر للإعلامي باعتباره خصماً، لأنه سيحتاج إليه في أوقات كثيرة، خصوصاً حينما يريد أن تمرر رسالة أو خبر، أو أن هذه العلاقة هي علاقة تكاملية، وكل طرف له قواعد وقوانين وأطر يتحرك فيها (حسين، 2019).

إن جميع تلك النماذج المفترضة لعلاقة السياسي بالإعلامي وغيرها من نماذج هي ما يبرر لبعض الباحثين وصف تلك العلاقة بأنها "العلاقة الملتبسة"، كما وصفها الدكتور صباح ياسين، وجعلها جزءاً من عنوان كتابه (ياسين، 2019).

هناك وصف آخر يمكن أن يشكل خاتمة لهذا المبحث، وهو أكثر شمولية وتعبيراً عن الواقع، وحسب هذا التوصيف فإن الإعلام السياسي هو أداة ونظريات وأهداف الدولة أو النظام السياسي التي تمثلها بالخارج والداخل؛ وهي أداة مبنية على استراتيجيات وأهداف سياسية معينة مرسومة مسبقاً بهدف تحقيق ما تم تحديده من أهداف أو ما تم الاتفاق عليه. ومن الناحية الإجرائية، فإن الإعلام السياسي والدبلوماسية بصورة عامة هي عبارة عن جمع المعلومات وتحليلها وأرسالها إلى المصدر لغرض الانتقال إلى الخطوة الأخرى (الحمداني، 2020-أ).

ننتهي من هذا العرض إلى تأكيد العلاقة الوثيقة بين كل من المجالات الثلاثة، السياسة، والدبلوماسية، والإعلام، فكل منها يقوم على الاتصال والتواصل، وكل منها يسعى لتحقيق أهداف

محددة، ويرغب بتحقيق الأثر المرسوم، وكل منها يقوم على استخدام المعلومات، وكل منها يعتمد على الآخر في توفير المعلومات، وفي توجيه الرسائل، وإن كان الإعلام، هو الطرف الأكثر تخصصاً في إذاعة الأخبار ونشرها، إلا أن السياسيين يقومون بالمهمة في أحيان كثيرة، خصوصاً مع انتشار وسائل التواصل الاجتماعي. بينما يقوم الإعلام أيضاً بدور السياسي والدبلوماسي أحياناً كثيرة حينما يقوم بتوجيه الرسائل إلى الجهات المعنية، سواء أكانت رسائل ودية، أم رسائل عدائية، والإعلام لا يقتصر دوره على تقديم الرسائل ونشرها، بل يتعدى ذلك إلى المساهمة في كل مجالات التنمية في المجتمع، من نشر الوعي السياسي إلى الصحفي إلى الحفاظ على تماسك المجتمع ونقل التراث والتحذير من المخاطر المحيطة وغير ذلك وظائف.

ثانياً: الدراسات السابقة ذات الصلة

- دراسة هاني (2011). تقييم الوظيفة الإعلامية للسفارات العراقية (دراسة مسحية وصفية)

هدفت الدراسة إلى التعرف على واقع العمل الإعلامي في السفارات العراقية في مختلف دول العالم، والوقوف على المشكلات التي تواجه النشاط الإعلامي في هذه السفارات من خلال القائمين على العمل الإعلامي في ضوء التغيرات الكبيرة التي شهدتها العراق بعد الاحتلال الأمريكي 2003. وقد استخدم الباحث المنهج الوصفي واستبانة طبقت على عينة طبقية عشوائية استجاب لها (98) موظفاً من أصل (114) موظفاً من العاملين في العمل الإعلامي في تلك السفارات. وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كان منها:

1. إن آلية العمل الإعلامي في السفارات العراقية (من حيث أشكال الاتصال) المختلفة كانت

علاقة تتراوح بين المركزية واللامركزية وفقاً للظروف والمهام.

2. إن المشكلات التي تواجه الدور الإعلامي للسفارات العراقية بلغت عشر مشكلات كان أهمها "عدم كفاية الموازنات المالية للأنشطة الإعلامية اللازمة" ثم مشكلة "اختلاف اللغة مع البلد المضيف"، ثم مشكلة أو عقبة "قلة الكفاءات الإعلامية".

- دراسة كريستينا، أرشي (2012). تأثير وسائل الإعلام الجديدة على الممارسة الدبلوماسية: نموذج تطوري للتغيير. مجلة لاهاي للدبلوماسية.

- Archetti, Cristina (2012). The Impact of New Media on Diplomatic Practice: An Evolutionary Model of Change.

هدفت الدراسة إلى تحديد التباين الكبير في الطريقة التي تؤثر بها تقنيات الاتصال على الممارسات الدبلوماسية ويتم تخصيصها من قبل الدبلوماسيين لمتابعة أهداف جمع المعلومات والتواصل مع الجمهور في البلدان المعنية. استندت الدراسة إلى مجموعة من المقابلات مع دبلوماسيين أجانب يقيمون في لندن.

تظهر الدراسة أن لندن، بوصفها بيئة معلومات، يختبرها كل من الدبلوماسيين والممثلين في السفارات بشكل مختلف. يطور التحليل نموذجًا لـ "سلوك الاتصال" للدبلوماسيين الأجانب؛ استنادًا إلى تشبيه تطوري: يمكن مقارنة الدبلوماسيين الأجانب في سياق العاصمة البريطانية، ضمن منظمات سفاراتهم الخاصة، بأعضاء الأنواع التي تحاول البقاء على قيد الحياة في بيئة طبيعية. فهي تتحدى الفروق الدقيقة التي أبرزها النموذج التفسيري للطبيعة المتجانسة والمعقدة إلى حد كبير للمناقشات الحالية حول الإعلام والدبلوماسية، فضلاً عن الدبلوماسية العامة.

وعلى ما يبدو، فإن الدراسة تشير إلى اختلاف قدرات البعثات الدبلوماسية الأجنبية العاملة في لندن من حيث الاستفادة من بيئة الانفتاح المعلوماتي الإعلامي، حيث تقدم الدراسة نموذجًا تفسيريًا لهذه الظاهرة.

- دراسة رايلي (2014). الدبلوماسية الإعلامية: الدبلوماسية العامة في بيئة إعلامية عالمية جديدة.

- Riley, Patricia (2014) Media Diplomacy: Public Diplomacy in a New Global Media Environment.

تقوم الدراسة على افتراض أن سلوك الدبلوماسية في الغرب تغير بشكل كبير خلال العقود القليلة الماضية. فأتثناء الحرب الباردة؛ كان تفاوض الدبلوماسيون يجري في السر إلى حد كبير، وإذا تمت مشاركة أهدافهم وغاياتهم الاستراتيجية مع الجمهور فإنه يتم الإعلان عنها من قبل القادة أو ممثليهم. وكانت وسائل الإعلام تُعلن عن المناقشات الدبلوماسية والخلافات المتعلقة بالسياسة الخارجية في قصص تتماشى مع القيم الوطنية والسياسية والثقافية لبلدهم الأم، وقدمت وسائل الإعلام روايات متعاطفة إلى حد كبير دعمت المبادرات الدبلوماسية لبلدهم بدلاً من التشكيك فيها. لكن الأمر تغير في البيئة الإعلامية الجديدة، فقد أصبح لدى وسائل الإعلام الرقمي الجديدة روايات وتغطيات متعددة ومختلفة.

- دراسة جمبو (2017). دور الإعلام في تعزيز الدبلوماسية الفعالة في إفريقيا: دراسة حالة لوسائل الإعلام الكينية.

- Gumbo, Winfred A. (2017). The Role of Media in Fostering Effective Diplomacy in Africa; A case Study of Kenyan Media.

تمثل الهدف العام من الدراسة في تقييم دور وسائل الإعلام في تعزيز الدبلوماسية الفعالة في أفريقيا؛ دراسة حالة لوسائل الإعلام الكينية. استرشد البحث بالأهداف التالية؛ تحديد دور وسائل الإعلام في ممارسة الدبلوماسية في أفريقيا؛ فحص أهمية وسائل الاتصال الجديدة الناشئة والبديلة المستخدمة في تعزيز العلاقات الدبلوماسية وتحليل نقدي للاحتراف الإعلامي في ممارسة الدبلوماسية في كينيا.

اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي. وتألف مجتمع الدراسة من 594 مادة من وسائل الإعلام الكينية العاملة في المقر الرئيسي في نيروبي. طبقت الدراسة من خلال العينات العشوائية التطبيقية. كان من أهم نتائج الدراسة:

1. تؤدي وسائل الإعلام أدوار مختلفة من حيث تصعيد أو تلطيف أو موازنة الصراع.
2. إن وسائل الإعلام هي قنوات صلبة لا يمكن إنكارها تعمل على ترابط العالم؛ وعلى إنشاء تقييمات سواء في الداخل أو في الخارج. وأن طاقة وسائل الإعلام هي الدافع الرئيسي للدعاية التي تملكها.
3. تعد وسائل التواصل الاجتماعي أداة حيوية في دبلوماسية ما بعد الحداثة.

- دراسة الزبون (2019). دور الدبلوماسية الرقمية في وزارة الخارجية وشؤون المغتربين الأردنية من وجهة نظر العاملين في الوزارة. تنتمي الدراسة إلى حقل العلوم السياسية، وهدفت التعرف على مستوى إدراك وميول العاملين في وزارة الخارجية وشؤون المغتربين الأردنية لمفهوم الدبلوماسية الرقمية، فضلا عن معرفة تأثير الدبلوماسية الرقمية على أداء وزارة الخارجية الأردنية.

اعتمدت الدراسة على المنهج الكمي بالأسلوب الوصفي المسحي، وطبقت استبانة على عينة عشوائية من الدبلوماسيين في الوزارة، وكان من أهم نتائجها:

1. أن نسبة إدراك الدبلوماسيين الأردنيين لمفهوم الدبلوماسية الرقمية بلغ (70.8%).
2. أن (75.6%) من الدبلوماسيين يستخدمون الموقع الإلكتروني الخاص في الوزارة بالعمل الدبلوماسي.

3. أن (68.4%) من الدبلوماسيين يستخدمون موقع "فيس بوك" في العمل الدبلوماسي.

وأوصت الدراسة بأهمية استحداث برامج تدريبية في الدبلوماسية الرقمية، وأمن المعلومات، حتى يتحقق تنمية الدبلوماسية الرقمية الأردنية وفقا لمنهج واضح.

- دراسة محمد (2020). فاعلية استخدام وزارة الخارجية العراقية للتطبيقات الرقمية في التواصل مع العراقيين في الخارج دراسة ميدانية من وجهة نظر الجالية العراقية في الأردن.

هدفت الدراسة التعرف على فاعلية استخدام وزارة الخارجية العراقية للتطبيقات الرقمية في التواصل مع الجالية العراقية في الخارج عبر دراسة ميدانية من وجهة نظر الجالية العراقية في الأردن.

اعتمدت الدراسة المنهج المسحي، واستخدمت استبانة محكمة من أجل الحصول على البيانات المطلوبة، طبقت الاستبانة على عينة عشوائية متاحة بطريقة كرة الثلج، وتكونت العينة من 383 مفردة.

وقد توصلت الدراسة لعدد من النتائج منها: أن النسبة الأكبر من أفراد عينة الدراسة من الجالية العراقية في الأردن تستخدم التطبيقات الرقمية سواء في تعاملها مع السفارة أو في حياتها الخاصة. وظهر أن شبكة الفيسبوك هي الأكثر شيوعا في الاستخدام في التواصل بين السفارة والجالية العراقية بدرجة مرتفعة.

أظهرت الدراسة أن أكثر الأشكال الاتصالية التي يعتمد عليها أفراد الجالية العراقية في الأردن في التفاعل مع التطبيقات الرقمية الخاصة بوزارة الخارجية العراقية كانت بوضع إشارة إعجاب Like عبر شبكات التواصل الاجتماعي للمنشورات التي قد تعجبهم، وجاء ذلك بدرجة متوسطة.

واتضح أن أكثر الأسباب وراء اعتماد أفراد الجالية العراقية في الأردن على التطبيقات الرقمية في التواصل مع وزارة الخارجية العراقية كان لإنجاز ما يحتاجونه من معاملات ووثائق، وجاء ذلك بدرجة متوسطة.

أما درجة رضا أفراد الجالية العراقية في الأردن عن الخدمات التي تقدمها وزارة الخارجية العراقية عبر تطبيقاتها الرقمية عبر سفارتها في عمان فكانت بدرجة متوسطة.

تعليق حول الدراسات السابقة

تناولت جميع الدراسات السابقة التي تم الحصول عليها وعرضها جانباً أو أكثر من جوانب العلاقة بين الإعلام الرقمي والدبلوماسية، ويمكن وصف تلك العلاقة بعلاقة تأثير الإعلام الرقمي على الأداء الدبلوماسي إيجابياً مثل دراسة (الزبون، 2019)، من ناحية توسيع القدرات والأدوات الدبلوماسية التي يمكن من خلالها التواصل مع الجمهور المستهدف، المتمثل في المواطنين (الرعايا والجاليات) بالدرجة الأولى مثلما أشارت دراسة محمد (2020)، ثم تحسين التواصل مع المجتمعات الأخرى بالنسبة لما تقوم به وزارات الخارجية تحديداً مثل دراسة (كريستينا، 2012)، ودراسة (هاني، 2011) التي اهتمت بالجمهور الداخلي والخارجي، أي بالاتصال بأفراد الجالية العراقية ثم تأثير ذلك على الاتصال بالمجتمعات المضيفة.

لكننا اليوم إزاء بيئة إعلامية رقمية جديدة كما أشارت دراسة (رايلي، 2014)، وكذلك دراسة (جمبو، 2017)، و(كريستينا، 2012) ولمثل هذه البيئة متطلبات أخرى يجب مواكبتها خصوصاً فيما يتعلق بالإعلام الإلكتروني.

من ناحية المنهج والأدوات، فقد تنوعت تلك المناهج والأدوات مع غلبة المنهج الوصفي المسحي، وباستثناء دراستي (كريستينا، 2012)، و(Riley, Patricia, 2014) وهما دراسات اعتمدت على المنهج الكيفي من مقابلات أو تحليل نظري، فإن باقي الدراسات كانت وصفية كمية اعتمدت على أداة الاستبانة في جمع المعلومات، ثم تحليلها للخروج بالنتائج.

تتميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في عدة جوانب، فالدراسة الحالية هي من الدراسات الأوائل التي تناولت الموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية العراقية وقامت بتحليل اتجاهات السياسة الخارجية للعراق من خلال تحليل مضامين الأخبار السياسية والدبلوماسية، وهي تتميز عن الدراسات السابقة في أكثر من جانب، الأول يتمثل في اختيارها دراسة الموقع الإلكتروني الرسمي للوزارة الخارجية العراقية حصرياً، بينما ذهبت الدراسات السابقة إلى دراسة مواقع التواصل الاجتماعي أو وسائل الإعلام بشكل عام مثل دراسة (جمبو، 2017)، والمفترض أن يمثل موقع الوزارة الحكومة العراقية خارجياً، من خلال تغطيته أخبار النشاط الدبلوماسي للوزير ومختلف كوادر الوزارة والبعثات الدبلوماسية العراقية إضافة إلى نشاطات الرئاسة. ويمثل هذا الموقع مثالا لواقع الحال من ناحية مدى التحول الرقمي في الوزارات والدوائر الحكومية أو ما يعرف بالحكومات الإلكترونية.

من ناحية المنهج، فإن الدراسة الحالية اعتمدت منهج تحليل المضمون لموقع الوزارة بحيث يمكن التعرف على طبيعة الأداء الإعلامي الدبلوماسي من الإعلام الرقمي، وبما يعرف باتجاهات وأطر السياسة الخارجية للدولة، ويسهم في تحسين العلاقات مع مختلف البلدان الصديقة.

الفصل الثالث

منهجية الدراسة

يستعرض هذا الفصل عدة عناوين هي: نوع الدراسة، ومنهج الدراسة ومجتمع الدراسة وعينته، وأداة جمع البيانات، وأساليب التحقق من صدقها وثباتها، وإجراءات الدراسة، والمعالجة الإحصائية.

أولاً: منهج الدراسة

تعد الدراسة الحالية من الدراسات الوصفية، التي تعرف بأنها "طريقة يتمكن الباحثون من خلالها وصف الظواهر العلمية والظروف المحيطة في بيئتها، والمجال العلمي الذي تنتمي إليه، وتصور العلاقة بينها وبين الظواهر الأخرى المؤثرة والمتأثرة (المزاهرة، 2020، 132). إذ اعتمد على هذا النوع من الدراسات لوصف الأطر الخيرية المستخدمة في الموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية العراقية. وفي إطار الدراسة الوصفية اعتمدت الدراسة الحالية على المنهج المسحي الذي يعتمد على دراسة الظاهرة كما توجد في الواقع والمرتكز على المسح الميداني للحصول على المصادر الرئيسية بهدف وصف وتوثيق الأوضاع الراهنة (زغيب، 2009) للتعرف على الأطر الخيرية المستخدمة في الموقع الإلكتروني الخاص بوزارة الخارجية العراقية.

يعرف بيرلسون Berelson B. الورد في عبد الحميد (2009، 16) تحليل المحتوى بأنه أسلوب البحث الذي يهدف إلى الوصف Descriptive الكمي والموضوعي والمنهجي للمحتوى الظاهر للاتصال.

يقوم تحليل المحتوى على مجموعة من الضوابط والقواعد العلمية المنظمة والمحددة، ترمي إلى معرفة أغراض نص ما من حيث مضمونه وشكله، وتحديد مدى اتفاق تلك الأغراض أو تعارضها

مع أفق توقع محلل النص. وتعرّف دائرة المعارف الدولية للعلوم الاجتماعية تحليل المضمون على أنه أحد المناهج المستخدمة في دراسة مضمون وسائل الاتصال المكتوبة أو المسموعة بوضع خطة منظمة تبدأ باختيار عينة من النص لتحليلها وتصنيفها كمياً وكيفياً (حسين، 1983، 44).

ويورد محمد عبد الحميد العديد من التعريفات لتحليل المضمون منها أنه "منهج من مناهج البحث العلمي يسعى عن طريق المقارنة الكمية المنهجية للمضمون الظاهر للمواد الاتصالية إلى الحصول على الاستدلالات الكيفية. وكذلك "هو أداة منهجية للدراسة الكمية والكيفية لمضمون وسيلة الاتصال، وهو أداة لملاحظة ووصف مادة الاتصال، وأداة لاختبار فروض معينة عن مادة الاتصال، وأداة للتنبؤ، وهنا تظهر أهميته كمنهج لدراسة الظاهرة محل التحليل في حالتها الديناميكية (عبد الحميد، 2009، 31-34). تتبع أهمية تحليل المضمون في الدراسات الإعلامية من أهمية الرسالة الإعلامية ذاتها، فهي المنتج الإعلامي الأساسي في عملية الاتصال، ومن خلالها يهدف القائم بالاتصال لإحداث التأثيرات المرجوة (الدبيسي، 2017).

بالنسبة لموضوع الدراسة الحالية، فإن تحليل المضمون يساعد على استخراج مؤشرات كمية موضوعية من الرسائل الإعلامية التي سيتم تحليلها في موقع وزارة الخارجية العراقية، بحيث يمكن أيضاً الاستدلال على الأداء الإعلامي أو الأداء الدبلوماسي، وكذلك، مواصفات الرسائل والتغطية الإخبارية وقولها وأساليبها الفنية وغير ذلك الكثير من الجوانب.

ثانياً: مجتمع الدراسة

يتمثل مجتمع الدراسة في الموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية العراقية بما فيه من الأخبار والصور والفيديوهات ذات العلاقة بتغطية النشاط الدبلوماسي والسياسي للوزير والبعثات الدبلوماسية العراقية،

ويتضمن الموقع أيضاً عدداً من الخدمات الإلكترونية التي تعنى بالموظفين والمواطنين على حد سواء.

ثالثاً: عينة الدراسة

قامت الدراسة التحليلية على عينة عشوائية منتظمة، وهي من ضمن العينات العشوائية الاحتمالية، وهي العينات التي يتم اختيار مفرداتها وفقاً لنظرية الاحتمالات، أي وفقاً لمعايير حسابية، بحيث تعطي العينات فرصاً متساوية أو معروفة لكل مفردة من مفردات مجتمع الدراسة في احتمال اختيارها في عينة الدراسة (المزاهرة، 2010، 113) وقد جرى اختيارها على مرحلتين، في المرحلة الأولى جرى تحديد سنة 2021 كعينة، وتبين أن مجموع أخبار هذه السنة في الموقع يبلغ (942) مادة إخبارية موزعة على (12) شهراً (ملحق رقم 1)، وهي عبارة عن مجموعة من الأخبار التي تغطي النشاط الدبلوماسي الذي تقوم به البعثات الدبلوماسية العراقية في الخارج، وكذلك ما يقوم به الوزير أو ما تقوم به الوزارة من نشاط داخل العراق أحياناً، من استقبالات ولقاءات واجتماعات مع بعثات أجنبية وسياسيين أجانب أثناء زيارتهم للعراق.

وعليه، فإن النشاط الدبلوماسي قد يكون داخل العراق إلى جانب النشاط الخارجي الذي يقوم به الوزير أو أي مبعوث دبلوماسي إلى جانب ما تمارسه البعثات الدبلوماسية العراقية في الدول المضيفة. وفي المرحلة الثانية، جرى تصميم طريقة العينة العشوائية المنتظمة، وذلك باختيار (20%) من المجموع العام لأخبار سنة 2021، وبقسمة العدد الكلي لأخبار سنة 2021 على (20%)، فإن طول الفئة في العينة المنتظمة يبلغ (5) درجات، ونتج عن ذلك في النهاية ما مجموعه (190) مادة إخبارية خضعت للتحليل.

رابعاً: أداة جمع البيانات

استمارة تحليل المضمون هي أداة الدراسة لجمع البيانات (ملحق رقم 2)، وفيها سبعة محاور أو فئات رئيسة توزعت على (89) فئة، وهي:

1. فئات الموضوعات والقضايا والأخبار التي اهتم الموقع الإلكتروني بتغطيتها وفيها الفئات من (26-1).

2. فئات المجال الجغرافي للنشاط الدبلوماسي والسياسي للدبلوماسية العراقية وفيها الفئات من (27-44).

3. فئات القوى الفاعلة في النشاط الدبلوماسي والسياسي من خلال التغطية الإخبارية للموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية وفيها الفئات من (45-56).

4. فئات أنماط الأنشطة التي يقوم بها الفاعلون في النشاط الدبلوماسي والسياسي عبر تغطية الموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية وفيها الفئات من (57-62).

5. فئات أنماط الأطر لمضامين النشاط الدبلوماسي والسياسي التي تغطيها أخبار الموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية العراقية وفيها الفئات من (63-67).

6. فئات أنماط الاستمالات المتضمنة في أخبار الموقع وفيها الفئات من (68-71).

7. فئات الأشكال الفنية والوسائط وعوامل الابرار المستخدمة في التغطية الإخبارية للموقع (كيف قيل؟) وفيها الفئات من (72-89).

ويتضمن الملحق (3) كشافاً مفصلاً بفئات التحليل.

خامساً: صدق الأداة

تم التحقق من صدق الأداة باستخدام طريقة الصدق الظاهري (Face Validity)، وتقضي هذه الطريقة بعرض الأداة على عدد من ذوي الاختصاص والخبرة من أجل تقييم مدى ملاءمة الأداة للأهداف التي وضعت لأجلها من حيث المحاور والأسئلة التي تعبر عن أهداف الدراسة ومن حيث سلامة الصياغة اللغوية، وقد تم إجراء التعديلات المناسبة لبعض الفقرات في ضوء مقترحات وتوصيات المحكمين، حيث تم اعتماد الفقرات إلى حصلت على تأييد غالبية المحكمين مما يجعل أداة الدراسة ذات صلاحية عالية للتطبيق على عينة الدراسة (النجار وآخرون، 2010: 141).

وقد تم التحقق من الصدق الظاهري للأداة من خلال عرضها على سبعة محكمين من أساتذة الجامعات الأردنية، واتخذت شكلها النهائي إثر ذلك (ملحق رقم 4).

سادساً: ثبات الأداة

يعني ثبات الأداة من الناحية النظرية "ضرورة الوصول إلى اتفاق كامل في النتائج بين الباحثين الذين يطبقون نفس الأسس والأساليب على المادة الإعلامية نفسها، وإن كان يصعب تحقيق هذا الاتفاق الكامل من الناحية العملية"، لذلك يجب محاولة تخفيض نسبة التباين بين المرمرين إلى أقل حد ممكن من خلال السيطرة على العوامل التي تؤدي إلى ظهور هذا التباين (عبد الحميد، 2009). (201).

وهناك اختبار الثقة الذي يسبق التحليل النهائي الذي نفذه الباحث بعد تحديد وحدات العينة، ويقضي هذا الاختبار بقيام الباحث بتحليل عينة تجريبية يتم اختيارها بطريقة عشوائية صغيرة من العينة الرئيسية، وقد طبق الباحث هذا الأسلوب على عينة تجريبية تتألف من (20) مادة من الأخبار الواردة في الموقع. بعد ذلك قام الباحث وباحث آخر بعملية تحليل العينة التجريبية، حيث قاما

بتصنيف تلك الأخبار حسب الفئات المتعددة في صحيفة التحليل التي تم تحكيماها، وباستخدام معادلة هولستي (Holsti, O.R, 1969) تم تحديد درجة الثبات كالتالي:

$$2M/(N1+N2) = \text{Reliability}$$

ويرمز المتغير M في المعادلة إلى عدد قرارات الترميز التي يتفق عليها المرمران، ويرمز المتغيران N1 و N2 إلى المجموع الكلي لقرارات الترميز من قبل المرمرين (Holsti, 1969, 138). وقد قام الباحث بتحليل (79) فئة بعد أن قام المحلل الإحصائي بذلك أولاً، ثم تبين أن تم الاتفاق على (70) وبتطبيق معادلة هولستي، فقد تبين أن نسبة الثبات تبلغ = 0.88.

سابعاً: المعالجة الإحصائية

قام الباحث بتحليل العينة بطريقة التحليل والعد اليدوي، ثم بعد ذلك قام باستخدام برنامج رزمة التحليل الإحصائي للعلوم الاجتماعية (SPSS) لاستخراج نتائج الدراسة وبالاعتماد على التكرارات والنسب المئوية والرسوم البيانية.

ثامناً: تحديد وحدات التحليل وفئاته

لما كان تحليل المضمون إلى وصف عناصر المضمون وصفاً كمياً، فقد جزء الباحث المضمون إلى وحدات Units أساسية يسهل عدّها وإحصاؤها وحساب تكراراتها، وقد اختار الباحث وحدتي الموضوع Theme Unit والكلمة The Word Unit وحدتين أساسيتين في التحليل حسب بعض المراجع المتخصصة، وتمثل وحدة الموضوع أن الفكرة أهم وحدات تحليل المضمون وأكثرهما إفادة واستخداماً في بحوث الإعلام، وتعد إحدى العناصر الرئيسة في تحليل المحتوى الإعلامي، والدعائي،

وتحليل الاتجاهات، والقيم، والمعتقدات حسب بعض المراجع المتخصصة التي أشار لها عبد الكريم

الديبسي (2017). ص 126

تاسعا: إجراءات الدراسة

قام الباحث بقراءة ما أمكن من الأدب النظري والاطلاع على الدراسات السابقة ذات الصلة

بالدراسة، وهي عملية بدأ بها الباحث منذ الشروع في التفكير في هذا الموضوع.

في مرحلة لاحقة قام الباحث بتصميم صحيفة تحليل المضمون وتحكيمها والتحقق من ثباتها

حسب الإجراءات المشار إليها، أي عن طريق العينة التجريبية. بعد ذلك، قام الباحث بتحليل عينة

الأخبار واستخراج النتائج الإحصائية وبمساعدة محللين مختصين، ثم قام بعرض نتائج الدراسة في

جداول مناسبة، ثم تمت كتابة فصول الدراسة وعرض النتائج في الفصل الرابع ومناقشتها في الفصل

الخامس.

الفصل الرابع

عرض نتائج الدراسة

يتضمن هذا الفصل عرضاً لنتائج الدراسة وفق ترتيب الأسئلة وكما يلي:

نتائج السؤال الأول: فئات قضايا وموضوعات النشاط الدبلوماسي الرئيسية للأخبار التي نشرها الموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية العراقية.

للتعرف على فئات قضايا وموضوعات النشاط الدبلوماسي الرئيسية للأخبار المنشورة في الموقع

الإلكتروني لوزارة الخارجية العراقية، فقد تم استخراج التكرارات والنسب المئوية مرتبة تنازلياً كما في

الجدول التالي:

الجدول (4-1)

فئات قضايا وموضوعات النشاط الدبلوماسي الرئيسية

الرتبة	النسبة	التكرار	المجال الموضوعي
1	28.4	58	سياسي
2	20.5	42	تعاون دولي
3	15.2	31	تعاون ثنائي عام
4	11.2	23	بروتوكولي
5	08.8	18	عسكري/ أمني
6	08.8	17	اقتصادي
7	04.4	09	إعادة إعمار
8	02.8	06	أخرى
	100	204	المجموع

تظهر بيانات الجدول أعلاه أن الأنشطة الدبلوماسية والسياسية التي نشرها الموقع الإلكتروني

لوزارة الخارجية العراقية سجلت تكرارات بلغت (204) مرة، وتوزعت على (7) موضوعات وقضايا

معروفة إضافة إلى فئة "أخرى" التي تعني طرح موضوعات وقضايا لم تتل أكثر من تكرارين لكل

واحدة منها وبما نسبته (2.8%) من مجمل الموضوعات والقضايا.

وأظهرت النتائج أن أكثر الموضوعات تكراراً بين فئات وقضايا الموضوعات جاءت للموضوعات والقضايا السياسية بنسبة (28.4%)، ثم "التعاون الدولي" بنسبة (20.5%)، ثم "قضايا وموضوعات التعاون الثنائي العام" بنسبة (15.2%).

وأظهرت النتائج أيضاً أن الموضوعات والقضايا الأخرى حازت على نسب أدنى تراوحت بين (2.8 - 11.2%)، وهي: "قضايا وأنشطة بروتوكولية"، و"عسكرية/ أمنية"، ثم "اقتصادية"، ثم مسائل "إعادة الإعمار في العراق"، ثم قضايا أخرى بتكرارات ضئيلة جداً مثل: قضايا طبية وبيئية وغيرها.

وتتوزع الفئات الفرعية لهذا السؤال على ثلاث فئات كما يلي:

1-1- الفئات الفرعية للتعاون السياسي

الجدول (4-2)

الفئات الفرعية للتعاون السياسي

الترتبة	النسبة	التكرار	التعاون السياسي
1	32.6	47	تعاون سياسي ثنائي
2	23.6	34	تنسيق سياسي دولي
3	18.8	27	تنسيق سياسي إقليمي
4	10.4	15	انتخابات عراقية
5	09.0	13	أخرى
6	05.6	08	الأزمات الإقليمية
	100	144	المجموع

تظهر بيانات الجدول أعلاه أن فئات الموضوعات والقضايا السياسية التي نشرها الموقع

الإلكتروني لوزارة الخارجية العراقية سجلت تكرارات بلغت (144) مرة، وتوزعت على "تعاون سياسي

ثنائي" بنسبة (32.6%)، وفئة "تنسيق سياسي دولي" بنسبة (23.6%)، وفئة "تنسيق سياسي إقليمي"

بنسبة (18.8%).

أما الفئات التي نالت أقل نسبة فهي فئة "انتخابات عراقية" بنسبة (10.4)، وفئة "أخرى" بنسبة (09.0%)، وفئة "الأزمات الإقليمية" بنسبة (05.6%).

2-1- الفئات الفرعية للتعاون الاقتصادي

الجدول (3-4)

الفئات الفرعية للتعاون الاقتصادي

الرتبة	النسبة	التكرار	الاقتصادي
1	28.6	23	تبادل تجاري
2	23.7	19	تشجيع الاستثمار
3	16.2	13	كهرباء و طاقة
4	08.7	07	زراعة و غذاء
5	07.5	06	أخرى
6	06.2	05	غير محدد
7	05.4	04	سياحة
8	03.7	03	نفط
	100	80	المجموع

تظهر بيانات الجدول أعلاه أن فئات الموضوعات والقضايا الاقتصادية التي نشرها الموقع

الإلكتروني لوزارة الخارجية العراقية سجلت تكرارات بلغت (80) مرة، وتوزعت بالترتيب التنازلي كما

يلي:

فئة "تبادل تجاري" بنسبة (28.6%)، وفئة "تشجيع الاستثمار" بنسبة (23.7%) وفئة "كهرباء

وطاقة" بنسبة (16.2%)، وفئة "زراعة و غذاء" بنسبة (8.7%).

بينما حازت باقي الفئات على نسب قليلة، فقد حازت فئة "موضوعات اقتصادية أخرى" على

نسبة مئوية بلغت (7.5%)، وفئة "موضوعات غير محددة" بنسبة (6.2%)، وفئة "موضوعات

وقضايا السياحة بنسبة (5.4%)، أما موضوع "النفط" فقد حاز على أقل نسبة وقد بلغت (3.7%).

3.1. الفئات الفرعية للتعاون العسكري/ الأمني

الجدول (4-4)

الفئات الفرعية للتعاون العسكري/ الأمني

الرتبة	النسبة	التكرار	تعاون عسكري/ أمني
1	45.5	15	التنسيق الأمني
2	33.3	11	مكافحة الإرهاب
3	12.1	04	قضايا السلاح/ خطط عسكرية
4	09.0	03	التدريب العسكري
	100	33	المجموع

تظهر بيانات الجدول أعلاه أن فئات الموضوعات والقضايا العسكرية والأمنية التي نشرها الموقع

الإلكتروني لوزارة الخارجية العراقية سجلت تكرارات بلغت (33) مرة، وتوزعت تنازلياً كما يلي:

فئة "موضوعات التنسيق الأمني" بنسبة (45.5%)، وفئة "مكافحة الإرهاب" بنسبة (33.3%)،

وفئة "قضايا السلاح/ خطط عسكرية بنسبة (12.1%)، وأخيراً فئة التدريب العسكري" بنسبة (9%).

نتائج السؤال الثاني: فئات المجال الجغرافي للأخبار التي نشرها الموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية العراقية.

للتعرف على فئات المجال الجغرافي للنشاط الدبلوماسي في الأخبار المنشورة في الموقع

الإلكتروني لوزارة الخارجية العراقية، فقد تم استخراج التكرارات والنسب المئوية مرتبة تنازلياً كما في

الجدول التالي:

الجدول (4-5)
فئات المجال الجغرافي

الرتبة	النسبة	التكرار	المجال الجغرافي
1	22.5	55	دول أوروبا والفايتكان
2	15.8	39	بغداد
3	15.4	38	دول الخليج العربي واليمن
4	09.4	23	منظمات وهيئات دولية
5	07.8	19	دول بلاد الشام
6	06.0	15	منظمات ومحاور إقليمية
7	05.0	12	الهند وباكستان وأفغانستان
8	04.5	11	روسيا ودول الاتحاد السوفييتي السابق
9	03.6	09	جمهورية مصر
10	02.8	07	دول شرق وجنوب آسيا مع اليابان
11	02.4	06	إيران
12	02.0	05	دول المغرب العربي
13	02.0	05	الولايات المتحدة الأمريكية
14	00.8	02	استراليا + تركيا
	100	246	المجموع

تظهر بيانات الجدول أعلاه أن فئات المجال الجغرافي للموضوعات والأخبار التي نشرها الموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية العراقية سجلت تكرارات بلغت (246) مرة، وتفسر زيادة الرقم عن عدد مفردات عينة الدراسة البالغة (190) خبراً، بأن بعض الأخبار وقعت أحداثها في أكثر من موقع، فاجتماع وزير الخارجية العراقي أو أي من أركان الوزارة مع أحد السفراء الأجانب يسجل مرتين، مرة في بغداد، ومرة أخرى لبلد السفير الأجنبي، وفي بعض الحالات، تم تسجيل أكثر من موقع في الخبر الواحد لأن النشاط شارك فيه عدة ممثلون ومسؤولون من عدة دول مثل المؤتمرات الإقليمية أو الدولية، وقد تم اعتماد هذا الأسلوب في العد لأجل توثيق المراكز السياسية المشاركة في التواصل السياسي والدبلوماسي.

وقد توزعت فئات المجال الجغرافي مرتبة تنازلياً كما يلي:

حازت فئة "دول أوروبا والفايكان" على الترتيب الأول بنسبة بلغت (22.5%) علماً أن الفايكان ظهر بتكرارين فقط من أصل (55) تكراراً لدول الاتحاد الأوروبي، ثم فئة "الأنشطة التي عقدت في العاصمة بغداد" بنسبة بلغت (15.8%)، ثم فئة "الأنشطة التي عقدت في دول الخليج العربي واليمن بنسبة بلغت (15.4%) مع الإشارة أن الفئة الفرعية دولة "اليمن" تكررت مرتين فقط من بين (39) تكراراً، أما فئة "منظمات وهيئات دولية" فقد ظهرت بنسبة بلغت (9.4%)، ويعني ذلك أن العراق شارك في هذه المؤتمرات بصرف النظر عن مكان عقدها، تلا ذلك الفئة الجغرافية التي تضم "دول بلاد الشام (سوريا، الأردن، فلسطين، لبنان)، وجاءت بتكرار بلغ (19) مرة، بنسبة (7.8%)، كان للأردن منها (8) مرات، ولسوريا (5) مرات، أما فئة "منظمات ومحاور إقليمية" فقد جاءت بنسبة (06.0%)، بينما جاءت باكستان وأفغانستان بتكرار (12) مرة وبنسبة (05.0%).

وجاءت مجموعة أخرى من الدول والأقاليم في آخر القائمة، وهي على التوالي: روسيا الاتحادية وبعض دول الاتحاد السوفييتي السابق بنسبة (04.5%)، ثم جمهورية مصر العربية بنسبة (3.6%)، ودول شرق وجنوب آسيا مع اليابان بنسبة (2.8%)، وجمهورية إيران بنسبة (2.4%)، ودول المغرب العربي بنسبة (02.0%)، ثم أخيراً الولايات المتحدة الأمريكية بنسبة (02.0%) أيضاً.

فيما ظهرت بعض الدول بتكرارات ونسب ضئيلة نسبياً وهي: استراليا، وتركيا. بينما لم تظهر

باقي الدول الأفريقية (غير شمال افريقيا ومصر) بأي نسبة.

نتائج السؤال الثالث: فئات القوى الفاعلة في النشاط الدبلوماسي للأخبار التي نشرها الموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية العراقية.

للتعرف على فئات القوى الفاعلة في أخبار الموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية العراقية، فقد تم

استخراج التكرارات والنسب المئوية مرتبة تنازلياً كما في الجدول التالي:

الجدول (4-6)

فئات القوى الفاعلة

الرتبة	النسبة	التكرار	القوى الفاعلة في النشاط
1	25.0	106	سفراء
2	20.8	88	وزراء (55 منها) لوزير خارجية العراق
3	18.0	76	مديرون/ ووكلاء وزارات وهيئات - غير عراقية
4	17.4	73	مسؤولون في وزارة الخارجية العراقية
5	03.5	15	بيان صحفي
6	03.0	13	جاليات عراقية
7	02.8	12	رؤساء حكومات
8	02.6	11	هيئات دولية
9	02.4	10	ملتقيات دولية
10	02.1	09	هيئات غير حكومية محلية
11	02.1	09	رؤساء دول
12	0.2	1	وسائل إعلام
	100	423	المجموع

تظهر بيانات الجدول أعلاه أن فئات القوى الفاعلة في الأخبار التي نشرها الموقع الإلكتروني

لوزارة الخارجية العراقية سجلت تكرارات بلغت (423) مرة، وتوزعت على الفئات التالية مرتبة تنازلياً:

فئة "سفراء" - من جميع الأطراف - في الترتيب الأول وبنسبة (25%)، وفئة "وزراء - من

جميع الأطراف" بتكرار (88) مرة وبنسبة (20.8%)، وسجل في هذه الفئة ما مجموعه (55) تكرارا

للأخبار التي غطت أنشطة وتصريحات وزير الخارجية العراقي فؤاد حسين، وهي تعادل ما نسبته

(62.5%) لفئة الوزراء، وما نسبته (13%) من المجموع الكلي لفئات القوى الفاعلة، وجاء في الترتيب الثالث فئة "مديرون ووكلاء وزارات أو هيئات غير عراقية" بنسبة (18%)، بينما سجلت فئة "مسؤولون في وزارة الخارجية العراقية" نسبة (17.4%).

وجاءت سبع فئات أخرى بنسب ضئيلة تراوحت بين (3.5 - 0.02%) وهي كما يلي مرتبة

تتالياً:

بيان صحفي (أي أن الخبر عبارة عن بيان صحفي صادر عن الوزارة)، وفئة "جاليات عراقية"،

ثم فئة "رؤساء حكومات"، ثم فئة "هيئات دولية"، ثم فئة "ملتقيات دولية"، وفئة "هيئات غير حكومية

محلية"، وفئة "رؤساء دول"، ثم فئة "وسائل إعلام" في آخر القائمة.

نتائج السؤال الرابع: طبيعة النشاط للفاعلين التي ظهرت في الأخبار التي نشرها الموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية العراقية.

للتعرف على فئات طبيعة القوى الفاعلة للنشاط الدبلوماسي في الأخبار المنشورة في الموقع

الإلكتروني لوزارة الخارجية العراقية، فقد تم استخراج التكرارات والنسب المئوية مرتبة تنازلياً كما في

الجدول التالي:

الجدول (4-7)

طبيعة نشاط القوى الفاعلة

الرتبة	النسبة	التكرار	أبرز نشاط القوى الفاعلة
1	64.2	146	البحث والنقاش وتبادل وجهات النظر
2	14.6	33	بروتوكولي/ مجاملات
3	11.0	25	مشاركة مؤتمرات وندوات
4	06.6	15	بيان/ تصريح
5	03.6	08	توقيع اتفاقيات
	100	227	المجموع

تظهر بيانات الجدول أعلاه أن فئات "أبرز الأنشطة" التي مارسها المسؤولون في زارة الخارجية ونظرائهم من المسؤولين الأجانب ونشرها الموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية العراقي سجلت تكرارات بلغت (227) مرة، وتوزعت على ما يلي مرتبة تنازلياً:

فئة "البحث والنقاش وتبادل وجهات النظر" في الرتبة الأولى وبنسبة (64.2%)، ثم فئة "بروتوكولي/ مجاملات" في الرتبة الثانية وبنسبة (14.6%)، ثم فئة "مشاركة مؤتمرات وندوات" في الرتبة الثالثة وبنسبة (11.0%)،

ثم فئة "بيان/ تصريح/" في الرتبة الرابعة وقبل الأخيرة بنسبة (06.6%)، ثم في الرتبة الأخيرة فئة "توقيع اتفاقيات" بنسبة (03.6%).

نتائج السؤال الخامس: فئات الأطر الإعلامية التي ظهرت في الأخبار التي نشرها الموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية العراقية.

للتعرف على فئات الأطر الإعلامية في أخبار الموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية العراقية، فقد

تم استخراج التكرارات والنسب المئوية مرتبة تنازلياً كما في الجدول التالي:

الجدول (4-8)

فئات الأطر الإعلامية لعينة الأخبار

الرتبة	النسبة	التكرار	فئات الأطر
1	21.1	44	علاقات ثنائية عامة
2	19.7	41	تعاون سياسي دبلوماسي
3	13.5	28	إطار التعاون الإقليمي
4	12.0	25	تعاون اقتصادي
5	11.5	24	تعاون دولي
6	10.0	21	تعاون أمني/ عسكري
7	08.7	18	تعاون علمي/ تعليمي/ ثقافي
8	03.4	07	أطر أخرى
	100	208	المجموع

تظهر بيانات الجدول أعلاه أن فئات "الأطر الإعلامية" التي استخدمت في الأخبار التي نشرها الموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية العراقية سجلت تكرارات بلغت (208) مرة، وهو عدد يزيد عن عدد مفردات العينة البالغ (190) خبراً، وهذا يعني أن بعض الأخبار تضمنت أكثر من إطار، خصوصاً الأخبار الطويلة ومتعددة الأطراف الفاعلة، وتوزعت على سبعة أطر رئيسية وفئة "أطر أخرى متنوعة"، وجاءت حسب التكرارات والنسب مرتبة تنازلياً كما يلي:

إطار "علاقات ثنائية عامة" بنسبة (21.1%)، ثم إطار "تعاون سياسي دبلوماسي" بنسبة (19.7%)، ثم إطار "إطار التعاون الإقليمي" بنسبة (13.5%)، ثم إطار "تعاون اقتصادي" بنسبة (12.0%)، ثم إطار "تعاون دولي" بنسبة (11.5%)، ثم إطار "التعاون الأمني/ العسكري" بنسبة (10.0%)، ثم إطار "تعاون علمي/ تعليمي/ ثقافي" بنسبة (8.7%)، وأخيراً فئة "أطر أخرى" التي شملت مجموعة من الأطر قليلة التكرار مثل إطار مشاركة منتدى علمي حول تطورات الملف النووي الإيراني: أو إطار التعاون الطبي الذي لم يظهر إلا نادراً. أو مشاركة وزير الخارجية بكلمة في مؤتمر اللجنة النيابية للشهداء في أحد التيارات السياسية في مجلس النواب.

نتائج السؤال السادس: فئات الاستمالات التي استخدمت في الأخبار التي نشرها الموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية العراقية.

للتعرف على فئات الاستمالات الإقناعية المستخدمة في أخبار الموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية

العراقية، فقد تم استخراج التكرارات والنسب المئوية مرتبة تنازلياً كما في الجدول التالي:

الجدول (4-9)

فئات الاستمالات المستخدمة

الرتبة	النسبة	التكرار	الاستمالات
1	34.3	71	العقلية/ المنطقية
2	30.0	62	الوجدانية
3	25.1	52	دون استمالات واضحة
4	10.6	22	التخوفية
	100	207	المجموع

تظهر بيانات الجدول أعلاه أن فئات "الاستمالات الإقناعية" التي تم استنتاجها من تحليل مضمون الأخبار التي نشرها الموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية العراقية سجلت تكرارات بلغت (207) مرة، وهو ما يزيد قليلاً عن عدد مفردات العينة البالغة (190) خيراً، وتوزعت هذه الاستمالات على أربع فئات مرتبة تنازلياً كما يلي:

فئة "الاستمالات العقلية/ المنطقية" بنسبة (34.3%)، ثم فئة "الاستمالات الوجدانية" بنسبة (30.0%)، ثم فئة "دون استمالات" بنسبة (25.1%)، وهي تعني أن الخبر جاء مقتضبا يخلو من أي إشارة أو استمالة لا ظاهرة ولا مبطنة. ثم فئة "الاستمالات التخوفية" بنسبة (10.6%).

نتائج السؤال السابع: فئات الأشكال الفنية والوسائط وعوامل الإبراز التي ظهرت في الأخبار التي نشرها الموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية العراقية.

للتعرف على فئات الأشكال الفنية والوسائط وعوامل الإبراز في أخبار الموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية العراقية، فقد قسم السؤال إلى خمس فئات فرعية، وتم استخراج التكرارات والنسب المئوية مرتبة تنازلياً كما في الجداول التالية:

1.7. فئة القوالب الفنية للخبر

الجدول (4-10)
فئات القوالب الفنية للخبر

الرتبة	النسبة	التكرار	القوالب الفنية للخبر
1	82.0	156	الهرم المقلوب
2	10.0	19	الهرم المعتدل
3	08.0	15	المستطيل/ بيان
	100	190	المجموع

تظهر بيانات الجدول أعلاه أن فئات القوالب الفنية للأخبار التي نشرها الموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية العراقية سجلت تكرارات بلغت (190) مرة وهو عدد مطابق لعدد مفردات العينة العشوائية المنتظمة التي تم تحليلها، وتوزعت القوالب الفنية على ثلاثة قوالب فنية فقط مرتبة تنازلياً كما يلي: فئة "الهرم المقلوب" بنسبة (82.0%)، ثم فئة "الهرم المعتدل" بنسبة (10.0%)، ثم فئة "المستطيل"، وهو شكل أقرب إلى التغريدات أو التصريحات القصيرة التي لا مقدمة فيها ولا خلاصة، كحال القوالب الأخرى. وجاءت هذه الفئة بنسبة (08.0%).

بينما يقوم الهرم المعتدل على مقدمة، وجسم، وخاتمة تتضمن أهم عناصر الخبر، ويتصف الهرم المعتدل بأنه خبر مركب. يحوي تفاصيل متعددة. بعكس الهرم المقلوب الذي يبدأ بتمهيد يضم أهم عناصر الخبر، ثم جسم الخبر، ثم نهاية لبعض التفاصيل الأقل أهمية.

2.7. فئة أنماط العناوين (رئيسي وفرعي)

الجدول (4-11)
أنماط العناوين من حيث الرئيس والفرعي

الرتبة	النسبة	التكرار	العناوين
1	83,7	159	رئيس
2	08.4	16	رئيس/ وفرعي
3	07.9	15	بيان/ تصريح
	100	190	المجموع

تظهر بيانات الجدول أعلاه أن فئات العناوين من حيث تقسيمها إلى عنوان رئيس وعنوان فرعي سجلت تكرارات بلغت (190) مرة، وهو عدد مطابق لعدد مفردات عينة التحليل، وتوزعت أنماط العناوين من حيث الرئيس والفرعي على ثلاث فئات كما يلي:

فئة "عنوان رئيس" بواقع (159) تكرارا بنسبة (83.7%) من العينة الاجمالية، ثم فئة "عنوان رئيس وفرعي" بتكرار (16) وبنسبة (8.4%)، ثم أخيرا فئة "عنوان بيان/ تصريح" بتكرار (15) مرة، وبنسبة (7.9%).

3.7. فئة نمط العنوان من حيث الطول

الجدول (4-12)

أنماط العناوين من حيث طول العنوان

الرتبة	النسبة	التكرار	نوع العناوين
1	61.6	117	طويل
2	21.6	41	متوسط
3	10.0	19	قصير
4	06.8	13	كلمة/ كلمتين
	100	190	المجموع

تظهر بيانات الجدول أعلاه أن فئات نوع العناوين من حيث الطول للأخبار لتي نشرها الموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية العراقية قد صنفت على ثلاثة أنماط: الطويل الذي يزيد عن (10) كلمات، والمتوسط الذي يتراوح بين (6-10) كلمات، ثم القصير الذي يتراوح بين (3-5) كلمات، ثم عنوان (الكلمة أو الكلمتين) والأخير لم يظهر إلا في بيانات الوزارة أو تصريحات مختصرة جدا.

وأظهرت النتائج أعلاه أن فئة العنوان الطويل جاءت بتكرار (117) مرة بنسبة (61.6%)، ثم فئة "العنوان المتوسط" بتكرار (41) مرة وبنسبة (21.6%)، ثم فئة "عنوان قصير" بتكرار (19) مرة وبنسبة (10.0%)، ثم فئة "عنوان كلمة أو كلمتين"، بواقع (13) مرة وبنسبة (6.8%).

4.7. فئات نوع العناوين من حيث العناصر الإخبارية

الجدول (4-13) أنماط العناوين من حيث العناصر الإخبارية

الرتبة	النسبة	التكرار	نوع العناوين
1	90.6	172	إخباري
2	02.6	05	وصفي
3	06.8	13	أخرى/ كلمات مفتاحية
	100	190	المجموع

تظهر بيانات الجدول أعلاه أن فئات نوع عناوين الأخبار من حيث الأسلوب قد جاءت على ثلاثة أنماط فقط وسجلت تكرارات بلغت (190) وهو عدد مطابق لعدد مفردات عينة التحليل، وتوزعت الفئات كما يلي:

1. فئة "العنوان الإخباري" بواقع (172) مرة وبنسبة (90.6%)، والعنوان الإخباري هو الذي يتضمن أهم عناصر الخبر مثل (من؟ ماذا؟ أين؟) وقد يزيد على ذلك أحيانا (متى؟ ولماذا؟).
2. فئة "عنوان الكلمة المفتاحية" بواقع (13) مرة وبنسبة (06.8%)، وهو الذي يتكون من كلمة أو كلمتين ترمز أو ترمزان إلى الفعل أو الخبر، مثل كلمة "بيان"، أو "تهنئة".
3. فئة "العنوان الوصفي" بواقع (5) مرات فقط، وهو الذي يقدم معلومات إضافية عن الحدث فيصف أهم عناصره.

5.7. فئات الصور والفيديوهات المرافقة للخبر

الجدول (4-14) الصور والفيديوهات المرافقة للخبر

الرتبة	النسبة	التكرار	الصور والفيديو
1	97.2	524	الصور
2	02.8	15	صورة من الأرشيف
	100	539	المجموع
3	24.2	46	فيديو
	100	585	المجموع

تظهر بيانات الجدول أعلاه أن فئات الصور والفيديوهات المرافقة للأخبار التي نشرها الموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية العراقية سجلت تكرارات بلغت (539) مرة (دون احتساب الفيديوهات لأنها مرافقة للصور)، وتوزعت على ثلاثة أصناف مرتبة كما يلي:

1. الصور الفوتوغرافية بتكرار بلغ (524) وبنسبة (97.2%).
2. صورة أرشيفية بتكرار (15) مرة، وبنسبة (02.8%) من مجموع الصور.
3. الفيديوهات بتكرار (46) فيديو وبنسبة (24.2%) من عينة الأخبار البالغة (190) مفردة.

الفصل الخامس

مناقشة نتائج الدراسة

يتضمن هذا الفصل مناقشة لنتائج الدراسة وتلخيصاً لأهم النتائج، ووفق ترتيب الأسئلة وكما يلي:

مناقشة نتائج السؤال الأول: فئات قضايا وموضوعات النشاط الدبلوماسي الرئيسة التي ظهرت في عينة الأخبار التي نشرها الموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية العراقية.

أظهرت نتائج التحليل أن الأنشطة الدبلوماسية والسياسية التي نشرها الموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية العراقية سجلت تكرارات بلغت (204) مرة، وتوزعت على (7) موضوعات وقضايا معروفة إضافة إلى فئة "أخرى" التي تعني طرح موضوعات وقضايا لم تتل أكثر من تكرارين لكل واحدة منها وبما مجموعه (2.8%).

وتظهر النتائج أن أكثر الموضوعات تكراراً بين فئات وقضايا الموضوعات جاءت للموضوعات والقضايا السياسية بنسبة (28.4%)، ثم "التعاون الدولي" بنسبة (20.5%)، ثم "قضايا وموضوعات التعاون الثنائي العام" بنسبة (15.2%).

يُستدل من هذه النتائج أن الموضوع السياسي بمفهومه العام كان هو الاهتمام الأبرز من بين مختلف القضايا والأحداث التي اهتمت بها الدبلوماسية العراقية، وهو أمر منطقي بالنظر إلى الدور الرئيس المناط بوزارة الخارجية في الحكومة. ويُستدل أيضاً أن الدبلوماسية العراقية أولت اهتماماً كبيراً لكل من التعاون الدولي، والتعاون الثنائي في مختلف المجالات التي قد تتضمن أهدافاً مختلفة سياسية واقتصادية وأمنية وغير ذلك. بينما برز النشاط البروتوكولي في مستوى متوسط وهو يقع في صلب مهام وزارة الخارجية، وغالبا ما يعني مهام روتينية كلاسيكية أو تتعلق بالمشاركة في بعض المناسبات الخاصة بالدولة المضيفة.

أما باقي مختلف الموضوعات، فقد استأثرت باهتمام أقل ليس لأنها متدنية الأهمية، بل لأنها قد تكون من اختصاصات وزارات أخرى إلى جانب وزارة الخارجية.

وتتوزع الفئات الفرعية لهذا السؤال على ثلاث فئات كما يلي:

1-3- الفئات الفرعية للتعاون السياسي

أظهرت نتائج التحليل أن فئات الموضوعات والقضايا السياسية التي نشرها الموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية العراقية سجلت تكرارات بلغت (144) مرة، وتوزعت على "تعاون سياسي ثنائي" بنسبة (32.6%)، والفئة تشير إلى ما حددته الأخبار من بحث أو تعاون في "القضايا الثنائية أو ذات الاهتمام المشترك" دون تحديد لهذه القضايا، وهي عبارات مستخدمة بكثرة في الإعلام الدبلوماسي والسياسي. أما فئة "تنسيق سياسي دولي"؛ فجاءت بنسبة (23.6)، وهي تُعنى باللقاءات والمشاورات والتعاون الدولي في مجالات متعددة، بينما جاءت فئة "تنسيق سياسي إقليمي" بنسبة (18.8%)، وهي تُعنى ببعض المسائل ذات البعد الإقليمي، مثل التنسيق مع دول الاتحاد الخليجي، أو دول الاتحاد الأوروبي، أو دول محور (الأردن، مصر).

تتفق هذه النتائج مع بعض نتائج الدراسات السابقة من حيث تأكيدها على الدور الإعلامي للدبلوماسية في تحسين العلاقات بين الدول وفي تعزيز التعاون الثنائي والدولي، ومن ذلك أحمد ونوفيلي (2019) التي أشارت إلى أن غياب المعلومات عن المهام والخدمات التي يؤديها الموقع الحكومي الإلكتروني يؤدي إلى ضعف الثقة في الموقع من حيث المعلومات والخدمات التي يقدمها، وقدرته على التعبير عن هوية الموقع الحكومية وتمثيله للمنظمة بعده أحد وسائلها الاتصالية.

وتتفق هذه النتائج مع مفاهيم نظرية التأطير الإعلامي التي تؤكد على أهمية الإطار العام الذي يُبنى على أهداف السياسة، وسياقها العام، وفق ما تصيغه التصريحات والأخبار.

يُستدل من هذه النتائج أن موضوعات "التعاون السياسي الثنائي" و "التنسيق السياسي الدولي" ثم "التنسيق السياسي الإقليمي" كانت أبرز الموضوعات السياسية في أنشطة وزارة الخارجية العراقية. أما الانتخابات البرلمانية، فقد استحوذت على اهتمام واسع بالنظر أن التغطية التي ارتبطت بالانتخابات ولم تمتد طوال السنة، بل اقتصرت على بضعة شهور من لحظة الإعلان عنها وحتى إجرائها في العاشر من أكتوبر/ تشرين الثاني 2021.

1-4- الفئات الفرعية للتعاون الاقتصادي

أظهرت نتائج التحليل أن فئات الموضوعات والقضايا الاقتصادية التي نشرها الموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية العراقية سجلت تكرارات بلغت (80) مرة، وتوزعت بالترتيب التنازلي كما يلي:

فئة "تبادل تجاري" بنسبة (28.6%)، وفئة "تشجيع الاستثمار" بنسبة (23.7%) وفئة "كهرباء وطاقات" بنسبة (16.2%)، وفئة "زراعة وغذاء" بنسبة (8.7%). أما موضوع "النفط" فقد حاز على أقل نسبة حيث بلغت (3.7%).

أما فئة النشاط المرتبط بالسياحة، فهو لم يكن في سلم الاهتمامات بحكم الظروف السياسية والأمنية التي ما زالت تُخيم على العراق والمنطقة، بينما لم يتكرر موضوع النفط في العلاقات الدولية لأن مسألة النفط مرتبطة بوزارة أخرى غير وزارة الخارجية ومن خلالها تجري العقود والمناقشات المرتبطة بالنفط.

وقد أشارت دراسة (الربيعي، 2010) إلى أهمية تأثير الوضع الداخلي على السياسة الخارجية بما فيها الوضع الاقتصادي، والوضع الأمني، وغير ذلك.

يُستدل من هذه النتائج أن مسائل التبادل التجاري جاء في مقدمة الاهتمام الاقتصادي للحكومة العراقية، تلاه في ذلك تشجيع الاستثمار الأجنبي في العراق، ثم مسألة الطاقة والكهرباء ما يعكس الحاجة العراقية لتلك الأنشطة الثلاثة أكثر من غيرها، وما يعكس أيضاً الدور المهم الذي للهيئات الدبلوماسية بما يعود بالفائدة المباشرة على الدولة والمجتمع.

3.1. الفئات الفرعية للتعاون العسكري/ الأمني

يجدر التنويه أولاً أنه من الصعب الفصل ما بين المجالين العسكري والأمني فيما يتعلق بالتغطيات الإخبارية، والأنشطة الدبلوماسية والسياسية، إذ يتلازم النشاطان في التنسيق الداخلي بين أجهزة الدولة، أو في العلاقات بين الدول، خصوصاً في الصراعات. لهذا تم دمج هاتين الفئتين في التحليل.

وقد أظهرت نتائج التحليل أن فئات الموضوعات والقضايا العسكرية والأمنية التي نشرها الموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية العراقية سجلت تكرارات بلغت (33) مرة، وتوزعت تنازلياً كما يلي:

فئة "موضوعات التنسيق الأمني" بنسبة (45.5%)، وفئة "مكافحة الإرهاب بنسبة (33.3%)، وفئة "قضايا السلاح/ خطط عسكرية بنسبة (12.1%)، وأخيراً فئة "التدريب" بنسبة (9%).

يُستدل من هذه النتائج أن الموضوع الأمني ومكافحة الإرهاب ما زال هو الموضوع الأكثر أهمية في الموضوعات العسكرية/ الأمنية، وأن العراق ما زال بحاجة إلى هذا النوع من الأنشطة ما يدل على أن التهديدات الأمنية ما تزال قائمة.

مناقشة نتائج السؤال الثاني: فئات المجال الجغرافي للأخبار التي نشرها الموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية العراقية.

أظهرت نتائج التحليل أن فئات المجال الجغرافي للموضوعات والأخبار التي نشرها الموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية العراقية قد توزعت كما يلي مرتبة تنازلياً:

حازت فئة "دول أوروبا والفايكان" على الترتيب الأول بنسبة بلغت (22.5%) علماً أن الفايكان ظهر بتكرارين فقط من أصل (55) تكراراً لدول الاتحاد الأوروبي، والخبران تعلقاً بالزيارة المهمة التي قام بها البابا للعراق بتاريخ 3- آذار/مارس 2021. ثم جاءت فئة "الأنشطة التي عُقدت في مقر الوزارة في العاصمة بغداد" بنسبة بلغت (15.8%)، ثم فئة "الأنشطة التي عُقدت في دول الخليج العربي واليمن بنسبة بلغت (15.4%) مع الإشارة إلى أن الفئة الفرعية دولة "اليمن" تكررت مرتين فقط، مرة في سياق مناقشة الموضوع اليمني دون أن يكون هناك لقاء يمني عراقي مباشر، ومرة أخرى في سياق تعاون السفراء العرب في اليونسكو. أما فئة "منظمات وهيئات دولية" فقد ظهرت بنسبة بلغت (9.4%)، ويعني ذلك أن العراق شارك في هذه المؤتمرات بصرف النظر عن مكان عقدها، تلا ذلك الفئة الجغرافية التي تضم "دول بلاد الشام (سوريا، الأردن، فلسطين، لبنان)، وجاءت بتكرار بلغ (19) مرة، بنسبة (7.8%)، كان للأردن منها (8) مرات، ولسوريا (5) مرات، أما فئة "منظمات ومحاور إقليمية" فقد جاءت بنسبة (6.0%)، بينما جاءت باكستان وأفغانستان بتكرار (12) مرة وبنسبة (5.0%).

بالنسبة لمصر فتعد هذه النسبة عالية لأنها خصت دولة واحدة بخلاف معظم الفئات التي شملت مجموعة دول، كذلك فقد تم التنسيق بين العراق ومصر والأردن على أعلى المستويات في عدد من لقاءات القمة أو وزراء الخارجية.

ثم جاءت دول شرق وجنوب آسيا مع اليابان بنسبة (2.8%)، وجمهورية إيران بنسبة (2.4%)، ودول المغرب العربي بنسبة (2.0%)، ثم أخيراً الولايات المتحدة الأمريكية بنسبة (2.0%) أيضاً، غير أنه يمكن الإشارة إلى أن الولايات المتحدة الأمريكية كانت حاضرة في بعض الهيئات والمنظمات الدولية والإقليمية، خصوصاً في حلف الناتو، وبعض منظمات الأمم المتحدة.

يُستدل من هذه النتائج أن دول الاتحاد الأوروبي تشكل الطرف الرئيس في العلاقة مع العراق، وأن تلك الدول تولي اهتماما كبيرا للعلاقة مع العراق في عدة جوانب ومجالات. بينما تأتي دول الخليج العربي في مكانة متقدمة في العلاقة مع العراق، ما يعكس الاهتمام والمصالح المشتركة بين هذه الدول وجمهورية العراق. أما محور منظمات وهيئات دولية التي ظهرت في الرتبة الثالثة، فهذا تأكيد على الاهتمام بالأطر الإقليمية الفاعلة في المنطقة وذات الاهتمام بالشأن العراقي، ومن تلك الأطر: الأمم المتحدة وبعض منظماتها التخصصية، والبرلمان الأوروبي، وحلف شمال الأطلسي، وقمة الأمن الإقليمي، ومؤتمر القمة للتغيرات المناخية، ومنظمة الصحة العالمية، وغير ذلك من منظمات وهيئات ذات طابع دولي.

مناقشة نتائج السؤال الثالث: فئات القوى الفاعلة في النشاط الدبلوماسي للأخبار التي نشرها الموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية العراقية.

أظهرت نتائج التحليل أن فئات القوى الفاعلة في الأخبار التي نشرها الموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية العراقية سجلت تكرارات بلغت (423) مرة، وتوزعت على الفئات التالية مرتبة تنازلياً:

فئة "سفراء" - من جميع الأطراف - في الترتيب الأول وبنسبة (25%)، وفئة "وزراء" - من جميع الأطراف - بنسبة (20.8%)، وسجل في هذه الفئة ما مجموعه (55) تكرارا للأخبار التي غطت أنشطة وتصريحات وزير الخارجية العراقي فؤاد حسين، وهي تعادل ما نسبته (62.5%) لفئة الوزراء، وما نسبته (13%) من المجموع الكلي لفئات القوى الفاعلة، وجاء في الترتيب الثالث فئة "مديرون ووكلاء وزارات أو هيئات غير عراقية" بنسبة (18%)، بينما سجلت فئة "مسؤولون في وزارة الخارجية العراقية" بنسبة (17.4%).

ويمكن تفسير بعض الفئات ذات التكرار الأقل مثل ظهور وسائل الإعلام ورؤساء الدول في آخر القائمة نظراً لأن تواصل وزارة الخارجية يأتي بالعادة مع وزارات الخارجية الأجنبية إلا في بعض الحالات القليلة التي يتم فيها تقديم أوراق اعتماد السفراء لرؤساء الدول (بروتوكولي)، أو في بعض اللقاءات السياسية المحدودة التي قام بها وزير الخارجية.

أما في دلالة عدم ظهور وسائل الإعلام (باستثناء مرة واحدة) فيمكن تفسيرها بأن موقع الوزارة الإلكتروني هو من يتولى مهمات الإعلام لتغطية الأنشطة السياسية والدبلوماسية للوزير وأنشطة الوزارة، وظهرت وسائل الإعلام مرة واحدة في حفل (وزير الخارجية فؤاد حسين يسلم لوح حُلم كلكامش لوزير الثقافة العراقي د. حسن ناظم).

يُستدل من هذه النتائج أن السفراء العراقيين استحوذوا على النصيب الأكبر من النشاط الدبلوماسي، وهو أمر منطقي بالنظر إلى المهمات الموكلة لهم في البعثات الدبلوماسية، ويُستدل من النتائج أيضاً أن وزير الخارجية العراقي - بعده قائداً للدبلوماسية العراقية - قد استأثر بالنسبة الأكبر من النشاط الدبلوماسي والسياسي.

مناقشة نتائج السؤال الرابع: طبيعة النشاط للفاعلين للأخبار التي نشرها الموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية العراقية.

أظهرت نتائج التحليل أن فئات "أبرز الأنشطة" التي مارسها المسؤولون في زارة الخارجية ونظرانهم من المسؤولين الأجانب ونشرها الموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية العراقي سجلت تكرارات بلغت (227) مرة، وتوزعت على ما يلي مرتبة تنازلياً:

فئة "البحث والنقاش وتبادل وجهات النظر" في الرتبة الأولى وبنسبة (64.2%)، ثم فئة "بروتوكولي/ مجاملات" في الرتبة الثانية وبنسبة (14.6%)، ثم فئة "مشاركة مؤتمرات وندوات" في الرتبة الثالثة وبنسبة (11.0%)،

ثم فئة "بيان/ تصريح/ في الرتبة الرابعة وقبل الأخيرة بنسبة (06.6%)، ثم في الرتبة الأخيرة فئة "توقيع اتفاقيات" بنسبة (03.6%).

يستدل من هذه النتائج أن دور السفراء يبدأ بالبحث والنقاش وتبادل وجهات النظر لتحقيق عدة أهداف تقع في صلب مهماتهم الرسمية والمعتزف بها في اتفاقية فيينا 1961، وأهمها: التفاوض، والتوقيع، والإبلاغ، وجمع المعلومات بشأن ظروف الدولة المضيفة، إضافة إلى تعزيز العلاقات وتمثيل الدولة (الأمم المتحدة، 1961).

مناقشة نتائج السؤال الخامس: فئات الأطر الإعلامية للأخبار التي نشرها الموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية العراقية.

أظهرت نتائج التحليل أن فئات "الأطر الإعلامية" التي استخدمت في الأخبار التي نشرها الموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية العراقية سجلت تكرارات بلغت (208) مرة، وهو عدد يزيد عن عدد مفردات العينة البالغ (190) خيراً، وهذا يعني أن بعض الأخبار تضمنت أكثر من إطار، خصوصاً الأخبار الطويلة والمتعددة الأطراف الفاعلة، وتوزعت على سبعة أطر رئيسة وفئة "أطر أخرى متنوعة"، وجاءت حسب التكرارات والنسب مرتبة تنازلياً كما يلي:

إطار "علاقات ثنائية عامة" بنسبة (21.1%)، ثم إطار "تعاون سياسي دبلوماسي" بنسبة (19.7%)، ثم إطار "التعاون الإقليمي" بنسبة (13.5%)، ثم إطار "تعاون اقتصادي" بنسبة

(12.0%)، ثم إطار "تعاون دولي" بنسبة (11.5%)، ثم إطار "التعاون الأمني/ العسكري" بنسبة (10.0%)، ثم إطار "تعاون علمي/ تعليمي/ ثقافي" بنسبة (8.7%)، وأخيراً فئة "أطر أخرى" متفرقة.

تتفق هذه التوجهات في بناء أطر للنشاط الدبلوماسي مع ما أشارت له دراسة (الربيعي، 2010) من السعي الحثيث للدولة العراقية في بناء أطر جديدة تقوم على التعاون مع المحيط الإقليمي والدولي، وتجاوز أخطاء الماضي وفتح آفاق جديدة أمام السياسة الخارجية العراقية.

يُستدل من هذه النتائج أن أطر "العلاقات الثنائية العامة"، و"التعاون السياسي الدبلوماسي" استحوذت على أغلب الأخبار، وهو أمر منطقي بالنظر إلى دور وزارة الخارجية، واستراتيجيتها العامة المعلنة والقائمة على "استعادة الدور السياسي الذي يليق بالعراق" في علاقته مع دول الجوار ومختلف الدول الأخرى إضافة إلى التجمعات الدولية والإقليمية الفاعلة. أما أطر "التعاون الإقليمي"، و"التعاون الاقتصادي"، و"التعاون الدولي"، و"التعاون الأمني/ العسكري"، فقد حظيت بمرتبة ثانية وبنسب متقاربة ما يعكس استراتيجية الحكومة العراقية في تعزيز التعاون الإقليمي والدولي، وتعزيز التعاون الاقتصادي ثم الاستقرار الأمني، وهو ما يمثل حاجات عراقية أساسية في هذه المرحلة.

مناقشة نتائج السؤال السادس: فئات الاستمالات (أساليب الاقتناع) التي استخدمت للأخبار التي نشرها الموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية العراقية.

أظهرت نتائج التحليل أن فئات الاستمالات توزعت على أربع فئات مرتبة تنازلياً كما يلي:

فئة "الاستمالات العقلية/ المنطقية" وجاءت بنسبة (34.3%)، وهي التي تقوم على الحجج والأرقام والحقائق والمصالح العليا للدولة والشعب العراقي، وتعني في الخبر-موضوع التحليل-أنه من المنطقي القيام بهذا الفعل لتحقيق المصلحة العامة أو لدرء المخاطر المحتملة.

ثم جاءت فئة "الاستمالات الوجدانية" بنسبة (30.0%)، وهي استمالات تحاكي العواطف والوجدان في سبيل إقناع المتلقي بالفعل أو السلوك موضوع التحليل. ومن أمثلة ذلك: "وزير الخارجية فؤاد حسين: أتقدم بالتهنئة للمرأة العراقية وأخص منهن أمهات وزوجات وأخوات الشهداء"، إذ يمكن الاستدلال على الاستمالات الوجدانية من التعبير عن مشاعر التهنئة وتخصيص أمهات وزوجات وأخوات الشهداء، وما في ذلك التعاطف التي أشارت لها كلمات الخبر.

ثم فئة "دون استمالات" بنسبة (25.1%)، وهي تعني أن الخبر جاء إجرائياً مقتضياً يخلو من أي إشارة أو استمالة ظاهرة أو مبطنة، ومن أمثلة ذلك الخبر "رئيس دائرة المراسم يلتقي سفير حلف الشمال الأطلسي".

ثم جاءت فئة "الاستمالات التخويفية" بنسبة (10.6%). وتفسر هذه النسبة الأقل من بين الاستمالات بالنظر إلى طبيعة العمل الدبلوماسي الذي يتجنب أية استمالات تخويفية، لأنه يقوم على العلاقات الحسنة، والتواصل الفعال المتوازن، المبني على المصالح المشتركة. بينما جرى في التحليل ربط الاستمالات التخويفية بمعظم القضايا ذات البعد الأمني ومنها مكافحة الإرهاب، أو ذلك النشاط المتصل بالأسلحة.

يُستدل من النتائج أن العمل السياسي الدبلوماسي يقوم على الاستمالات العقلية/ المنطقية، ويتجنب الاستمالات التخويفية إلا ما ارتبط منها بالوضع الأمني بشكل عام، ويُستدل أيضاً أن الخبر الدبلوماسي يقوم على صياغات نمطية تتجنب قدر المستطاع-الاستمالات العاطفية/ الوجدانية والاستمالات التخويفية إلا ما ارتبط بالأمن.

مناقشة نتائج السؤال السابع: فئات الأشكال الفنية والوسائط وعوامل الابرار للأخبار التي نشرها الموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية العراقية.

وتنوزع فئات هذا السؤال على فئات فرعية كما يلي:

1.7. فئة القوالب الفنية للخبر

أظهرت نتائج التحليل أن فئات القوالب الفنية للأخبار التي نشرها الموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية العراقية سجلت تكرارات بلغت (190) مرة وهو عدد مطابق لعدد مفردات العينة العشوائية المنتظمة التي تم تحليلها، وتوزعت القوالب الفنية على ثلاثة قوالب فنية فقط مرتبة تنازلياً كما يلي:

فئة "الهرم المقلوب" بنسبة (82.0%)، ثم فئة "الهرم المعتدل" بنسبة (10.0%)، ثم فئة "المستطيل". والقالب المستطيل، هو شكل أقرب إلى التغيريدات أو التصريحات القصيرة التي لا مقدمة فيها ولا خلاصة، كحال القوالب الأخرى. وجاءت هذه الفئة بنسبة (8.0%).

النسبة لقالب الهرم المعتدل، فهو يبدأ بالعناصر الأهم في الخبر، مثل من؟ ماذا، ومتى؟ وقد يزيد عن ذلك فتكون العناصر المهمة للخبر في المقدمة، بينما تتضاءل أهمية التفاصيل اللاحقة. وهذا بخلاف الهرم المعتدل الذي يتكون من مقدمة، وجسم، وخاتمة، والخاتمة تتضمن أهم المعلومات. ويتصف الهرم المعتدل بأنه خبر مركب يحتوي تفاصيل متعددة. ومن أمثلة ذلك في أخبار عينة التحليل بعض اللقاءات المتعددة الأطراف التي شارك بها وزير الخارجية، وتخللها الكثير من النشاط، والعديد من النتائج المهمة، حيث يبدأ الخبر بمقدمة أو تمهيد، ثم تتلاحق فقرات الخبر ليحمل كل منها عنصراً أو أكثر من عناصر الخبر، إلى أن نصل للخاتمة التي تقوم على أهم ما ورد في الخبر. يُستدل من ذلك أن غلبة قالب الهرم المقلوب يعني عدم الإفصاح عن بعض التفاصيل التي ليس من المصلحة العامة نشرها على الملأ قبل أن تتضح، أو قبل أن تستكمل. بينما يمكن استخدام قالب

الهرم المعتدل في صياغة الأحداث والأخبار المركبة، التي تستحق التفصيل والتفسير لتحقيق المزيد من الفهم والإدراك للمتلقين.

2.7. فئة أنماط العناوين (رئيسي وفرعي)

أظهرت نتائج التحليل أن فئات العناوين من حيث تقسيمها إلى عنوان رئيس وعنوان فرعي سجلت تكرارات بلغت (190) مرة، وهو عدد مطابق لعدد مفردات عينة التحليل، وتوزعت أنماط العناوين من حيث الرئيس والفرعي على ثلاث فئات كما يلي:

فئة "عنوان رئيس" أنسبة (83.7%) من العينة الاجمالية، ثم فئة "عنوان رئيس وفرعي" بنسبة (08.4%)، ثم أخيرا فئة "عنوان بيان/ تصريح" بنسبة (07.9%).

يُستدل من هذه النتائج أن أسلوب التحرير لم يحفل كثيرا بأساليب التنوع في عناوين الأخبار، لهذا فقد اعتمد على العناوين الرئيسة بالدرجة الأولى، بينما جاءت العناوين الفرعية الملحقة بالعنوان الرئيس بنسبة ضئيلة فرضتها طبيعة الخبر المركب الذي يقوم على تعدد الأطراف الفاعلة، أو القضايا المطروحة، وأغلبها جاء على شكل تصريحات أو اقتباسات من تصريحات المسؤول. بينما جاءت العناوين القصيرة جدا؛ بكلمة أو كلمتين؛ لتكون عنوانا لتصريح صحفي للناطق باسم وزارة الخارجية العراقية تحت عنوان، بيان صحفي، أو تهنئة، وما شابه ذلك.

3.7. فئة نمط العنوان من حيث الطول

أظهرت نتائج التحليل أن فئات نوع العناوين من حيث الطول للأخبار لتي نشرها الموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية العراقية قد صنفت على ثلاثة أنماط: الطويل الذي يزيد عن (10) كلمات، والمتوسط الذي يتراوح بين (6-10) كلمات، ثم القصير الذي يتراوح بين (3-5) كلمات، ثم عنوان

(الكلمة أو الكلمتين) والأخير لم يظهر إلا في بيانات وزارة الخارجية التي نقلت تصريحات مختصرة جدا.

وأظهرت نتائج التحليل أن فئة العنوان الطويل جاءت بنسبة (61.6%)، ثم فئة "العنوان المتوسط" بنسبة (21.6%)، ثم فئة "عنوان قصير" بنسبة (10.0%)، ثم فئة "عنوان كلمة أو كلمتين"، بنسبة (06.8%).

يُستدل من هذه النتائج أن محرري عناوين الأخبار اختاروا العناوين الطويلة نسبياً لكي يعكس العنوان أهم مضامين الخبر من مثل " أكد وزير الخارجية فؤاد حسين أنّ من أولويات السياسة الخارجية العراقية هي توسيع الانفتاح على مجلس التعاون الخليجيّ؛ لخلق ساحة خليجية واسعة ومُشتركة"، بينما أمكن استخدام العناوين المتوسطة أيضاً في نسبة من الأخبار لأنها أخبار بسيطة من حيث المضمون ولا تتضمن إلا بعض الأنشطة الروتينية مثل: وزير الخارجية يستقبل سفير الجزائر لدى العراق. وهو عنوان متكرر جدا من حيث النمط.

4.7. فئات نوع العناوين من حيث العناصر الإخبارية

أظهرت نتائج التحليل أن فئات نوع عناوين الأخبار من حيث الأسلوب قد جاءت على ثلاثة أنماط فقط كما يلي:

1. فئة "العنوان الإخباري" بنسبة (90.6%)، والعنوان الإخباري هو الذي يتضمن أهم عناصر

الخبر مثل (من؟ ماذا؟ أين؟) وقد يزيد على ذلك أحيانا (متى؟ ولماذا؟).

2. فئة "عنوان كلمات مفتاحية" بنسبة (06.8%)، وهو العنوان الذي يتكون من كلمة أو كلمتين

ترمز أو ترمزان إلى الفعل أو الخبر، مثل كلمة "بيان صحفي"، أو "تهنئة".

3. فئة "العنوان الوصفي" وهو الذي يقدم معلومات إضافية عن الحدث فيصف أهم عناصره. ومن أمثلته في أخبار عينة الدراسة: "أكد وزير الخارجية فؤاد حسين أنّ من أولويات السياسة الخارجية العراقية هي توسيع الانفتاح على مجلس التعاون الخليجي؛ لخلق ساحة خليجية واسعة ومُشتركة".

يُستدل من هذه المعطيات أن محرري الموقع الإلكتروني استغلوا خاصية الاتساع الإلكتروني أو عدم محدودية المساحة لوضع عناوين وصفية طويلة تعكس أهم مضامين الخبر، وينطبق ذلك على النمطين من العناوين "الإخبارية" و"الوصفية" التي امتازت بأنها إما طويلة، أو متوسطة، وبمجموع نسبي بلغ (93.2%).

5.7. فئات الصور والفيديوهات المرافقة للخبر

أظهرت نتائج التحليل أن فئات الصور المرافقة للأخبار التي نشرها الموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية العراقية توزعت على ثلاثة أصناف مرتبة كما يلي:

4. الصور الفوتوغرافية بنسبة (97.2%).

5. صورة أرشيفية بنسبة (02.8%) من مجموع الصور.

بينما جاءت الفيديوهات بنسبة (24.2%) من عينة الأخبار البالغة (190) مفردة.

يُستدل من هذه المعطيات أن الموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية العراقية أولى اهتماماً كبيراً للصورة والفيديو، ويمكن تفسير ذلك بأن الصورة تُعدّ تسجيلاً مصوراً للحدث، وتحمل في عناصرها رسائل إيجابية للمتلقين، بحكم أن العمل الدبلوماسي هو اتصال يقوم على اللقاءات المباشرة بالدرجة الأولى. وقد ساعدت الخاصية الإلكترونية "السعة الإلكترونية" المحررين في إدراج عدد كبير من الصور قد يبلغ (7) صور أحياناً في الخبر الواحد، إضافة إلى إدراج الفيديوهات أحياناً.

أما الفيديوهات، فقد جاءت غالباً لتنتقل لقاءات وزير الخارجية مع الطرف الآخر من المسؤولين غير العراقيين، ومعظم الفيديوهات لا تنقل تصريحات أو حواراً مسموعاً، بل اكتفت بالموسيقى في خلفيتها، وهي أيضاً قصيرة جداً تستغرق حوالي دقيقة أو ما يزيد بثوانٍ قليلة.

أهم نتائج الدراسة

توصلت الدراسة إلى أبرز النتائج التالية:

1. استحوذ الموضوع السياسي بمفهومه العام على الاهتمام الأبرز من بين مختلف القضايا والأحداث التي اهتمت بها الدبلوماسية العراقية وبنسبة (28.4%) من مجموع أخبار العينة، وقد أولت الدبلوماسية العراقية اهتماماً كبيراً لكل من "التعاون الثنائي" بنسبة (32.6%)، و"التعاون الدولي" بنسبة (23.6%)، ثم "التنسيق السياسي الإقليمي" (18.8%) باعتبارها أبرز الموضوعات السياسية.

2. برزت مسائل التبادل التجاري في مقدمة الاهتمام الاقتصادي للحكومة العراقية وبنسبة (28.6%)، تلاه في ذلك تشجيع الاستثمار الأجنبي في العراق بنسبة (23.7%)، ثم مسألة الطاقة والكهرباء بنسبة (16.2%) ما يعكس الحاجة العراقية لتلك الأنشطة الثلاثة أكثر من غيرها.

3. برز في الموضوعات العسكرية/ الأمنية الأكثر أهمية موضوع التنسيق الأمني بنسبة (45.5%) ومكافحة الإرهاب بنسبة (33.3%)، ما يعني أن العراق ما زال بحاجة إلى هذا المجال من الأنشطة ما يدلّ على أن التهديدات الأمنية ما تزال قائمة.

4. أظهرت النتائج اهتماماً متبادلاً بين العراق والاتحاد الأوروبي بنسبة (22.5%)، وكذا اتحاد دول الخليج العربي بنسبة (15.4%)، ثم التنسيق والتعاون مع المنظمات والهيئات الدولية بنسبة (9.4%)، وأظهر التحليل اهتماماً متبادلاً مع كل من مصر والأردن. فيما غاب عن الاهتمام أغلب الدول الأفريقية وتبين ضآلة الاهتمام بكل أستراليا وتركيا وإيران.

5. استأثر وزير الخارجية العراقي فؤاد حسين بحصة كبيرة من النشاط الدبلوماسي والسياسي من خلال (55) فعالية تتوزع بين اللقاءات والتصريحات تعادل نسبة (62.5%) من نشاط فئة الوزراء، أو (13.0%) من النشاط الكلي للقوى الفاعلة.

6. استحوذت أطر "العلاقات الثنائية العامة" بنسبة (21.1%)، و"التعاون السياسي الدبلوماسي" بنسبة (17.4%) على أغلب الأخبار، كذلك ظهرت أطر "التعاون الإقليمي" بنسبة (13.5%)، و"التعاون الاقتصادي" بنسبة (12.0%)، و"التعاون الدولي" بنسبة (11.5%)، و"التعاون الأمني/ العسكري" بنسبة (10.0%) كأطر للنشاط الدبلوماسي والسياسي ما يعكس اهتمامات الدبلوماسية العراقية في توثيق علاقات العراق مع مختلف القوى الفاعلة في العالم.

7. اعتمد الخبر الدبلوماسي على صياغات نمطية تتجنب الاستمالات العاطفية/ الوجدانية والتخوفية لحساب الاستمالات "العقلية/ المنطقية" أو "الخالية من أية استمالات" بنسبة (59.4%) لمجموع الفئتين.

8. أولى محررو الأخبار في الموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية العراقية أهمية لقالب الهرم المقلوب في صياغة الأخبار، ثم الهرم المعتدل بنسب (82.0%) و (10.0%) على التوالي، وهما ما يناسب هذا النوع من الأخبار الدبلوماسية والسياسية. أما العناوين فقد غلب عليها نمط العنوان الطويل وبنسبة (61.6%)، والعنوان المتوسط الطول بنسبة (21.6%)، والقصير بنسبة (10.0%). وجاءت النسبة الأكبر (90.6%) من النمط الإخباري، ثم النمط الوصفي بنسبة (02.8%). بينما تم استخدام العناوين الرئيسية بنسبة عالية بلغت (83.7%). وتم استخدام الصور الفوتوغرافية بتكرار كبير بلغ (524) والفيديوهات الصامتة بتكرار (46) والصور الأرشيفية بتكرار (15) مرة.

التوصيات

توصي الدراسة بناء على ما توصلت إليه من نتائج بما يلي:

أولاً: محور البحوث والدراسات

- 1- يوصى بإجراء دراسات مقارنة لعدد من المواقع الإلكترونية لوزارة الحكومة العراقية.
- 2- إجراء دراسات إضافية حول الخدمات الإلكترونية المعاملاتية والمعلوماتية التي يوفرها موقع وزارة الخارجية للقراء عموماً، ولأبناء الجاليات العراقية في دول الاغتراب والمهجر.
- 3- إجراء دراسات ميدانية على فئات من الجمهور لتقييم الخدمات الإخبارية التي يقدمها الموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية العراقية.

ثانياً: محور توصيات لوزارة الخارجية العراقية

- 1- توثيق علاقات العراق مع مختلف القوى الفاعلة في العالم على أسس من الشراكة واحترام السيادة.
- 2- العمل على استمرار البرامج والسياسات التي تساعد على الاستقرار الأمني ومكافحة الإرهاب ما دامت هناك بوادر لاستمرار التهديدات الأمنية الداخلية والخارجية.
- 3- يمكن تحسين فنون التحرير في الموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية من ناحية التنوع في قوالب الخبر، والتركيز على العناوين المتوسطة الحجم، والفصل بين الخطوط الرئيسية والفرعية، واستخدام الخطوط والألوان، وعدم نشر الصور المتشابهة في الخبر نفسه، وإيلاء المزيد من الاهتمام للتدقيق اللغوي للأخبار المنشورة.

4- يوصى بأن تنتشر بعض الأخبار عبر الوسائط المتعدد، خصوصا الفيديو الناطق، وذلك ضمن القواعد والفنون المناسبة، خصوصا فيما يتعلق بوضوح الصورة والصوت، وقصر المدة.

المصادر والمراجع

أولاً: المراجع باللغة العربية

ابن منظور، لسان العرب، ج 1.

الاسكوا (2014). الحكومة الإلكترونية: السياسات والاستراتيجيات والتطبيقات، الأمم المتحدة، اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا.

الأعرجي، قاسم (2021). دور الإعلام الحكومي نقل الحقائق ودحض الشائعات، جريدة الصباح العراقية، على الرابط: <https://2u.pw/hLhBu>

الأمم المتحدة (1961). اتفاقية فينا للعلاقات الدبلوماسية. صدرت في فينا في 18 ابريل 1961.

الأمم المتحدة (2022) وثائق الأمم المتحدة: القانون الدولي، على الرابط: <https://2u.pw/6vbPV>

جار الله، مهند (2021). مقابلة، وزارة الخارجية، دائرة تكنولوجيا المعلومات، بتاريخ 27-11-2021.

حسين، سمير محمد (1983) تحليل المضمون، القاهرة، عالم الكتاب.

حسين، عماد الدين (2019). جريدة الشروق، من يحرك الآخر: الإعلام أم الدبلوماسية، 5 ديسمبر، 2019، على الرابط: <https://2u.pw/112nJ>

حسين، مريم خالص (2013) الحكومة الإلكترونية، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة العدد الخاص بمؤتمر الكلية، المجلد 2013، العدد 4، ص 439-460.

الحمداني، سعدون بن حسين (2020- أ). الدبلوماسية بين الصحافة والسياسة، روز اليوسف، على الرابط: <https://2u.pw/AyO6D>

الحمداني، سعدون بن حسين (2020- ب). الإعلام الدبلوماسي والإعلام السياسي ومفاهيم الدبلوماسية"، مجلة الشبيبة الإلكترونية، 3 فبراير 2020، على الرابط:

<https://2u.pw/rbcDT>

- الدبيسي، عبد الكريم علي (2017). *دراسات إعلامية في تحليل المضمون*، عمان، دار المسيرة.
- الزبون، أحمد عودة (2019) *دور الدبلوماسية الرقمية في وزارة الخارجية وشؤون المغتربين الأردنية من وجهة نظر العاملين في الوزارة (رسالة ماجستير غير منشورة)*، جامعة البترا، الأردن.
- صالح، سليمان (2019) *نظريات الاتصال والإعلام: دراسة نقدية في ضوء ثورة الاتصال*، الكويت، دار الفلاح، الأردن، دار حنين.
- عبد الحميد، محمد (2009) *تحليل المحتوى في بحوث الإعلام*، بيروت، دار ومكتبة الهلال، جدة، دار الشروق.
- عمر، أحمد مختار وآخرون (2008). *العربية المعاصرة*، مج 1، ط1، القاهرة، عالم الكتب.
- غريفنتش، مارتين، وأوكلاهان، تيري (2008). *المفاهيم الأساسية في العلاقات الدولية*، الإمارات العربية المتحدة، مركز الخليج للأبحاث.
- فياض، محمد أحمد (2019). *بحوث وقضايا معاصرة في الإعلام*، عمان، دار اليازوري للنشر والتوزيع.
- محمد، مصطفى مصلح (2020). *فاعلية استخدام وزارة الخارجية العراقية للتطبيقات الرقمية في التواصل مع العراقيين في الخارج دراسة ميدانية من وجهة نظر الجالية العراقية في الأردن*. (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة الشرق الأوسط.
- مراد، كامل خورشيد (2014). *الاتصال الجماهيري والإعلام (التطور-الخصائص-النظريات)*، ط2، دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- المزاهرة، منال (2020) *بحوث الإعلام*، عمان، دار كنوز للنشر والتوزيع.
- المزاهرة، منال (2018). *نظريات الاتصال*، ط2، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- مكاوي، حسن عماد، والسيد، ليلي حسين (2018). *الاتصال ونظرياته المعاصرة*، ط13، الدار المصرية اللبنانية.
- النجار، فايز، النجار، نبيل، الزعبي، ماجد (2010). *أساليب البحث العلمي، منظور تطبيقي*، دار الحامد للنشر والتوزيع.

الهاشمي، مجد (2008). الإعلام الدبلوماسي والسياسي، دار أسامة للنشر والتوزيع.

هاني، زيد رياض (2011). تقييم الوظيفة الإعلامية للسفارات العراقية (دراسة مسحية وصفية) (رسالة ماجستير غير منشورة)، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط.

هيئة تنظيم الاتصالات والحكومة الرقمية (2021). الأدلة الإرشادية لمؤشرات إمكانات الحكومة الذكية للعام، الإمارات العربية المتحدة.

وزارة الخارجية العراقية (2021)، الموقع الإلكتروني، شوهد بتاريخ (2-10-2021) على الرابط:
<http://www.mofa.gov.iq/>

ياسين، صباح (2019) الإعلام والسياسة: العلاقة الملتبسة، عمان، منتدى المعارف.

يوسف، حنان (2006) السياسة والإعلام، ط2، أطلس للنشر والتوزيع.

ثانياً: المراجع باللغة الانجليزية

- Archetti, Cristina (2012). The Impact of New Media on Diplomatic Practice: An Evolutionary Model of Change. *The Hague Journal of Diplomacy*. 1, Jan 2012.
- Cambridge dictionary (2022) Policy. Available at: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/policy>
- Entman, R. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm, *Journal of Communication* 43, 1993, 51-58.
- Future Learn (2021). *Exploring international relations: What is diplomacy?* November 5th, 2021, available at :<https://2u.pw/oQhdg>
- Gumbo, Winfred A. (2017). *The Role of Media in Fostering Effective Diplomacy in Africa; A case Study of Kenyan Media, The degree of Master of Arts in diplomacy*. University of Nairobi Institute of Diplomacy and International Studies.
- Holsti, O.R. (1969). *Content Analysis for the Social Sciences and Humanities*. Reading, MA: Addison-Wesley. Pp 138-141.
- Krajnc, Kristina Plavšak (2022). *Public diplomacy: Basic Concepts and Trends*, ifimes.org/en/researches, available at: <https://2u.pw/wgXvz>
- Riley P. (2014). *Media Diplomacy: Public Diplomacy in a New Global Media Environment*. In: Hollihan T.A. (eds) *The Dispute Over the Diaoyu/ Senkaku Islands*. Palgrave Macmillan Series in International Political Communication. Palgrave Macmillan, New York. https://doi.org/10.1057/9781137443366_9
- Weisbrode, Kenneth (2017). *Diplomacy in Foreign Policy locked*, Oxford University Pres, available at: <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228637.013.410>

ثالثاً: المراجع الإلكترونية

بوابة أور الإلكترونية للخدمات الحكومية (2022) جمهورية العراق، على الرابط:
[/https://ur.gov.iq/index](https://ur.gov.iq/index)

الموسوعة السياسية (2021) الدبلوماسية، على الرابط: <https://2u.pw/kZzO8>

منتدى القمة العالمية لمجتمع المعلومات (2021) على الرابط:
<https://www.itu.int/net4/wsis/forum/2021/ar>

قاموس مريم ويبستر (2021) Merriam Webster، بتاريخ 2021-10-18، على الرابط:
<https://2u.pw/EbHic>

الملحقات

الملحق (1)

قائمة بأعداد مقالات العينة حسب الشهر

الشهر	عدد المقالات	الشهر	عدد المقالات	مجموع المقالات
يناير/ كانون الثاني	13	يوليو/ تموز	12	
فبراير/ شباط	15	أغسطس/ آب	17	
مارس/ آذار	15	سبتمبر/ أيلول	17	
أبريل/ نيسان	17	أكتوبر/ تشرين أول	18	
مايو/ أيار	14	نوفمبر/ تشرين ثاني	18	
يونيو/ حزيران	19	ديسمبر/ كانون الأول	15	
	93		97	190

الملحق (2) استمارة تحليل المضمون

السنة (2021)

الموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية العراقية

رقم الاستمارة..... اليوم التاريخ

فئات كيف قيل؟ (72-89)					فئات ماذا قيل؟ (1-71)							
5.6- فئات الصور والفيديوهات المرافقة للخبر (87-89)	4.6- فئات نوع العناوين من حيث العناصر الإخبارية (84-86)	3.6- فئة نمط العنوان من حيث الطول (80-83)	2.6- فئة أنماط العناوين (76-79)	1.6- فئة القوالب الفنية للخبر (72-75)	1.5- فئات الاستمالات المستخدمة (68-71)	1.4- فئات الأطر الإعلامية لعينة الأخبار (63-67)	1.3- نشاط القوى الفاعلة (57-62)	2.2- القوى الفاعلة (45-56)	1.2- المجال الجغرافي (27-44)	1. فئات تصنيف نوع الموضوعات (1-8)		
الصور الفوتوغرافية	إخباري	طويل	رئيس	الهرم المقلوب	العقلية/ المنطقية	فئة تعاون سياسي دبلوماسي	البحث والنقاش وتبادل وجهات النظر	سفراء	دول أوروبا والفاتيكان	3.1- فئات التعاون العسكري/ الأمني (23-26)	2.1- الفئات التعاون الاقتصادي (15-22)	1.1- فئات التعاون السياسي (9-14)
صورة من الأرشيف	وصفي	متوسط	رئيس/ وفرعي	الهرم المعتدل	الوجدانية	فئة تعاون أمني/ عسكري	توقيع اتفاقيات	وزراء	السودان والصومال وجيبوتي وجزر القمر	التنسيق الأمني	تبادل تجاري	تعاون سياسي ثنائي
فيديو	أخرى/ كلمات مفتاحية	قصير	بيان/ تصريح	المستطيل/ بيان	التخويقية	فئة تعاون علمي/ تعليمي/ ثقافي	مشاركة مؤتمرات وندوات	مديرين/ ووكلاء وزارات وهيئات - غير عراقية	دول الخليج العربي واليمن	مكافحة الإرهاب	تشجيع الاستثمار	تنسيق سياسي دولي
		كلمة/ كلمتين	أخرى	أخرى	دون استمالات	فئة تعاون إنساني/ دولي	بيان تصريح/ بروتوكولي/ وسائل إعلام/ بيان صحفي	مسؤولون في وزارة الخارجية العراقية	منظمات وهيئات دولية	قضايا السلاح/ خطط عسكرية	كهرباء وطاقة	تنسيق سياسي إقليمي
						فئة تعاون اقتصادي	بروتوكولي/ مجاملات	دول بلاد الشام	التدريب العسكري	زراعة وغذاء		انتخابات عراقية
						أطر أخرى	أخرى	جاليات عراقية	إيران	سياحة		الأزمات الإقليمية

فئات كيف قيل؟ (72-89)				فئات ماذا قيل؟ (1-71)								
5.6- فئات الصور والفيديوهات المرافقة للخبر (87-89)	4.6- فئات نوع العناوين من حيث العناصر الإخبارية (84-86)	3.6- فئة نمط العنوان من حيث الطول (80-83)	2.6- فئة أنماط العناوين (76-79)	1.6- فئة القوالب الفنية للخبر (72-75)	1.5- فئات الاستمالات المستخدمة (68-71)	1.4- فئات الأطر الإعلامية لعينة الأخبار (63-67)	1.3- نشاط القوى الفاعلة (57-62)	2.2- القوى الفاعلة (45-56)	1.2- المجال الجغرافي (27-44)	1. فئات تصنيف نوع الموضوعات (1-8)		
								رؤساء حكومات	دول المغرب العربي		صناعة	أخرى
								هيئات دولية	الولايات المتحدة الأمريكية		نפט وغاز	
								ملتقيات دولية	باقي دول أمريكا الشمالية		غير محدد	
								هيئات غير حكومية محلية	منظمات ومحاور إقليمية			
								رؤساء دول	الهند وباكستان وأفغانستان			
								أخرى	روسيا ودول الاتحاد السوفييتي السابق			
									جمهورية مصر			
									دول شرق وجنوب آسيا مع اليابان			
									تركيا			
									باقي الدول الأفريقية			
									بغداد (مركز الوزارة)			
									دول أخرى			

الملحق (3)

كشاف التحليل

عنوان الدراسة (المعالجة الإخبارية في الموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية العراقية:
دراسة تحليلية

أولاً- فئات تصنيف نوع الموضوعات:

1. سياسي
2. تعاون دولي
3. تعاون ثنائي عام
4. بروتوكولي
5. عسكري/ أمني
6. اقتصادي
7. إعادة إعمار
8. التعليم والثقافة

1.1. فئات التعاون السياسي:

9. تعاون سياسي ثنائي
10. تنسيق سياسي دولي
11. تنسيق سياسي إقليمي
12. انتخابات عراقية
13. الأزمات الإقليمية
14. أخرى

2.1. الفئات التعاون الاقتصادي

15. تبادل تجاري
16. تشجيع الاستثمار
17. كهرباء وطاقة
18. زراعة وغذاء
19. سياحة
20. صناعة

21. نفط وغاز

22. غير محدد

3.1. فئات التعاون العسكري/ الأمني

23. التنسيق الأمني

24. مكافحة الإرهاب

25. قضايا السلاح/ خطط عسكرية

26. التدريب العسكري

1.2- فئات المجال الجغرافي

27. دول أوروبا والفاثيكان

28. السودان والصومال وجيبوتي وجزر القمر

29. دول الخليج العربي واليمن

30. منظمات وهيئات دولية

31. دول بلاد الشام

32. إيران

33. دول المغرب العربي

34. الولايات المتحدة الأمريكية

35. باقي دول أمريكا الشمالية

36. منظمات ومحاور إقليمية

37. الهند وباكستان وأفغانستان

38. روسيا ودول الاتحاد السوفييتي السابق

39. جمهورية مصر

40. دول شرق وجنوب آسيا مع اليابان

41. تركيا

42. باقي الدول الأفريقية

43. بغداد (مركز الوزارة)

44. دول أخرى

2.2- فئات القوى الفاعلة

45. سفراء
46. وزراء
47. مديرون/ ووكلاء وزارات وهيئات - غير عراقية
48. مسؤولون في وزارة الخارجية العراقية
49. وسائل إعلام/ بيان صحفي
50. جاليات عراقية
51. رؤساء حكومات
52. هيئات دولية
53. ملتقيات دولية
54. هيئات غير حكومية محلية
55. رؤساء دول
56. أخرى

1.3- طبيعة نشاط القوى الفاعلة

57. البحث والنقاش وتبادل وجهات النظر
58. توقيع اتفاقيات
59. مشاركة مؤتمرات وندوات
60. بيان/ تصريح
61. بروتوكولي/ مجاملات
62. أخرى

1.4- فئات الأطر الإعلامية لعينة الأخبار

63. فئة تعاون سياسي دبلوماسي
63. فئة تعاون أمني/ عسكري
64. فئة تعاون علمي/ تعليمي/ ثقافي
65. فئة تعاون إنساني/ دولي
66. فئة تعاون اقتصادي
67. أطر أخرى

1.5- فئات الاستمالات المستخدمة

68. العقلية/ المنطقية

69. الوجدانية

70. التخويقية

71. دون استمالات

1.6- فئة القوالب الفنية للخبر

72. الهرم المقلوب

73. الهرم المعتدل

74. المستطيل/ بيان

75. أخرى

2.6- فئة أنماط العناوين (رئيسي وفرعي):

76. رئيس

77. رئيس/ وفرعي

78. بيان/ تصريح

79. أخرى

3.6- فئة نمط العنوان من حيث الطول:

80. طويل

81. متوسط

82. قصير

83. كلمة/ كلمتين

4.6- فئات نوع العناوين من حيث العناصر الإخبارية:

84. إخباري

85. وصفي

86. أخرى/ كلمات مفتاحية

5.6- فئات الصور والفيديوهات المرافقة للخبر

87. الصور الفوتوغرافية

88. صورة من الأرشيف

89. فيديو

الملحق (4)

قائمة بأسماء السادة محكمي أداة الدراسة

ت	الاسم	الرتبة	التخصص	مكان العمل
1	أ.د. عزت محمد حجاب	استاذ	سياسات إعلامية	كلية الإعلام- جامعة الشرق الأوسط
2	أ.د. علي عقلة نجادات	استاذ	صحافة وإعلام	كلية الإعلام- جامعة اليرموك
3	د. عبد الكريم الدبيسي	أستاذ مشارك	الإعلام الرقمي	كلية الإعلام- جامعة الشرق الأوسط
4	د. أحمد عريقات	أستاذ مشارك	إذاعة وتلفزيون	كلية الإعلام- جامعة الشرق الأوسط
5	د. إبراهيم خصاونة	أستاذ مشارك	إذاعة وتلفزيون	كلية الإعلام - جامعة البترا
6	د. حنان كامل اسماعيل	أستاذ مساعد	الإعلام والاتصال	كلية الإعلام- جامعة الشرق الأوسط
7	د. ليلي احمد جرار	أستاذ مساعد	علوم سياسية وإعلام	كلية الإعلام- جامعة الشرق الأوسط