



دور الأنشطة الاتصالية للقوة الناعمة المصرية

في معالجة الأزمات الإقليمية

(غزة، ليبيا، السودان، نموذجاً)

د . هبة صادق عبده عبدالمجيد الحلو

ملخص الدراسة:

تسعى هذه الدراسة: إلى التعرف على الأنشطة الاتصالية المستخدمة في برامج القوة الناعمة المصرية وكيفية توظيف تلك القوة في معالجة الأزمات الدولية، والتعرف على أهداف تلك الأنشطة ودورها في معالجة الأزمات الدولية. ويعتمد الإطار النظري للدراسة على مؤشر القوة الناعمة العالمي، ونموذج مورفي بايلي لإدارة الأزمات. اعتمدت الدراسة على منهج المسح الوصفي التحليلي، وأداة صحيفة تحليل المضمون لجمع بيانات الدراسة، تم تحليل صفحات الفيس بوك الرسمية لكل من: (رئاسة الوزراء المصرية، الهيئة العامة للاستعلامات المصرية، الهلال الأحمر المصري)، وتم اختيار "مدينة غزة الفلسطينية" وتحديداً أزمة القصف الصهيوني على غزة وتم تحليل ٥١ بوست عن الأزمة في الصفحات محل الدراسة في الفترة من ٢٠٢٤/٢/١ إلى ٢٠٢٤/٤/١. و "ليبيا" وتحديداً أزمة العاصفة دانيال وفيضانات مدينة درنة الليبية، وتم تحليل ٥٠ بوست عن الأزمة في الصفحات محل الدراسة في الفترة من



٢٠٢٣/٩/١٠ إلى ٢٠٢٣/١١/١٠. و"السودان" وتحديداً أزمة حرب السودان وتم تحليل ٤٩ بوست عن الأزمة في الفترة من ٢٠٢٣/٥/١٥ إلى ٢٠٢٤/٧/١٥، وتعتبر عينة الدراسة من العينات العمدية.

وجاءت أهم نتائج الدراسة: جاء في المرتبة الأولى، نوع النشاط الاتصالي "الأخبار" بنسبة (٢٩.٣%)، وجاء موضوع النشاط الاتصالي "المساعدات" بنسبة (٤٨.٠%)، وجاء الهدف من النشاط الاتصالي "إدارة الأزمات" بنسبة (٥٠.٧%)، وجاء (اختبار مؤشر القوة الناعم العالمي) "الحوكمة" بنسبة (٤٥.٧%)، وجاء (اختبار نموذج مورفي بايلي لإدارة الأزمات) "تقدير موقف الأزمة" بنسبة (٣٤.٧%). وجاءت أهم توصيات الدراسة: ضرورة توسيع إطار استخدام موارد القوة الناعمة المصرية في التعامل مع الأزمات الدولية خاصة المتعلقة بالقارة الأفريقية، ويتعين على الدبلوماسية العامة المصرية أن تركز على وسائل الإعلام الدولية الموجهة كقوة هامة من قوى مصر الناعمة.

الكلمات الدالة: (الأنشطة الاتصالية للقوة الناعمة، القوة الناعمة المصرية، معالجة الأزمات الدولية).



Summary

This study seeks to identify the communication activities used in Egyptian soft power programs and how to employ that power in addressing international crises, and to identify the objectives of those activities and their role in addressing and managing international crises. The theoretical framework of the study is based on the global soft power index and the Murphy-Bailey model of crisis management.

The study used a descriptive analytical survey approach and a content analysis sheet, and the sample for this study is considered a non-probability sample (purposive sample). The official Facebook pages of: (the Egyptian Prime Minister, the Egyptian Information Service, and the Egyptian Red Crescent) were analyzed, and "the Palestinian city of Gaza" was chosen, specifically the crisis of the Zionist bombing of Gaza. 51 posts about the crisis were analyzed on the pages under study in the period from 1/1/2024 to ١/٣/2024. And "Libya", specifically the Storm Daniel crisis and the floods in the city of Derna. 50 posts about the crisis were analyzed on the pages under study in the period from ١٠/٩/2023 to 10/١١/2023. And "Sudan", specifically the Sudan war crisis. 49 posts were analyzed about the crisis in the period from ١٤/٤/2023 to ١٥/٦/2024.

The most important results of the study were: The type of communication activity "news" came in first place at a rate of (29.3%), the subject of the communication activity came "aid" at a rate of (48.0%), and the goal of the communication activity "crisis management" came at a rate of (50.7%). The "Global Soft Power Index" test was "governance" with a rate of (45.7%), and the "Murphy-Bailey crisis management model test" came with a rate of (34.7%).



لا يختلف الباحثون والمهتمون بالعلاقات الدولية على أن التاريخ الإنساني محكوم بالقوة، لكن أشكال القوة تختلف من عصر إلى آخر، فقد كانت القوة العسكرية هي الحاكمة في عصر المجتمع الزراعي، ثم بدأت القوة الاقتصادية تتعاظم لتصبح أبرز مظاهر القوة مع الانتقال إلى المجتمع الصناعي، واليوم يشهد العالم تحولاً حاسماً مع الانتقال إلى ما يسمى بـ"عصر المعرفة"؛ بحيث أصبحت القوة المعلوماتية وتقنياتها والقوة الإعلامية هي الأقدر على إنتاج القيمة المضافة العالمية، بل وأكثر من ذلك، فلم يعد بمقدور بلدٍ ما أن يكون قوياً عسكرياً واقتصادياً دون أن يتمكن من توظيف قواه الناعمة، والتي من أهم مواردها وسائل الإعلام وتكنولوجيا الاتصال.

حيث أصبحت القوة الناعمة اليوم أسلوباً مهماً للتأثير على العقول، وكسب العواطف، ومعرفة سلوك الشعوب واتجاهاتها وميولها، وكان التسامح وقبول الآخر بعقلية متفتحة من أبرز عوامل صعود القوة الناعمة؛ حيث أصبح لها دوراً كبيراً في معالجة الأزمات الدولية والتحديات التي تواجه الدبلوماسية الرسمية، فكانت قوة دعم ومساندة في العديد من القضايا، ومهدت لإبرام الاتفاقيات والمعاهدات الاقتصادية، وإنشاء التحالفات وإدارة الأزمات على مستوى الدول، كما تعد القوة الناعمة في الوقت الحاضر أداة أساسية لزيادة النفوذ والحضور الفاعل القائم على إستراتيجية تعزيز سمعة الدولة وصورتها الذهنية، وبناء هويتها التنافسية ومكانتها على المستويين الإقليمي والعالمي، كما مكنت العديد من الدول من نشر وتأمين سياستها الخارجية، ومهدت الطريق لجذب مزيد من حلفائها عبر قوتها الناعمة، وتتعدد أدوات القوة الناعمة التي تستخدمها الدول؛ فهناك الجانب الثقافي بما يحمله من موروث شعبي متنوع من عادات وفنون وأسلوب الحياة، وصولاً إلى القوة الإعلامية والمعلوماتية وقوة العلاقات الدولية.

وتوجد لدى مصر مصادر كثيرة للقوة الناعمة، من بينها الحضارة المصرية، بمختلف مراحلها والأزهر الشريف والكنيسة، والرصيد الإبداعي فى الأدب والسينما والموسيقى والمسرح، والمنظومة الإعلامية والعلمية، والرياضة، والسياحة، وقد حرصت مصر فى السنوات الأخيرة الماضية على الاستثمار فى قوتها الناعمة وخاصةً فى إدارة الأزمات الدولية وخاصةً الأزمات الإقليمية.

الدراسات السابقة:

تشمل الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة على ثلاثة محاور رئيسية: (المحور الأول) يتضمن الدراسات السابقة التى تناولت الأنشطة الاتصالية للقوة الناعمة، (المحور الثانى) يتضمن الدراسات التى تناولت القوة الناعمة المصرية، (المحور الثالث) الدراسات التى تناولت الإعلام ومعالجة الأزمات.

المحور الأول- الدراسات السابقة التى تناولت الأنشطة الاتصالية للقوة الناعمة:

عرضت دراسة (ديانا 2024 Daiana)^(١) بناء صورة الدولة من المشاهدات العامة من عمليات البحث على جوجل، وتفترض الدراسة أن صور البلدان يتم تشكيلها فى المقام الأول بناءً على صورة منتجاتها، وأن بإمكانية القوة الناعمة تعزيز صورة البلد وقدرتها التنافسية، واعتمدت الدراسة على منهج المسح، وتحليل استبيان حول سويسرا فى إيطاليا والهند، وعينة قوامها ٨٠٠ مفردة من البلدين. وأوضحت نتائج الدراسة: بأن بإمكانية القوة الناعمة أن تضع صوراً أكثر اكتمالاً، وأن تطور أنشطة وحملات الاتصال لتعزيز صورة البلاد وقدرتها التنافسية، وجاء ٣٥% من العينة ينظرون إلى سويسرا كمكان للعمل، و ٢٥% تجذبهم صناعة الشوكولاتة والجبن، و ٣٠% من العينة ينظرون لصناعة الساعات فى سويسرا، و ١٠% من العينة تجذبهم المناظر الطبيعية الخلابة.

وهدفت دراسة (أليكسندر2023 Aliexander) ^(٢) إلى تحليل وتحديد أشكال وخصائص وسائل التواصل الاجتماعي (Instagram, Twitter, Facebook) كأداة من أدوات القوة الناعمة، وتحليل تأثيرها على وعي المجتمعات بقضية تغير المناخ، وتقييم ما إذا كانت زيادة الوعي يمكن أن تؤثر على آليات السياسة الدولية، جاء ذلك في الفترة ما بين ٢٠٢٢/١٠/١٢ إلى الفترة ٢٠٢٢/١١/١٥، ركزت الدراسة على الروابط بين عدد من الأحداث المرئية المتعلقة بتغير المناخ، والاتجاهات في عمليات بحث الأشخاص على الانترنت فيما يتعلق بتلك الأحداث، جاءت أهم نتائج الدراسة: أنه على الرغم من صعوبة تقييم آثار وسائل التواصل الاجتماعي، كأداة من أدوات القوة الناعمة، إلا أن هناك روابط واضحة بين وسائل التواصل الاجتماعي والتصورات العامة المتغيرة، مع إمكانية تأثير الرأي العام بقضية المناخ على صنع القرار السياسي.

وسعت دراسة (دانيال ٢٠٢٢ Danial) ^(٣) إلى التعرف على تأثير الصورة الدولية للصين على قوتها الناعمة فيما يتعلق بمبادرة الحزام والطريق ورأي الجمهور في سريلانكا وماليزيا، حيث تم إدراج ميناء هاميانتونا بسرلاينكا ضمن الطريق البحري لمبادرة (الحزام والطريق). وماليزيا تم إدراج خط الساحل الشرق لقطار السكك الحديدية، وقد أُجرى الاستطلاع على ٧٠٠ مشارك من البلدين، وكان السؤال: "ما مدى تأثير مشروع الحزام والطريق على صورة الصين وقدرتها التنافسية؟ وما رأيك في مقترحات من المستجيبين بالحدز لحكوماتهم عند التفاوض مع الصين؟" وجاءت نتائج الدراسة كالتالي: أعرب معظم العينة عن وجهة نظر إيجابية للتعاون مع الصين، وأن مشروع الحزام والطريق عزز من صورة الصين وقوتها الناعمة، في حين اعتقد ٦% أن تجنب أى مشاركة مع الصين هو الصحيح.

وجاءت دراسة (سويمينج وآخرون ٢٠٢١ Swimming et all) ^(٤) لتوضح دور الأنشطة الاتصالية للقوة الناعمة في دعم الهوية الوطنية، وقد اعتمدت الدراسة على

منهج المسح، وعينة قوامها 500 مفردة من الجمهور العام عبر الإنترنت بدولة بريطانيا، وركزت الدراسة على مجال السياحة على وجه الخصوص في أفريقيا، حيث ينظر إليها على أنها أكثر خطورة من أية منطقة مماثلة على الأرض، باستثناء منطقة الشرق. وقد جاءت نتائج الدراسة: بأن الصورة السلبية يمكن أن تتغير، وأن بناء صورة إيجابية غالبًا ما يكون عملية بطيئة، خاصة إذا كانت هناك عوامل تغيير، مثل وسائل الإعلام، واختراق السوق بمصدقية. وأن أكثر الأنشطة الاتصالية تأثيرًا على أفراد العينة فيما يخص رأيهم عن المناطق السياحية بأفريقيا جاءت الصحف بنسبة ٣٥%، تلاها التلفزيون بنسبة ٣٣%، تلتها المواقع الإخبارية بنسبة ٢٢%، تلاها مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة ١٠%.

وقدمت دراسة (إسلام أحمد ٢٠٢٠) ^(٥) الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة الدولية بالمنظمات الدبلوماسية عبر التطبيقات الجديدة على الإنترنت، ورصدت الدراسة ملامح الهوية الوطنية التي تعكسها هذه المنصات من ناحية، والتي تدركها الفئات المستخدمة لها من ناحية أخرى، وذلك لمحاولة قياس فاعلية الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة الدولية عبر المنصات الرسمية للمنظمات الدبلوماسية في تسويق الهوية الوطنية للدول والشعوب النامية، وتم إجراء الدراسة من خلال تحليل عينة من مضمون منصتي وزارة الخارجية المصرية والأمريكية على الفيس بوك، واستبيان رأى عينة قوامها ٢٠٠ مفردة من مستخدمي هذه المواقع بمصر والولايات المتحدة الأمريكية . وجاءت أهم نتائج الدراسة: تنوع الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة الدولية عبر منصتي وزارتي الخارجية المصرية والأمريكية، وتقديمها سبعة أبعاد رئيسية للهوية الوطنية، كذلك عن وجود علاقة ارتباطية بين التعرض للأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة الدولية ومستوى إدراك عناصر الهوية الوطنية.

وتعرض دراسة (أنبان Enban 2020) ^(٦) العلاقة بين التعليم عبر الحدود وعولمة التعليم كأحد الأنشطة الاتصالية للقوة الناعمة للدولة، وتدرس تأثيرها على القدرة التنافسية للصين، واعتمدت الدراسة على نظرية القوة الناعمة والدبلوماسية الثقافية كإطار تحليلي، وتعرض الدراسة مشروع معهد كونفوشيوس كشكل من أشكال الدبلوماسية الثقافية التي ترعاها الدولة وتديرها الجامعة، وكأحد تقنيات القوة الناعمة الصينية، وتسعى الدراسة للإجابة على سؤال رئيس: هل يمثل التوسع في إنشاء معاهد كونفوشيوس كأداة للقوة الناعمة الصينية وسيلة لتعزيز قدرتها التنافسية؟ وجاءت نتائج الدراسة: "إن أنشطة التبادل الثقافي والتعليمي كأحد تقنيات القوة الناعمة التي تستخدمها الصين قد عززت من قدرتها التنافسية، وأن الصين تستخدم التعليم كسلاح ذي حدين، حيث يساعد التعليم الصيني في الحصول على اعتراف دولي بتقديمه للخدمات التعليمية في السوق العالمية، ومن ناحية أخرى توسيع النفوذ الصيني في جميع أنحاء العالم.

وسعت دراسة (السهلي حمد ٢٠١٩) ^(٧) إلى التعرف على دور القوة الناعمة في تعزيز السياسة الخارجية للمملكة العربية السعودية، وتجبب الدراسة على تساؤل رئيسي هو: ما دور القوة الناعمة في تعزيز السياسة الخارجية للمملكة العربية السعودية؟ اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي والمنهج التحليلي، بلغت العينة ١١٨ فرداً من العاملين في وزارة الخارجية السعودية، وجاءت أهم نتائج الدراسة كالتالي: لا يوافق أغلبية أفراد العينة بنسبة (٧٠%) على أن الموقع الجغرافي هو محدد لتوجيه السياسات الخارجية للمملكة العربية السعودية، وجاء أن وجود الحرمين الشريفين عزز من مكانة المملكة العربية السعودية عالمياً بنسبة (٩٦%) ، وجاء أن القوة الناعمة تدعم العلاقات اليبينية مع الدول بنسبة (٤٠%) ، وجاءت أهم توصيات الدراسة بضرورة توظيف مفاهيم القوى الناعمة لدعم جهود المملكة في الوحدة بين الشعوب ومكافحة الإرهاب.

وفي مقارنة بين استراتيجيات القوة الناعمة لثلاثة دول - هي إيران وتركيا والسعودية- تحاول دراسة (أحمد حسن وآخرين ٢٠١٨) ^(٨) الإجابة عن أسئلة تتعلق بالرؤى والاستراتيجيات التي تتبناها كل دولة من الدول الثلاث، وهي (المملكة العربية السعودية، وتركيا، وإيران) في توظيف أدواتها الناعمة وواقع وسمات تلك القوة لثلاث دول محورية بالشرق الأوسط، وكيفية استخدام تلك الدول للقوة الناعمة لإدارة مصالحها الإستراتيجية في مناطق نفوذها، وناقشت الدراسة أهمية القوة الناعمة باطراد نتيجة ثورة التكنولوجيا، وهيمنة وسائل التواصل الاجتماعي التي عززت دور الفرد في مراقبة السياسات وتقييمها. وجاءت أهم نتائج الدراسة كالتالي: إن تأثير القوة الناعمة التركية في المنطقة العربية أكبر بحكم التاريخ والدين، وكذلك المواقف الإنسانية كالقضية السورية والفلسطينية، وقضايا المسلمين في بورما والصومال، فضلاً عن أنها أصبحت نموذجاً يحتذى به بفضل النجاح الاقتصادي والتحويلات السياسية التي حققتها والمشكلات الاجتماعية التي نجحت في مواجهتها. وأن الدبلوماسية التركية تأتي في المرتبة الخامسة بعد الولايات المتحدة وفرنسا والصين وروسيا وبريطانيا من حيث التفاعل والتأثير، وأن إيران تمتلك مخزوناً كبيراً لتوليد القوة الناعمة تتمثل في "اللغة"، حيث رأى الباحثون أن اللغة الفارسية عنصر أساسي في جذب الأمم الأخرى بالإضافة للبعد الحضاري، حيث تمتلك إيران حضارة تعود إلى ٣ آلاف سنة وتصنف إيران على أنها واحدة من عشر دول سياحية، وهي الأفضل من ناحية التاريخ والمواقع الأثرية.

وهدفت دراسة (سالم جاسم ٢٠١٧) ^(٩) إلى التعرف على كيفية توظيف الولايات المتحدة الأمريكية للقوة الناعمة، عن طريق تحليل منشورات وزارة الخارجية على تويتر للفترة من ٢٠١٧/١٠ إلى ٢٠١٧/١٢/٣١ بالاعتماد على منهج المسح، وترى الدراسة أن الإعلام التفاعلي وتطبيقاته مثل الفيس بوك وتويتر ويوتيوب أصبح ميداناً فاعلاً لممارسة القوة الناعمة في الولايات المتحدة الأمريكية. وجاءت أهم نتائج الدراسة



كالتالي: "إن العلاقات العامة الأمريكية وظفت تويتر لمخاطبة الرأي العام العالمي بهدف إظهار مواطن الجذب والتميز التي يتمتع بها النظام الأمريكي، والتي من أهمها: قوة ووضوح السياسة الخارجية الأمريكية، وقوة علاقاتها الدبلوماسية، والدور الإيجابي للولايات المتحدة في التعامل مع الأزمات العالمية، والعمل لإيجاد بديل لثقافة العنف والتطرف، وإبراز الولايات المتحدة بوصفها دولة متقدمة صاحبة ثقافة متميزة ولديها مؤسسات متطورة، بالإضافة إلى دور العلاقات العامة باعتبارها تعنى بالدرجة الأولى بإدارة الصورة الذهنية لتوظيف القوة الناعمة، مستخدمة العديد من الأدوات - ومن أهمها الإعلام- فضلاً عن المؤسسات المتخصصة في الترويج للدول وأنظمتها.

وعرضت دراسة (على معوض ٢٠١٧) ^(١٠) محددات تصاعد توظيف القوة الناعمة وفعاليتها كأحد موارد قوة الدولة وأدوات سياستها الخارجية، بالتطبيق على سياسة تركيا تجاه المنطقة العربية، حيث تناولت الدراسة موارد القوة الناعمة التركية، وتتمثل في الثقافة التركية، حيث تشكل الثقافة أحد الموارد الأساسية للقوة الناعمة التركية، وتتمثل في التعليم والمسلسلات والأعمال الدرامية باعتبارها أبرز المنتجات الثقافية التركية، بالإضافة إلى جودة مؤسسات التعليم التركية، وجاذبية النظام السياسي ونظام الحكم، والسياحة، وسيادة القانون واستقلال القضاء، وحرية الانتخابات ونزاهتها، ومنظمات المجتمع المدني واستقلالها، والحقوق والحريات، وحرية الرأي والتعبير والإعلام. وجاءت أهم نتائج الدراسة كالتالي: حدوث تحول جذري في الإدراك العربي لتركيا، وتراجع التوجهات السلبية نحوها، بالإضافة إلى زيادة الاهتمام بالنموذج التركي في أبعاده المختلفة، وقد ظهرت هذه الصورة الجديدة بشكل واضح في الحالة المصرية في أعقاب ثورة ٢٥ يناير، وعبر تزايد الاهتمام الإعلامي والأكاديمي بفكرة النموذج التركي، والاحتراف الواضح بزيارات المسؤولين الأتراك لمصر بعد الثورة، وفي المقابل شهدت الفترة التالية - وبشكل خاص بعد ٢٠١٣م - تراجعاً حاداً في صورة تركيا

وجاذبيتها الإقليمية في العديد من الدول الأساسية في المنطقة العربية، ومع تزايد تأكل القوة الناعمة لتركيا وتحولها إلى استخدام القوة الصلبة عوضاً عن القوة الناعمة، فسرت نتائج الدراسة هذه التغيرات والتحويلات في صورة تركيا إلى الاستخدام الفعال من جانب تركيا لأنشطتها الاتصالية وعناصر قوتها الناعمة مع الجمهور الدولي في مرحلة الصعود، ثم تخليها عن ذلك في مرحلة تصاعد الأزمات الداخلية والخارجية بعد الربيع العربي.

وسعت دراسة (عبد الرؤوف عودة ٢٠١٧) ^(١١) إلى التعرف على دور الدبلوماسية الشعبية الفلسطينية كما تعكسها وسائل الإعلام المحلية والدولية، إضافة إلى معرفة أهداف الدبلوماسية الشعبية الفلسطينية تجاه القضية الفلسطينية، وما الأساليب الدبلوماسية التي استخدمتها الدول الأوروبية والعربية للتعامل مع الدبلوماسية الشعبية الفلسطينية، وما الهيئات والمنظمات الداعمة للدبلوماسية الشعبية الفلسطينية، وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وتم استخدام أداة تحليل المضمون، حيث تم تحليل مضمون الأخبار الواردة في ثلاثة مواقع إخبارية إعلامية، هي: موقع فلسطين، موقع الجزيرة الإخباري، وموقع CNN، حيث تم اختيارها على مدار ستة شهور بدءاً من ٢ يوليو ٢٠١٦ حتى ٢٩ ديسمبر ٢٠١٦م، وتم اختيارها بطريقة الأسبوع الصناعي، وبلغت أيام العينة التحليلية ٢٣ يوماً. وجاءت أهم نتائج الدراسة كالتالي: أن وسائل الإعلام المحلية والدولية اعتمدت في تغطيتها الإعلامية للدبلوماسية الشعبية الفلسطينية على التغطية الإخبارية في نقل المعلومات والأحداث، حيث جاء الخبر في المرتبة الأولى في تليفزيون فلسطين، ثم الجزيرة، ثم CNN، وذلك يدل على أن الدبلوماسية الشعبية الفلسطينية لم تجد المساحة الإعلامية الكافية التي تجعل منها قبلة للتضامن مع القضية الفلسطينية. كما ظهرت المصادر الرسمية، حيث تصدر موقع فلسطين في المرتبة الأولى، ثم جاء موقع الجزيرة الإخباري، ثم جاء موقع CNN ،



وهذا يدل على أن الدبلوماسية الشعبية الفلسطينية تحتاج إلى توازن إعلامي في المصادر التي تغطي بها الدبلوماسية الشعبية الفلسطينية حتى تصل الدبلوماسية الشعبية إلى أهدافها.

المحور الثاني - الدراسات السابقة التي تناولت القوة الناعمة المصرية:

ترى دراسة (وفاء أنور وآخرون ٢٠٢٣)^{١٢}، إن الصناعات الثقافية المصرية تعد أهم استراتيجيات الدولة للتنمية المستدامة ورؤية مصر ٢٠٣٠م، والتي تشكل قوة ناعمة لمصر على المستوى الإقليمي والدولي وقيمة مضافة لمكانتها الدولية. اعتمدت الدراسة على منهج المسح الوصفي، ومنهج تحليل المضمون، وتحليل الأطر الاخبارية لمؤتمر الأمم المتحدة للتغير المناخي ٢٧، وجاءت أهم نتائج الدراسة: إن التسويق للأحداث الثقافية على المستوى العالمي عبر الوسائط الإعلانية الفعالة يعد أداة مثالية للقوة الناعمة للدولة، وتساعد على بث قيمها وثقافتها ومعالمها السياحية القادة على جذب وإقناع الجمهور من جميع دول العالم.

وعن مدى قدرة أدوات القوة الناعمة في تنشيط السياحة والترويج لها عرضت دراسة (غادة محمود ٢٠١٨)^{١٣} دور القوة الناعمة في الترويج لمقاصد الدول السياحية، ومنها المقصد السياحي المصري، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح، كما تم توزيع ٢٢٠ استمارة استبيان على بعض العاملين في المجال السياحي، وجاءت أهم نتائج الدراسة كالتالي: أن آراء الباحثين جاءت بالموافقة أن للقوة الناعمة تأثيراً إيجابياً في الترويج السياحي بمتوسط حسابي قدره ٨.٣، وجاء استخدام القوة الناعمة في الحملات الترويجية دليلاً على جودة الخدمات السياحية بمتوسط حسابي ٢١.٤، وأن استخدام القوة الناعمة يعمل على إضافة شرائح جديدة للسوق السياحي بمتوسط حسابي ٠٦.٤، وجاءت سرعة انتشار الحملات الترويجية التي تقوم بها عناصر القوة الناعمة في الترتيب الرابع بمتوسط حسابي قدره ٩٦.٣، بينما جاء جذب أسواق سياحية جديدة

فى الترتيب الخامس بمتوسط حسابى قدره ٣. ٩٤، وحصات فى الترتيب الأخير بمتوسط حسابى ٢. ٩٦ أن القوة الناعمة هى الوسيلة الأكثر جذبًا للسياح.

وتحاول دراسة (آية عبد العزيز ٢٠١٧) ^(١٤) إلقاء الضوء على القوة الناعمة المصرية، وأهم مصادرها، ودوافع التحول من القوة الصلبة إلى القوة الناعمة، وكيفية استخدام القوة الصلبة فى إطار سلمى مندرج تحت القوة الناعمة، مع إلقاء الضوء على القوة الناعمة للدولة المصرية، وكيف يتم توظيفها، مع إبراز أهم نقاط الضعف الذى تعرضت له هذه الأدوات. وجاءت أهم نتائج الدراسة كالتالى: إن من أهم أسباب تراجع القوة الناعمة المصرية تأثر الثقافة المصرية بالعولمة وثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، والتى انعكس عليها بشكل سلبى، وأفقدتها طابعها الخاص الذى يجمع بين المعاصرة والحفاظ على الهوية بجذورها الثقافية والدينية والتاريخية، كذلك ظهور قوى منافسة تسعى إلى بسط سيطرتها وامتداد نفوذها داخل الدول العربية من خلال القوة الناعمة، تجلى فى النموذج التركى الذى حاول أن يروج لنفسه باعتباره النموذج الأمثل للاقتداء به، من خلال توظيف الأداة الإعلامية والفن والأدب التركى للتأثير على الثقافات الأخرى، وأصبحت الثقافة المصرية المتجسدة فى الفن والأدب والدراما والموسيقى فى المرحلة الأخيرة ما هى إلا تعبير عن واقع سلبى، أصبح فيه المدمن والبلطجى والمنحرف هم انعكاس لواقع للمجتمع المصرى، علاوة أن لغة الحوار فى تلك الأعمال أصبحت متزدية أكثر مما هو موجود فى الواقع بكثير.

المحور الثالث- الدراسات السابقة التى تناولت الإعلام ومعالجة الأزمات:

ركزت دراسة (نوران حسام الدين ٢٠٢٣) ^(١٥)، على تحليل الخطاب النقدى "لروبرتا ميتسولا" رئيس الاتحاد الأوروبى، فيما يتعلق بمواجهة عواقب الحرب الأوكرانية الروسية، نظرًا لخفض روسيا توريد الغاز الطبيعى إلى أوروبا، وتناقش



الدراسة خطاب روبرتا من الاطار الاتصال الدبلوماسي، وجاءت أهم نتائج الدراسة: أن الخطاب الإعلامي في شكله الدبلوماسي يمكن أن يدعم السياسة العامة للحكومات والدول، ويمكن أن يكون أداة دبلوماسية وسياسية في أوقات الصراعات والأزمات.

وناقشت أيضاً دراسة أخرى (لنوران حسام الدين ٢٠٢٣)^{١٦} أهمية الخطاب الإعلامي في إدارة الأزمات الاقتصادية والمتمثل في الخطاب السياسي للمستشار الألماني أولاف شلوتز، واعتمدت الدراسة على منهج تحليل المضمون وأداة تحليل الخطاب، وتحليل ٦ خطابات إعلامية للمستشار الإعلامي أولاف شولتس لعام ٢٠٢٢، وجاءت أهم نتائج الدراسة: استخدام أولاف نموذج الأفعال متوسطة المستوى بنسبة ٥٨.٧% لإبراز مدى استعداده لمواجهة الأزمة.

وعرضت دراسة (وى تشن ٢٠٢٢)،^(١٧) كيف أثرت جهود الصين ومساعدتها لإيطاليا في أزمة كوفيد-١٩ على قوتها الناعمة وقدرتها التنافسية، حيث اعتمدت الدراسة على منهج تحليل المضمون، وتم تحليل البيانات الخاصة بالمساعدات الصينية المتعلقة بكوفيد-١٩ في السبع صحف الوطنية الرئيسية الإيطالية خلال الفترة من ١٩ مارس إلى ١٩ إبريل ٢٠٢٠م، وعرضت الدراسة بعضاً من صور القوة الناعمة الصينية في إيطاليا، فقد لعبت الشركات الصينية ومنظمات المجتمع المدني الصينية والمجتمعات الصينية بالخارج دوراً ذا صلة بشكل مباشر أو غير مباشر في تحسين صورة الصين بعد تفشي كوفيد-١٩. وجاءت أهم نتائج الدراسة: أن الصورة الإيجابية التي نقلها المواطنين الصينيون وجمعيات المجتمع المدني كان لها دوراً كبيراً في دعم صورة الصين وخلق لها ميزة تنافسية بين دول العالم، ولقى وصول المساعدات الصينية ترحيباً إيجابياً من قبل الصحف الوطنية الإيطالية بشكل عام، ومن بين الصحف الوطنية السبع محل الدراسة نظرت جميعها بشكل إيجابي إلى المساعدات الصينية المتعلقة بكوفيد-١٩، ويعود السبب لعدم وجود تقارير إخبارية سلبية عن مساعدة الصين

إيطاليا من كل من الصحف اليمينية واليسارية، وجاءت أهم توصيات الدراسة: أن هناك حاجة لمزيد من البحث لمعرفة ما إذا كانت هذه الرؤية المتزايدة والصورة الإيجابية في إيطاليا مؤقتة أم طويلة تأثير المدى.

وهدفت دراسة (نشوى يوسف ٢٠٢٢)^٨، إلى تحليل البنى الأيديولوجية للخطاب الإعلامي في تناوله للأزمة الأوكرانية، بالتطبيق على المواقع الالكترونية عينة الدراسة وهي: اندبنت عربية، وسكاي نيوز عربية، وروسيا اليوم، وجاءت أهم نتائج الدراسة: أن المواقع الالكترونية ساهمت في الأزمة باعتبارها سلاح سياسى واقتصادى تستخدمه الدول الكبرى فى إدارة الصراع أثناء الأزمة بما يتفق مع أيديولوجيتها ومصالحها. وأن خطاب الإندبنت حظى بأكبر عدد من الأطروحات حيث تناول ست أطروحات متنوعة.

وسعت دراسة (السيد السعيد ٢٠٢١)^٩، إلى رصد وتحليل الإجراءات الاتصالية التي اتخذتها الحكومة النيوزيلندية فى إدارة أزمة الحادث الإرهابى لقتل المصلين، وتم تحليل محتوى الخطاب المقدم للجمهور لفترة شهرين متتاليين من وقوع الحادث، واختبرت الدراسة مدى استخدام خطاب الاعتذار وتحمل المسئولية واتخاذ الإجراءات التصحيحية فى علاج مسببات الأزمة، ورصد توجه الرأى العام العالمى نحو ما اتبعته نيوزيلندا وما اتبعته من إجراءات لاحتواء الغضب العالمى الإسلامى، وجاءت أهم نتائج الدراسة: تحقق أركان خطاب الاعتذار فى إدارة الأزمة ، وتنوع الخطاب الإعلامى، و التحدث بالاستشهادات الدينية من القرآن والسنة المحمدية من قبل أعضاء الحكومة النيوزيلندية، ووصف الحادث بالإرهابى.

وعرضت دراسة (سامية بخيت وآخرون ٢٠٢١) واقع ممارسة إدارة الأزمات بجامعة الملك عبد العزيز، وذلك من وجهة نظر الموظفين الإداريين بالجامعة، وتسعى الدراسة إلى التعرف على واقع ممارسة إدارة الأزمات بجامعة الملك عبد العزيز،



اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وأداة الاستبيان لجمع البيانات، وعينة عشوائية قوامها ٢٠٠ مفردة من الموظفين الإداريين بالجامعة. وجاءت أهم نتائج الدراسة: جاء في المرتبة الأولى التخطيط للأزمات بمتوسط حسابي (٣.٨١)، يليه التنسيق بمتوسط حسابي (٣.١٥)، وجاء في الترتيب الأخير التنظيم بمتوسط حسابي (٣.١٥)، كما تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (٠,٠٥) في آراء أفراد عينة البحث حول درجة ممارسة إدارة الأزمات بجامعة الملك عبد العزيز، وفقاً لمتغير (الجنس، وطبيعة العمل، وسنوات الخبرة).

مناقشة نتائج الدراسات السابقة وأوجه الاستفادة منها:

- **على مستوى الاتجاهات البحثية:** كشف مسح الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة عن اهتمام بعض الدراسات مثل: (أليكسندر ٢٠٢٣م، سويمنج وآخرون ٢٠٢١م، إسلام أحمد ٢٠٢١م، السهلي حمد ٢٠١٩م، سالم جاسم ٢٠١٧م)، بالأنشطة الاتصالية لبرامج القوة الناعمة مثل المواقع الالكترونية، و وسائل التواصل الاجتماعي، والأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة، والإعلام التفاعلي الدولية ودورها في دعم صورة الدولة وسياساتها الخارجية والعلاقات البينية بين الدول، والتعامل مع الأزمات الدولية.

كما عُنيت بعض الدراسات مثل: (وفاء أنور وآخرون ٢٠٢٣م، وغادة محمود ٢٠١٨م، أية عبد العزيز ٢٠١٧م)، على إلقاء الضوء على موارد القوة الناعمة المصرية مثل الأدوات الثقافية والمقاصد السياحية، والحضارة المصرية والآداب والفنون، ودورها في دعم صورة مصر وعلاقتها الدولية.

واهتم البعض الآخر مثل: (نوران حسام ٢٠٢٣م، وتشن ٢٠٢٣م، نشوى يوسف ٢٠٢٢م، والسيد السعيد ٢٠١٢م)، بالأنشطة والاستراتيجيات الاتصالية التي تنتهجها



الدول في أوقات الأزمات، مثل تنوع الخطاب الإعلامي والاستراتيجيات الاتصالية المتنوعة في معالجة الأزمات الدولية.

وقد ساعد ذلك الباحثة في التحديد الدقيق لأبعاد المشكلة البحثية الخاصة بالدراسة.

- اعتمدت معظم الدراسات التي تناولت موضوع القوة الناعمة على العديد من المؤشرات لقياس القوة الناعمة للدولة منها: مؤشر القوة العالمية، ومؤشر القوة الناعمة ٣٠ لبريتولاند، واستعانت بعض الدراسات بنموذج مورفي بايلي لإدارة الأزمات.

- ساعدت الدراسات السابقة الباحثة في بلورة المشكلة البحثية واختيار المناهج والأدوات البحثية، وفي اختيار الإطار النظري المناسب، ويتمثل في (مؤشر القوة الناعمة العالمي، ونموذج مورفي بايلي لإدارة الأزمات)، وكيفية تطبيقه في الدراسة، وتحديد التساؤلات والفروض ومتغيرات الدراسة.

- ساعدت الدراسات السابقة الباحثة في تفسير نتائج الدراسة.

- تعددت وتنوعت المناهج البحثية التي وظفتها الدراسات السابقة لخدمة أهدافها البحثية، ومن الملاحظ استخدام منهج المسح بشكل كبير، كما تم استخدام منهج تحليل النظم، منهج دراسة الحالة، ومنج تحليل الخطاب، كما تعددت أدوات جمع البيانات، ما بين كمية: كاستمارة الاستقصاء، وأدوات كيفية: كالمقابلة المتعمقة ومناقشات المجموعات المركزة، وتعددت أنواع العينات التي تم استخدامها لإجراء البحوث، من عينات عشوائية إلى عينات عمدية، وكذلك العينة المتاحة، وقد اختلفت تلك الدراسات إلى الاعتماد على نظريات ونماذج.

- سعى العديد من الدراسات السابقة إلى التعرف على دور وسائل الإعلام والعلاقات العامة الدولية في برامج القوة الناعمة للدولة، وإبراز دور العلاقات العامة الدولية باعتبارها تعنى بالدرجة الأولى بإدارة الصورة الذهنية للدولة، وإلى توظيف القوة

الناعمة مستخدمة العديد من الأدوات، ومن أهمها الإعلام، فضلاً عن المؤسسات المتخصصة في الترويج للدول وأنظمتها.

- كشفت الدراسات عن مدى اهتمام الدراسات العلمية بأهمية القوة الناعمة ودورها في تحقيق أهداف الدولة الخارجية، ودورها في إدارة أزماتها الدولية وعلاقتها مع دول وشعوب العالم. وأكدت الدراسات على أهمية استخدام أدوات وبرامج القوة الناعمة في مناحٍ متعددة، منها: الرياضة، والتعليم، والسياحة، وركزت على أهمية دور وسائل الإعلام والأنشطة الاتصالية في تلك البرامج والأدوات لتحقيق أهداف الدولة.

- اتفقت مجموعة من الدراسات على أهمية القوة الناعمة للدولة في تحقيق أهدافها، وفي التواصل مع شعوب الدول الأخرى، وكبديل للقوة الصلبة "سواء العسكرية أو الاقتصادية"، وتعددت موارد القوة الناعمة التي عرضتها تلك الدراسات، واتفقت جميعها في أن ثقافة الدولة، وقيمها، وتاريخها، ووسائل إعلامها، ومواردها السياحية، والتعليم، وأسلوب الحياة، كلها من أهم موارد القوة الناعمة التي تجذب شعوب الدول الأخرى.

- واختلفت مجموعة من الدراسات على اعتبار القوة الناعمة قوة سلمية أخلاقية، فالقوة الناعمة مثلها مثل أي نوع من أنواع القوة تستخدم "لأغراض خيرة أو غير خيرة"، فهي ليست مفهوماً قيمياً، فامتلاك فاعل ما لمصادر القوة - سواء ملموسة أو غير ملموسة- يعتمد على قدرة هذا الفاعل وعلى السياق في تحويلها إلى مخرجات ونتائج، إما أن تكون قوة ناعمة أو صلبة.

- اتفقت أكثر من دراسة على أن الإعلام التفاعلي وتطبيقاته - مثل الفيس بوك وتويتر ويوتيوب.. إلخ- أصبح ميداناً فاعلاً لممارسة القوة الناعمة للدولة، حيث سهل الوصول إلى ملايين المتفاعلين حول العالم، ومحاولة إقناعهم عبر البرامج السياسية والاجتماعية والثقافية.

موقف الدراسة الحالية من الدراسات السابقة:

من خلال مطالعة الدراسات السابقة، لم تجد الباحثة دراسات تناولت اتصالات القوة الناعمة بشكل عام ودورها في إدارة الأزمات الدولية، واقتصرت الدراسات التي تناولت القوة الناعمة على عرض عناصر وأدوات ومتطلبات القوة الناعمة ومقارنتها بأنواع القوة الأخرى، كما أن هناك أيضاً قصوراً في الدراسات التي تناولت اتصالات القوة الناعمة، وهذا يجعل دراسة الأنشطة الاتصالية للقوة الناعمة في مصر ودورها في معالجة الأزمات الإقليمية إضافة جديدة وحادثة لموضوع الدراسة.

مشكلة الدراسة:

يتبين من موضوع الدراسة ومن نتائج الدراسات السابقة، أن التأثيرات الناتجة عن التطورات الدولية المعاصرة، كشفت عن متطلبات جديدة في العلاقات الدولية، حيث لجأت العديد من الدول إلى استخدام قوتها الناعمة في علاقاتها الدولية للتسويق لإنجازاتها والحفاظ على صورة جذابة لها لدى شعوب الدول الأخرى، وقد عززت الدولة المصرية من قوتها الناعمة في الآونة الأخيرة، حيث تعد القوة الناعمة بمثابة القاطرة لدعم دور مصر على الساحة العربية والإقليمية ومواجهة التحديات، واستغلال الإرث الثقافي والتاريخي والتقل الإنساني والحضارى لدعم مكانة مصر الدولية ووضعها كقوة مؤثرة في محيطها الإقليمي والدولي، وهو ما دفع إلى احتلال مصر مواقع متقدمة في مؤشرات التصنيف الدولية باعتبارها نموذجاً متميزاً في القوة الناعمة.

لذلك تهدف الباحثة من خلال هذه الدراسة إلى التعرف على: الأنشطة الاتصالية للقوة الناعمة المصرية، منها نوع النشاط الاتصالي مثل (علاقات دولية، اجتماعات، أخبار، مؤتمرات..)، و موضوع النشاط الاتصالي مثل (مساعدات، سياسة خارجية، دعم القضية..)، وأساليب تقديم الرسالة الاتصالية، وأهداف الرسالة الاتصالية مثل (إدارة



الأزمات، دعم السياسة الخارجية للدولة، الإخبار..)، والمشاركين في معالجة الأزمات، وموارد القوة الناعمة المصرية المستخدمة في معالجة الأزمات مثل (الحوكمة، الإعلام والاتصالات، العلاقات الدولية..)، والموضوعات المتعلقة بالأزمات محل الدراسة.

أهمية الدراسة:

- ١- يكتسب موضوع الأنشطة الاتصالية المستخدمة في القوة الناعمة ودورها في معالجة الأزمات الإقليمية أهمية خاصة في ظل الظروف والصراعات التي تمر بها دول العالم، حيث لم تعد القوة الصلبة هي الخيار الأفضل لتحقيق أهداف الدول وطموحاتها.
- ٢- تناولت معظم الدراسات التي بحثت في القوة الناعمة للدولة، القوة الناعمة من منظور سياسي واقتصادي، بينما تعد الدراسة الحالية من الدراسات التي تتناول القوة الناعمة ودورها في إدارة الأزمات الدولية من منظور اتصالي.
- ٣- الخروج بمؤشرات حول أكثر الأدوات الاتصالية للقوة الناعمة المصرية فاعلية في إدارة الأزمات الدولية.
- ٤- تقدم هذه الدراسة قاعدة معلوماتية لدراسات لاحقة في مجال القوة الناعمة المصرية، والأنشطة الاتصالية المستخدمة فيها، ودورها معالجة الأزمات الدولية.

أهداف الدراسة:

تستهدف الدراسة التعرف على الآتي:

١. نوع النشاط الاتصالي المستخدم في برامج القوة الناعمة المصرية.
٢. موضوع النشاط الاتصالي المستخدم في برامج القوة الناعمة.
٣. أهداف الأنشطة الاتصالية لبرامج القوة الناعمة المصرية.

- ٤ . أدوات القوة الناعمة المصرية المستخدمة في علاقاتها الدولية، وكيفية توظيفها.
- ٥ . المشاركين في معالجة الأزمات الثلاثة المتعلقة بالدراسة.
- ٦ . أساليب المعالجة الإعلامية للأزمات محل الدراسة.

الإطار النظري للدراسة:

تسعى الدراسة الحالية إلى اختبار دور الأنشطة الاتصالية للقوة الناعمة المصرية في معالجة الأزمات الإقليمية، لذا اعتمدت الباحثة على مؤشر القوة الناعمة العالمي لتحديد موارد القوة الناعمة المصرية وقياسها وفقاً للمؤشر، كذلك نموذج مورفي بايلي لإدارة الأزمات اعتمدت عليه الباحثة لقياس أساليب معالجة الأزمات في المنشورات المتعلقة بالأزمات محل الدراسة في الصفحات عينة الدراسة.

Global soft power index: أولاً- مؤشر القوة الناعمة العالمي

ويعتمد مؤشر القوة الناعمة العالمي على ٧ ركائز رئيسية، هي (٢٠):

- ١- القيم values: وتتمثل في الحرية والتسامح وقبول الآخر والأصالة.
- ٢- التعليم والعلوم Education and science: وتتمثل في جودة التعليم وجودة المنتج التعليمي وترتيبه عالمياً.
- ٣- الإعلام والاتصالات Media and communications: وتتمثل في وسائل الإعلام التقليدية ووسائل التواصل الاجتماعي.
- ٤- الثقافة والتراث Culture and heritage: وتتمثل في صورة تاريخ وثقافة دولة ما في عيون شعوب الدول الأخرى، وتتمثل في تاريخها وآدابها وفنونها وثقافتها المعاصرة.



- ٥- العلاقات الدولية International Relations: وتتمثل في العلاقات الدبلوماسية، والمنظمات الدولية، والحل السلمي للصراعات، والمساعدات الدولية.
- ٦- الحوكمة Governance: وتتمثل في سيادة القانون، وحقوق الإنسان، ومعدل الجريمة، والأمن، والدستور، والنخبة السياسية (٢١).
- ٧- الأعمال والتجارة Business and commerce: وتتمثل في الأنشطة التجارية، والعلاقات التجارية، وتحصيل الضرائب، والتجارة والاستثمار، والبنية التحتية وفرص النمو المستقبلي. وتم إضافة بند ثامن، وهو: "الاستجابة لجائحة (كوفيد-١٩)".

ثانياً- نموذج (مورفي بايلي Murphy Bayley) لإدارة الأزمات^{٢٢}:

يركز نموذج Murphy Bayley على استخدام منهج علمي وعملي في إدارة أية أزمة، وهذا المنهج العلمي والعملية يتطلب مراعاة مجموعة من الخطوات في التعامل مع الأزمة، وهذه الخطوات هي:

أولاً: تقدير الموقف (موقف الأزمة).

ثانياً: تحليل الموقف (موقف الأزمة).

ثالثاً: التخطيط العلمي للتدخل في الأزمة.

رابعاً: التدخل في الأزمة.

وفيما يأتي توضيح لكل خطوة من الخطوات المذكورة:

أولاً: تقدير الموقف (موقف الأزمة):

إن وقوع أية أزمة في المنظمة يرافقه مجموعة كبيرة من المتغيرات غير المفهومة جيداً لصناع القرار، وتتضمن الأزمة عناصر غير واضحة وغير محددة الملامح

والمظاهر، وهذا الواقع يتطلب قيام إدارة المنظمة بإجراء تقدير سليم وسريع لهذا الموقف الذى تمر به المنظمة (موقف الأزمة).

ثانيا: تحليل الموقف (موقف الأزمة):

تجرى عملية تحليل الموقف بعد أن يتم تقدير الموقف (موقف الأزمة) وبعد أن يتم توفير جميع البيانات المتعلقة بإجابات الأسئلة التى يجرى طرحها فى تقدير الموقف.

إن تحليل الموقف يركز على إجراء تحليل شامل ومتعمق لجميع عناصر موقف الأزمة، وتحديد وتحليل مكونات الموقف، وتقسيم عناصر ومكونات موقف الأزمة إلى أجزاء بسيطة وصغيرة لتسهيل عملية تحليل هذا الموقف.

ثالثا: التخطيط العلمى للتدخل فى الأزمة:

فى هذه الخطوة يجرى تحديد ووضع الخطط والبرامج والسيناريوهات المختلفة للتعامل مع الأزمة ومواجهتها، ويجرى وضع كل ما هو لازم وضرورى لتهيئة بيئة المنظمة لعمليات التغيير المرتقبة (إذا لزم الأمر إجراء تغييرات)، ويجرى ضمن هذه الخطوة التركيز على تحديد أماكن ومحاور التوتر والصراع فى بيئة المنظمة.

رابعا: التدخل فى الأزمة لمعالجتها:

بعد أن تكون إدارة الأزمة قد أنهت جميع خططها واستعداداتها ضمن الخطوة السابقة (الخطوة الثالثة)، فإنها فى هذه الخطوة تبدأ فى عملية التدخل فى الأزمة من أجل معالجتها بالصورة الكفوءة والفاعلة، ويكون التدخل بتبنى تطبيق الخطة المعتمدة والسيناريو أو السيناريوهات التى تم إقرارها للتعاطى مع هذه الأزمة.

أوجه الاستفادة من الإطار النظرى:

- ساعد مؤشر القوة الناعمة العالمى الباحثة فى توضيح عناصر القوة الناعمة للدولة، وتمثلت فى (الأعمال والتجارة، الحوكمة، التعليم والعلوم، العلاقات الدولية، الإعلام



والاتصالات، الثقافة والتراث، وأسلوب الحياة)، حيث اعتمدت الباحثة على المؤشر في قياس موارد القوة الناعمة المصرية..

- ساعد نموذج (مورفي بيلى Murphy Bayley) لإدارة الأزمات في قياس خطوات معالجة الأزمات موضوع الدراسة.
- استعانت الباحثة بالإطار النظرى في إعداد صحيفة تحليل المضمون، وفي وضع تساؤلات وفروض الدراسة.

تساؤلات الدراسة:

١. ما الأنشطة الاتصالية المستخدمة في برامج القوة الناعمة المصرية؟
٢. ما أهداف الأنشطة الاتصالية لبرامج القوة الناعمة المصرية؟
٣. ما أدوات القوة الناعمة المصرية المستخدمة في معالجة الأزمات الدولية؟
٤. ما ردود الأفعال تجاه جهود القوة الناعمة المصرية؟
٥. من المشاركين في إدارة الأزمات المتعلقة بالدراسة؟
٦. ما أساليب معالجة الأزمات الثلاثة المتعلقة بالدراسة؟

الإجراءات المنهجية:

يتضمن الإطار المنهجي للدراسة الخطوات المنهجية التي تم إتباعها في إجرائه، بعد تحديد مشكلته ووضع تساؤلاته وفروضه، وتشتمل هذه الخطوات على تحديد نوع الدراسة، ومنهج البحث، وأسلوب اختيار العينة، وأدوات جمع البيانات، والأساليب المستخدمة في تحليل البيانات.

نوع الدراسة ومنهجها:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، والتي تستهدف عرض وتحليل وتقويم خصائص ظاهرة معينة أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد، أو دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الناس أو مجموعة من الأحداث، وذلك للحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها، وكذلك تصنيف البيانات والحقائق وتفسيرها وتحليلها، واستخلاص نتائج تؤدي إلى إمكانية إصدار تعميمات بشأن رصد الأنشطة الاتصالية للقوة الناعمة المصرية ودورها في إدارة الأزمات الدولية.

وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح، والذي يعتبر جهدًا علميًا منظمًا للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة، موضوع البحث، ولفترة زمنية كافية، وهو ما يسمح بالخروج بتعميمات علمية واستخلاصات قابلة لإعادة الاختبار والتحقق من صحتها^(٢٣)، ويتمثل موضوع الدراسة في "دور الأنشطة الاتصالية للقوة الناعمة المصرية في معالجة الأزمات الإقليمية". وطبقت الباحثة هذا المنهج لتحقيق أهداف الدراسة في مستواه التحليلي (Analytical)، وذلك بتحليل (صفحة الفيس بوك الرسمية للهيئة العامة للاستعلامات المصرية، صفحة الفيس بوك الرسمية لرئاسة الوزراء المصرية، صفحة الفيس بوك للهِلال الأحمر المصري).

مجتمع الدراسة:

- مجتمع الدراسة التحليلية: يشمل مجتمع الدراسة التحليلية: مواقع وصفحات المنظمات الرسمية والأهلية في مصر.

عينة الدراسة:

تم تحليل منشورات صفحات الفيس بوك الرسمية فيما يتعلق بالأزمات للدول محل الدراسة لكلٍ من: (رئاسة الوزراء المصرية، الهيئة العامة للاستعلامات المصرية،



الهلال الأحمر المصري)، وتم اختيار "مدينة غزة الفلسطينية" وتحديداً أزمة القصف الصهيوني على غزة وتم تحليل ٥١ بوست عن الأزمة في الصفحات محل الدراسة في الفترة من ٢٠٢٤/٢/١ إلى ٢٠٢٤/٤/١. و "ليبيا" وتحديداً أزمة العاصفة دانيال وفيضانات مدينة درنة الليبية، وتم تحليل ٥٠ بوست عن الأزمة في الصفحات محل الدراسة في الفترة من ٢٠٢٣/٩/١٠ إلى ٢٠٢٣/١١/١٠. و"السودان" وتحديداً أزمة حرب السودان وتم تحليل ٤٩ بوست عن الأزمة في الفترة من ٢٠٢٣/٥/١٥ إلى ٢٠٢٤/٧/١٥، وتعتبر عينة الدراسة من العينات الغير احتمالية (العينة العمدية)، وتم اختيار المنظمات عينة الدراسة بطريقة عمدية نظراً لارتباطهم الوثيق بموضوع الدراسة.

مبررات اختيار العينة:

اختارت الباحثة تلك الصفحات بالتحديد لارتباطها الوثيق بموضوع الدراسة، حيث أن صفحة الفيس بوك لرئاسة الوزراء تعتبر من الصفحات المهمة التي تعرض الردود الرسمية لمصر تجاه الأمور المتعلقة بالسياسة الخارجية للدولة والتصريحات وردود الأفعال المصرية تجاه الأزمات الدولية، والهيئة العامة للاستعلامات تعتبر المتحدث الرسمي باسم مصر وخاصةً في أوقات الأزمات، والهلال الأحمر المصري من منظمات المجتمع المدني التي تعتبر من أهم أدوات القوة الناعمة المصرية.

أدوات جمع البيانات:

قامت الباحثة بتصميم صحيفة تحليل مضمون تناسب موضوع الدراسة، بحيث تتضمن الفئات الرئيسية والفرعية التي تشتمل على دور الأنشطة الاتصالية للقوة الناعمة المصرية في معالجة الأزمات الإقليمية، ومن خلالها تم جمع بيانات العينة وتصنيفها والوصول إلى نتائج الدراسة التحليلية.



فئات تحليل المضمون:

أولاً-الفئات الخاصة بالمضمون الوارد في منشورات الدراسة على الفيس بوك، والمرتبطة بماذا قيل وكيف قيل؟ وتتضمن:

أ- فئات التحليل المرتبطة بـ (ماذا قيل؟)، وتشمل:

- عدد المنشورات خلال فترة الدراسة.
- نوع النشاط الاتصالي: أخبار، ندوات، مؤتمرات، برامج، محاضرات، حوارات، اجتماعات، أخبار، أحداث خاصة، معارض، وعلاقات عامة.
- موضوع النشاط: مساعدات، سياسة خارجية، صحية، دعم القضية، الوافدين، علمية، عسكرية.

ب- فئات التحليل المرتبطة بـ (كيف قيل؟)، وتشمل:

- اللغة المستخدمة: (العربية - الإنجليزية).
- شكل المحتوى من حيث كونه: نصوصاً مكتوبة، الجمع بين النصوص المكتوبة والصور، صورة بداخلها نص، فيديو، الجمع بين الفيديو والنصوص المكتوبة، بث مباشر، الإنفوجرافيك، رابط ونص، رابط إلكتروني، رسوم كرتونية ثابتة، رسوم كرتونية متحركة.

١- الفئات الخاصة بتفاعل الجمهور مع المحتوى:

- إبداء الإعجاب بالمنشور.
- كتابة تعليق.
- عمل مشاركة.



٢- الفئات الخاصة بتفاعل المسؤولين عن الصفحات محل الدراسة مع الجمهور:

- الرد على التعليقات.
- الرد على الشكاوى.
- الرد على الاستفسارات.

٣- الفئات الخاصة بأهداف النشاط الاتصالي:

- الإخبار.
- إدارة الأزمات.
- إعلان المواقف الدبلوماسية.
- تحسين صورة الدولة.
- مقاطعة المنتجات الأجنبية.
- دعم السياسة الخارجية للدولة.

٤- الفئات الخاصة بموارد القوة الناعمة:

- التعليم والعلوم.
- الإعلام والاتصالات.
- العلاقات الدولية.
- الحوكمة.
- الأعمال والتجارة.

٥- الفئات الخاصة بالاستجابة للأزمة:

- تقدير موقف الأزمة.
- تحليل موقف الأزمة.
- التخطيط للأزمة.
- التدخل في الأزمة.

٦- الفئات المتعلقة بالموضوعات الخاصة بالأزمات محل دراسة.

وحدات التحليل:

لابد من أن يتم اختيار وحدة التحليل بناءً على مدى مناسبتها للمحتوى لتففى بغرض الدراسة، ووحدة التحليل تعنى أصغر عنصر فى المحتوى الذى يتم تحليله، ويمكن عده وقياسه، وكلما كانت وحدة التحليل سهلة وواضحة وحاسمة أدى ذلك إلى سهولة ترميز وثبات نتائج الدراسة^(٢٤).

استعانت الباحثة فى هذه الدراسة بثلاث وحدات للتحليل، وهى:

أ- وحدة صفحة الفيس بوك: وذلك للتعرف على المعلومات الخاصة بكل صفحة، بالإضافة إلى قياس الأنشطة الاتصالية المستخدمة بتلك الصفحة.

ب- وحدة النشاط الاتصالي: ويقصد المنشور الواحد التى تقدمه المنظمات محل الدراسات عبر صفحاتها الرسمية على الفيس بوك.

ج- وحدة الموضوع أو الفكرة: وذلك لتحليل المحتوى الذى تم نشره على صفحة المنظمات على الفيس بوك، من حيث الشكل والمضمون خلال الفترة الزمنية للتحليل، من أجل التعرف على طبيعة الموضوعات التى تم نشرها، والقوالب التحريرية المستخدمة، وأشكال التفاعل مع المحتوى... إلخ.

الصدق والثبات:

أولاً- اختبار الصدق:

يقصد باختبار الصدق صلاحية الاستمارة لقياس ما هو مراد قياسه، أو بمعنى آخر صلاحية أداة البحث فى تحقيق أهداف الدراسة، وبالتالي ارتفاع مستوى الثقة فيما يتوصل إليه الباحث من نتائج بحيث يمكن الانتقال منها إلى التعميم^(٢٥)، وبحيث تتطابق

المعلومات التي يتم جمعها بواسطتها مع الحقائق الموضوعية، وتعكس المعنى الحقيقي والفعلي للمفاهيم الواردة بالدراسة بدرجة كافية، ويُستعان في هذا الاختبار بعدد من المحكمين من خبراء البحوث في ضوء أهداف البحث وفروضة وبنوده^(٢٦).

وللتأكد من صدق صلاحية استمارة تحليل المضمون قامت الباحثة بعرض الاستمارة على عدد من الأساتذة المحكمين والخبراء في مجال الإعلام ومناهج البحث^(٢٧)، وبناءً على إرشاداتهم وتوصياتهم قامت الباحثة بإجراء التعديلات المطلوبة على الأسئلة التي أشاروا إليها، وبذلك أصبحت استمارة تحليل المضمون صالحة لقياس متغيرات الدراسة وتلبية أهدافها.

ثانياً-اختبار الثبات:

• هو عبارة عن إجراءات متعلقة بأداة جمع المعلومات والبيانات، ويقصد بها: التأكد من درجة الاتساق العالية لها بما يتيح قياس ما تقيسه من ظواهر ومتغيرات بدرجة عالية من الدقة، والحصول على نتائج متطابقة أو متشابهة، إذا تكرر استخدامها أكثر من مرة في جمع نفس المعلومات أو في قياس نفس الظواهر أو المتغيرات، سواء من نفس المبحوثين أو من مبحوثين آخرين، وسواء استخدمها باحث أو عدد من الباحثين في أوقات وظروف مختلفة^(٢٨)، أجرت الباحثة اختبار الثبات مع اثنين غيرها من الباحثين^(٢٩)، لمعرفة مدى ثبات معامل التحليل بينهم على المستوى الكلي للمقياس، وتم إجراء الثبات على نسبة ٥% من المنشورات عينة الدراسة، بما يعادل (٢٠) منشورًا من المواقع والصفحات محل الدراسة.

ولقياس نسبة الثبات قامت الباحثة بشرح فئات التحليل لكل باحث، كما زودت كل باحث بالتعريفات الإجرائية لفئات التحليل، واتخذت لكل منهم رمزًا، وبلغ عدد حالات قياس الثبات وفقًا لقانون التبادل ثلاث حالات. وقد تم استخدام معامل هولستي لمعرفة



مدى تطابق التحليل بين الباحثة، والذي يرمز إليها بالرمز (أ)، والمحكم رقم (١) والذي رمز إليه بالرمز (ب)، والمحكم رقم (٢) والذي رمز له بالرمز (ج). حيث قامت الباحثة بتطبيق المعادلة الآتية:

$$ت = \frac{ن(متوسط الاتفاق بين المحكمين)}{ن1+2+3(مجموع الحالات التي تم تحليلها)}$$

$$- أ، ب = \frac{33}{35} = ٩٤ .٠$$

$$- أ، ج = \frac{34}{35} = ٩٧ .٠$$

$$- ب، ج = \frac{32}{35} = ٩١ .٠$$

$$نسبة الثبات (ت) = \frac{33+34+32}{105} = ٩٤ .٠$$

مما يعنى أن نسبة الثبات = ٩٤%، وهى نسبة عالية تدل على ثبات الأداة، وتؤكد وضوح الاستمارة وصلاحيتها لجمع البيانات المطلوبة.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة، قامت الباحثة بترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية، وذلك باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية" (Statistical Package for Social Science). وبناء عليه تم عمل مقاييس وصفية تشمل الجداول والتوزيعات التكرارية، والمقاييس التجميعية، وتطبيق المعاملات الإحصائية التى تلائم كل متغير من متغيرات الدراسة وفق الآتي:

- التكرارات البسيطة. Frequency والنسب المئوية Percent.



- المتوسط الحسابى Mean والانحراف المعياري Std. Deviation.
- معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوى المسافة أو النسبة. وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من ٠.٣٠٠، ومتوسطة إذا كانت ما بين ٠.٣٠٠:٠.٦٠٠، وقوية إذا كانت أكثر من ٠.٦٠٠.
- اختبار (Independent Samples T Test) لمقارنة متوسطى عينتين مستقلتين والمعروف اختصارا باختبار "ت" أو (T- Test).
- اختبار تحليل التباين فى اتجاه واحد (One Way ANOVA) والمعروف اختصارا ANOVA، أو اختبار "ف" وذلك لقياس الفروق بين المتوسطات بين أكثر من مجموعتين.

مستوى الدلالة المعتمد فى هذه الدراسة:

اعتمدت الباحثة على مستوى دلالة يبلغ ٠.٠٥، لاعتبار الفروق ذات دلالة إحصائية من عدمه، وبناء على ذلك سيتم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة ٩٥% فأكثر، أى عند مستوى معنوية ٠.٠٥ فأقل.

مفاهيم الدراسة

المفاهيم	المفهوم النظري	المفهوم الإجرائي
الأنشطة الاتصالية Communication activities	هي مجموعة الإستراتيجيات الاتصالية تستخدمها المنظمات أو الدول لتحقيق رسالتها الإعلامية والوصول لأهدافها.	تمثل الأنشطة الاتصالية في: ١-العلاقات العامة الدولية. ٢-وسائل الإعلام. ٣-الندوات والمؤتمرات، الاجتماعات، المساعدات. الخ.
القوة الناعمة Soft Power	"القدرة على صياغة خيارات الآخرين والحصول على ما تريده عبر الجاذبية أو السحر بدلاً من القهر أو الإكراه أو الضغوط الاقتصادية" ^(٣٠) ، كما أن القوة الناعمة هي القدرة على الجذب والاستقطاب اللذين يؤديان إلى التراضي ^(٣١) ويمكن أن تجعل الآخرين يحترمون قيمتك ومثلك ويفعلون ما تريد ^(٣٢) ، فالقوة الناعمة هي جعل الآخرين أن يريدوا ما تريد، وأن تختار للناس بدلاً من إرغامهم ^(٣٣) .	والقوة الناعمة المصرية التي يراد قياسها من خلال الدراسة: الحكومة، العلاقات الدولية، الدبلوماسية العامة أو الشعبية، منظمات المجتمع المدني.
معالجة الأزمات الدولية International crises treatment	هي القدرة على السيطرة على الأزمات الدولية والتعامل معها سواء على المستوى الداخلي للدولة أو الإقليمي أو العالمي.	التعرف على كيفية معالجة مصر للأزمات الإقليمية المتعلقة بالقصف الصهيوني على مدينة غزة، وسيول ليبيا الأخيرة، وحرب السودان الأخيرة.

نتائج الدراسة التحليلية

في هذا الجزء تعرض الباحثة نتائج تحليل المضمون للصفحات محل الدراسة، حيث. تم تحليل صفحات الفيس بوك الرسمية لكل من: (رئاسة الوزراء المصرية، الهيئة العامة للاستعلامات المصرية، الهلال الأحمر المصري)، وتم اختيار "مدينة غزة الفلسطينية" وتحديداً أزمة القصف الصهيوني على غزة وتم تحليل ٥١ بوست عن الأزمة في الصفحات محل الدراسة في الفترة من ٢٠٢٤/٢/١ إلى ٢٠٢٤/٤/١. و "ليبيا" وتحديداً أزمة العاصفة دانيال وفيضانات مدينة درنة الليبية، وتم تحليل ٥٠ بوست عن الأزمة في الصفحات محل الدراسة في الفترة من ٢٠٢٣/٩/١٠ إلى ٢٠٢٣/١١/١٠. و"السودان" وتحديداً أزمة حرب السودان وتم تحليل ٤٩ بوست عن الأزمة في الفترة من ٢٠٢٣/٥/١٥ إلى ٢٠٢٤/٧/١٥. وفي هذا العرض تربط الباحثة بين نتائج التحليل والهدف الذي تحققه البيانات المعروضة في كل جدول، وتوضح كيف يجيب الجدول والبيانات الواردة فيه على الأسئلة الخاصة بالهدف. ومن ثم



إخضاع جميع المضمون المنشور للتحليل حسب صحيفة تحليل المضمون التي أعدت فئاتها الرئيسية وفئاتها الفرعية لتتناسب مع عينة الدراسة.

وفيما يلي عرض للنتائج التي توصلت إليها الدراسة، بما يجيب عن التساؤلات التي تسعى إلى الإجابة عنها، واختبار فروض الدراسة، وبناء على ذلك تدرج تحت المحاور التالية:

- **المحور الأول:** ويتضمن الأنشطة الاتصالية المستخدمة في برامج القوة الناعمة المصرية.
 - نوع النشاط الاتصالي المستخدم في برامج القوة الناعمة الصينية في مصر.
 - موضوع النشاط الاتصالي المستخدم في برامج القوة الناعمة الصينية في مصر.
 - اللغة المستخدمة في تقديم الرسالة الاتصالية.
 - أساليب تقديم الرسالة الاتصالية.
 - طبيعة تفاعل الجمهور مع الرسائل الاتصالية.
 - طبيعة تفاعل المسؤولين مع الجمهور.
 - المشاركين في إدارة الأزمة.
 - اتجاه ردود الأفعال نحو القضية.
- **المحور الثاني:** أهداف الأنشطة الاتصالية المستخدمة في برامج القوة الناعمة الصينية في مصر.
- **المحور الثالث:** موارد القوة الناعمة.
- **المحور الرابع:** الاستجابة للأزمة.
- **المحور الخامس:** الموضوعات المتعلقة بالدول محل الدراسة.
 - غزة
 - ليبيا
 - السودان

المحور الأول

من أهداف هذه الدراسة التعرف على الأنشطة الاتصالية المستخدمة من جانب المنظمات مجال الدراسة، ولهذا أثارت الباحثة السؤال الأول من أسئلة الدراسة التحليلية والخاص بطبيعة الأنشطة الاتصالية المستخدمة في برامج القوة الناعمة المصرية، وتوضح بيانات الجداول رقم (١، ٢، ٣، ٤، ٥، ٦، ٧، ٨) الأنشطة الاتصالية للقوة الناعمة المصرية بصفحات الفيس بوك للمنظمات مجال الدراسة كالتالي:

١- نوع النشاط الاتصالي

الجدول رقم (١)

المجموع	الصفحة						نوع النشاط	
	الهلال الأحمر المصري		الهيئة العامة للاستعلامات		رئاسة الوزراء			
	ك	%	ك	%	ك	%		
٤٤	٢٩.٣%	١٩	٣٩.٦%	١٨	٣٣.٣%	٧	١٤.٦%	أخبار
٢٠	١٣.٣%	٥	١٠.٤%	٤	٧.٤%	١١	٢٢.٩%	اجتماعات
١٩	١٢.٧%	٥	١٠.٤%	١١	٢٠.٤%	٣	٦.٣%	علاقات عامة
١٤	٩.٣%	٤	٨.٣%	٦	١١.١%	٤	٨.٣%	ندوات
١٣	٨.٧%	٤	٨.٣%	٤	٧.٤%	٥	١٠.٤%	مؤتمرات
١٢	٨.٠%	٤	٨.٣%	١	١.٩%	٧	١٤.٦%	منتدى
٩	٦.٠%	٢	٤.٢%	٦	١١.١%	١	٢.١%	برامج
٨	٥.٣%	٤	٨.٣%	١	١.٩%	٣	٦.٣%	حوارات
٥	٣.٣%	١	٢.١%	٢	٣.٧%	٢	٤.٢%	أحداث خاصة
٣	٢.٠%	٠	٠.٠%	٠	٠.٠%	٣	٦.٣%	معارض
٣	٢.١%	٠	٠.٠%	١	١.٩%	٢	٤.٢%	محاضرات
١٥٠	١٠٠.٠%	٤٨	١٠٠.٠%	٥٤	١٠٠.٠%	٤٨	١٠٠.٠%	المجموع

كأ^٢ = ٣٥.٣٨٤ درجات الحرية = ٢٠ مستوى الدلالة = ٠.٠١٨ معامل التوافق = ٠.٤٣٧

جاء نوع النشاط الاتصالي "الأخبار" في المرتبة الأولى للمجموع الكلي للصفحات محل الدراسة بنسبة (٢٩.٣%)، وجاءت الاجتماعات في المرتبة الثانية بنسبة (١٣،٣%)، وجاءت العلاقات العامة في المرتبة الثالثة بنسبة (١٢.٧%) وترى



الباحثة أن هذه النتيجة منطقية حيث أن تداول الأخبار عن الأزمات يأتي من أوائل اهتمامات وسائل الإعلام، كذلك عقد الاجتماعات لمناقشة خطوات التعامل مع الأزمة يأتي من أوائل الأنشطة الاتصالية التي تتم في أوقات الأزمات. ومن الاجتماعات الهامة التي استضافتها مصر الاجتماع السداسي لوزراء خارجية (مصر، السعودية، الأردن، قطر، الامارات، وأمين سر اللجنة التنفيذية لمنظمة التحرير الفلسطينية في الفترة ٢٠٢٤/٣/٢١، لبحث سبل التعامل مع أزمة القصف الصهيوني على غزة. وبالنسبة للسودان نظمت القاهرة قمة اجتماع دول جوار السودان في ٢٠٢٤/٧/١٣، وقد نسق الهلال الأحمر المصري اجتماعاً مع عدة جهات دولية منها الاتحاد الدولي للصليب الأحمر والهلال الأحمر، والصليب الأحمر السويسري، وذلك لتلقى المعونات منهم وإرسالها للمتضررين في ليبيا.

٢- موضوع النشاط الاتصالي في المنشورات

الجدول رقم (٢)

المجموع	الصفحة						موضوع النشاط الاتصالي	
	الهلال الأحمر المصري		الهيئة العامة للاستعلامات		رئاسة الوزراء			
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٤٨.٠%	٧٢	٣٧.٥%	١٨	٦٨.٥%	٣٧	٣٥.٤%	١٧	مساعدات
١٢.٠%	١٨	١٦.٧%	٨	٧.٤%	٤	١٢.٥%	٦	سياسة خارجية
١٠.٠%	١٥	١٠.٤%	٥	٧.٤%	٤	١٢.٥%	٦	صحية
٨.٧%	١٣	١٢.٥%	٦	٥.٦%	٣	٨.٣%	٤	دعم للقضية
٨.٠%	١٢	٦.٣%	٣	١.٩%	١	١٦.٧%	٨	الوافدين
٧.٣%	١١	١٢.٥%	٦	٣.٧%	٢	٦.٣%	٣	علمية
٦.٠%	٩	٤.٢%	٢	٥.٦%	٣	٨.٣%	٤	عسكرية
١٠٠.٠%	١٥٠	١٠٠.٠%	٤٨	١٠٠.٠%	٥٤	١٠٠.٠%	٤٨	المجموع

كما^١ = ٢٢.١٠٥ درجات الحرية = ١٢ مستوى الدلالة = ٠.٠٣٦ معامل التوافق = ٠.٣٥٨

يوضح الجدول رقم (٢) موضوع النشاط الاتصالي في البوست، جاء المجموع الكلي لموضوع النشاط الاتصالي؛ "المساعدات" في المرتبة الأولى بنسبة

(٤٨.٠%)، وجاءت "السياسة الخارجية" في المرتبة الثانية بنسبة (١٢.٠%)، وجاءت الموضوعات "الصحية" في المرتبة الثالثة بنسبة (١٠.٠%). وتتفق الباحثة مع هذه النتيجة حيث أن المساعدات في أوقات الأزمات تعتبر الأهمية الأولى، كذلك طرق وسياسة الدولة في التعامل مع الأزمات خاصة الدولية منها تعتبر ذات أهمية كبيرة، وتقديم الرعاية الصحية بكافة أشكالها تعتبر من الإجراءات ذات الأهمية الكبيرة خاصة في أوقات الأزمات. ومنها تصريح رئيس الهيئة العامة للاستعلامات ضياء رشوان بحسب توجيهات الرئيس عبد الفتاح السيسي، بزيادة المساعدات الإنسانية الغذائية والطبية ومستلزمات الإعاشة من ٢٠٢٤/٤/٧ إلى ٣٠٠ شاحنة يومياً على الأقل تدخل قطاع غزة من الجانب المصري عن طريق معبر رفح. وبالنسبة لأزمة فيضانات ليبيا تم التنسيق بين جمعية الهلال الأحمر المصري ووزارة التضامن الاجتماعي في مصر، ومع القوات المسلحة المصرية وارسال كميات كبيرة من المساعدات الاغاثية والغذائية والطبية للمناطق المتضررة في ليبيا. وبالنسبة لأزمة الحرب السودانية فقد أعلن الهلال الأحمر المصري أن فرق الإغاثة توجهت فور اندلاع الأزمة السودانية، باتجاه الحدود والمعابر المصرية السودانية. وتتفق نتائج الجدول رقم (٢) مع دراسة (وى تشن ٢٠٢٢)،^(٣٤) حيث أوضحت نتائج الدراسة، كيف أثرت جهود الصين ومساعدتها لإيطاليا في أزمة كوفيد-١٩ على قوتها الناعمة وقدرتها التنافسية.

٣- اللغة المستخدمة في المنشورات

الجدول رقم (٣)

المجموع	الصفحة						اللغة
	الهلال الأحمر المصري		الهيئة العامة للاستعلامات		رئاسة الوزراء		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
٩٩.٣%	١٤٩	١٠٠.٠%	٤٨	٩٨.١%	٥٣	١٠٠.٠%	٤٨
٠.٧%	١	٠.٠%	٠	١.٩%	١	٠.٠%	٠
١٠٠.٠%	١٥٠	١٠٠.٠%	٤٨	١٠٠.٠%	٥٤	١٠٠.٠%	٤٨

كأ^٢ = ١.٧٩٠ درجات الحرية = ٢ مستوى الدلالة = ٠.٠٤٠٩ غير دالة



وتشير نتائج الجدول إلى أن معظم المنشورات باللغة العربية بنسبة (٩٩.٣%)، وجاءت اللغة الإنجليزية بنسبة (٠.٧%) فقط من المنشورات. وترجع الباحثة هذه النتيجة إلى طبيعة الأزمات محل الدراسة فهي لدول جوار عربية، ولكن ترى الباحثة أنه كان لابد من استخدام لغات أجنبية أخرى فى الرسالة الاتصالية المتعلقة بالأزمات محل دراسة، خاصةً المتعلقة بالقصف الصهيونى على مدينة غزة، وذلك لنقل الاعتداء الوحشى الذى يتعرض له أخواننا الفلسطينيين.

٤- أساليب تقديم الرسالة الاتصالية

الجدول رقم (٤)

المجموع	الصفحة						شكل المادة	
	الهلال الأحمر المصري		الهيئة العامة للاستعلامات		رئاسة الوزراء			
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
١٧.٣%	٢٦	١٨.٨%	٩	١٦.٧%	٩	١٦.٧%	٨	الجمع بين النصوص المكتوبة والصور
١٦.٧%	٢٥	١٤.٦%	٧	٢٥.٩%	١٤	٨.٣%	٤	نصوص مكتوبة
١٦.٠%	٢٤	١٢.٥%	٦	٢٠.٤%	١١	١٤.٦%	٧	الجمع بين الفيديو والنصوص المكتوبة
١٤.٠%	٢١	١٦.٧%	٨	١٤.٨%	٨	١٠.٤%	٥	صور بداخلها نص
٩.٣%	١٤	١٢.٥%	٦	١.٩%	١	١٤.٦%	٧	تقنية البث المباشر
٧.٣%	١١	٦.٣%	٣	٣.٧%	٢	١٢.٥%	٦	الأنفوجرافيك
٦.٧%	١٠	٦.٣%	٣	٥.٦%	٣	٨.٣%	٤	فيديو
٦.٧%	١٠	٦.٣%	٣	٣.٧%	٢	١٠.٤%	٥	القصة
٤.٧%	٧	٦.٣%	٣	٥.٦%	٣	٢.١%	١	رسوم كرتونية ثابتة
١.٣%	٢	٠.٠%	٠	١.٩%	١	٢.١%	١	رسوم كرتونية متحركة
١٠٠.٠%	١٥٠	١٠٠.٠%	٤٨	١٠٠.٠%	٥٤	١٠٠.٠%	٤٨	المجموع

٢١٨ = ١٨.٧٦٨ درجات الحرية = ١٨ مستوى الدلالة = ٠.٠٤٠٦ غير دالة

تشير بيانات الجدول رقم (٤) إلى أساليب تقديم الرسالة الاتصالية فى المادة المنشورة عن الأزمات محل الدراسة، جاءت أهم نتائج المجموع الإجمالى: فى المرتبة الأولى الجمع بين النصوص المكتوبة والصور بنسبة (١٧.٣%)، وجاء فى المرتبة

الثانية نصوص مكتوبة بنسبة (١٦.٧%)، وجاء في المرتبة الثالثة الجمع بين النصوص المكتوبة والفيديو بنسبة (١٦.٠%)، وجاء في المرتبة الرابعة صورة بداخلها نص بنسبة (١٤.٠%)، ويوضح الجدول النتائج التفصيلية.

٥- طبيعة تفاعل الجمهور مع المنشورات عن الأزمات محل الدراسة:

أ- مستوى التفاعل بالإعجاب

الجدول رقم (٥)

المجموع	الصفحة							مستوى التفاعل بالإعجاب
	الهلال الأحمر المصري		الهيئة العامة للاستعلامات		رئاسة الوزراء			
	%	ك	%	ك	%	ك		
٢٤.٧%	٣٧	١٦.٧%	٨	٣٨.٩%	٢١	١٦.٧%	٨	منخفض
٥٦.٠%	٨٤	٥٢.١%	٢٥	٤٤.٤%	٢٤	٧٢.٩%	٣٥	متوسط
١٩.٣%	٢٩	٣١.٣%	١٥	١٦.٧%	٩	١٠.٤%	٥	مرتفع
١٠٠.٠%	١٥٠	١٠٠.٠%	٤٨	١٠٠.٠%	٥٤	١٠٠.٠%	٤٨	المجموع

ك٢ = ١٦.٤٨٩ درجات الحرية = ٤ مستوى الدلالة = ٠.٠٠٠٢ معامل التوافق = ٠.٣١٥

تشير بيانات الجول رقم (٥) إلى مستوى التفاعل بالإعجاب مع المنشورات عن الأزمات محل الدراسة، جاءت أهم النتائج للمجموع الإجمالي: في المرتبة الأولى متوسط بنسبة (٥٦.٠%)، وجاء في المرتبة الثانية منخفض بنسبة (٢٤.٧%)، وجاء في المرتبة الثالثة مرتفع بنسبة (١٩.٣%).

ب- مستوى التفاعل بالتعليق

الجدول رقم (٦)

المجموع	الصفحة							مستوى التفاعل بالتعليق	
	الهِلال الأحمر المصري		الهيئة العامة للاستعلامات		رئاسة الوزراء				
	%	ك	%	ك	%	ك			
	٢١.٣%	٣٢	٢٢.٩%	١١	٢٠.٤%	١١	٢٠.٨%	١٠	منخفض
	٥٧.٣%	٨٦	٥٤.٢%	٢٦	٥١.٩%	٢٨	٦٦.٧%	٣٢	متوسط
	٢١.٣%	٣٢	٢٢.٩%	١١	٢٧.٨%	١٥	١٢.٥%	٦	مرتفع
	١٠٠.٠%	١٥٠	١٠٠.٠%	٤٨	١٠٠.٠%	٥٤	١٠٠.٠%	٤٨	المجموع

٢٤٥ = ٤ درجات الحرية = مستوى الدلالة = ٠.١٦٢ غير دالة

يشير الجدول رقم (٦) إلى مستوى التفاعل بالتعليق، وجاءت أهم النتائج للمجموع الإجمالي للثلاث صفحات: متوسط بنسبة (٥٧.٣%) في المرتبة الأولى، وجاء في المرتبة الثانية مرتفع ومنخفض بنفس النسبة (٢١.٣%).

ج- مستوى التفاعل بالمشاركة

الجدول رقم (٧)

المجموع	الصفحة							مستوى التفاعل بالمشاركة	
	الهِلال الأحمر المصري		الهيئة العامة للاستعلامات		رئاسة الوزراء				
	%	ك	%	ك	%	ك			
	٣٦.٠%	٥٤	٣٥.٤%	١٧	٤٤.٤%	٢٤	٢٧.١%	١٣	منخفض
	٥١.٣%	٧٧	٥٠.٠%	٢٤	٤٠.٧%	٢٢	٦٤.٦%	٣١	متوسط
	١٢.٧%	١٩	١٤.٦%	٧	١٤.٨%	٨	٨.٣%	٤	مرتفع
	١٠٠.٠%	١٥٠	١٠٠.٠%	٤٨	١٠٠.٠%	٥٤	١٠٠.٠%	٤٨	المجموع

٢٠٢٠ = ٤ درجات الحرية = مستوى الدلالة = ٠.١٩٨ غير دالة

وتوضح الثلاث جداول السابقة نسبة تفاعل الجمهور مع المنشورات بالصفحات محل الدراسة حيث جاءت النسبة الإجمالية متوسطة في الصفحات الثلاثة، حيث جاء التفاعل بالإعجاب بنسبة (٥٦.٠%)، وجاء التفاعل بالتعليق بنسبة (٥٦.٠%)، وجاء التفاعل بالمشاركة بنسبة (٥١.٣%).

٦- طبيعة تفاعل المسؤولين مع الجمهور

الجدول رقم (٨)

المجموع	الصفحة						طبيعة تفاعل المسؤولين مع الجمهور	
	الهلال الأحمر المصري		الهيئة العامة للاستعلامات		رئاسة الوزراء			
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٤٠.٧%	٦١	٢٠.٨%	١٠	٤٦.٣%	٢٥	٥٤.٢%	٢٦	بدون تفاعل
٤٣.٣%	٦٥	٥٦.٣%	٢٧	٣٧.٠%	٢٠	٣٧.٥%	١٨	الرد على التعليقات
١٠.٧%	١٦	١٨.٨%	٩	١١.١%	٦	٢.١%	١	الرد على الشكاوى
٥.٣%	٨	٤.٢%	٢	٥.٦%	٣	٦.٣%	٣	الرد على الاستفسارات
١٠٠.٠%	١٥٠	١٠٠.٠%	٤٨	١٠٠.٠%	٥٤	١٠٠.٠%	٤٨	المجموع

كما^٢ = ١٦.٤٠٣ درجات الحرية = ٦ مستوى الدلالة = ٠.٠١٢ معامل التوافق = ٠.٣١٤

يوضح الجدول رقم (٨) طبيعة تفاعل المسؤولين مع الجمهور جاء بنسبة إجمالية الرد على التعليقات بنسبة (٤٣.٣%)، وجاء بدون تفاعل بنسبة (٤٠.٧%)، وجاء الرد على الشكاوى بنسبة (١٠.٧%)، وجاء الرد على الاستفسارات بنسبة (٥.٣%).

٧-المشاركين في إدارة الأزمة:

الجدول رقم (٩)

المجموع	الصفحة							المشاركين في إدارة الأزمة
	الهلال الأحمر المصري		الهيئة العامة للاستعلامات		رئاسة الوزراء			
	ك	%	ك	%	ك	%		
٥٠.٧%	٧٦	٣١.٣%	١٥	٥٥.٦%	٣٠	٦٤.٦%	٣١	قيادات حكومية
١٨.٠%	٢٧	٣٣.٣%	١٦	١١.١%	٦	١٠.٤%	٥	متطوعون
١٥.٣%	٢٣	١٤.٦%	٧	٢٠.٤%	١١	١٠.٤%	٥	قادة رأي
٩.٣%	١٤	١٢.٥%	٦	١١.١%	٦	٤.٢%	٢	فنانون
٦.٧%	١٠	٨.٣%	٤	١.٩%	١	١٠.٤%	٥	جمهور عام
١٠٠.٠%	١٥٠	١٠٠.٠%	٤٨	١٠٠.٠%	٥٤	١٠٠.٠%	٤٨	المجموع

كأ^٢ = ٢١.٧١٨ درجات الحرية = ٤٨ مستوى الدلالة = ٠.٠٠٥ معامل التوافق = ٠.٣٥٦

يوضح الجدول رقم (٩) الأطراف المشاركة في إدارة الأزمة، جاء المجموع الكلي للمشاركين في إدارة الأزمة: جاء في المرتبة الأولى القيادات الحكومية بنسبة (٥٠.٧%) وتتفق الباحثة مع هذه النتيجة بما لاحظته أثناء تحليل الثلاث صفحات الخاصة بالمنظمات محل الدراسة باهتمام القيادات الحكومية بالدولة المصرية وعلى رأسها الرئيس عبد الفتاح السيسي، فمنذ اللحظة الأولى للقصف الإسرائيلي على غزة قامت مصر بتكثيف الاتصال بالأطراف ذات الصلة، وكذلك الأطراف الإقليمية والدولية، وسواء على مستوى الرئيس عبد الفتاح السيسي أو وزارة الخارجية وقيادات حكومية متعددة، وكذلك بالنسبة لأزمة فيضانات ليبيا وأزمة حرب السودان. وجاء في المرتبة الثانية متطوعون بنسبة (١٨.٠%)، وتتفق أيضاً الباحثة مع هذه النتيجة فقد شاركت العديد من المنظمات الأهلية والمتطوعين في مصر في الثلاث أزمات محل الدراسة وكان على رأسها الهلال الأحمر المصري محل الدراسة. وجاء في المرتبة

الثالثة قادرة الرأى بنسبة (١٥.٣%) ومنهم العديد من الشخصيات العامة وأعضاء مجلس الشعب ورؤساء الأحزاب والإعلاميين المصريين، وقد شارك عدد كبير من الفنانين المصريين فى دعم الأزمات الثلاثة محل الدراسة.

٨- اتجاه ردود الأفعال نحو القضية:

الجدول رقم (١٠)

المجموع	الصفحة						اتجاه ردود الأفعال نحو القضية	
	الهلال الأحمر المصري		الهيئة العامة للاستعلامات		رئاسة الوزراء			
	ك	%	ك	%	ك	%		
١٤٠	٩٤.٠%	٤٧	١٠٠.٠%	٤٧	٨٧.٠%	٤٦	٩٥.٨%	يدعم القضية
٩	٦.٠%	٠	٠.٠%	٧	١٣.٠%	٢	٤.٢%	محايد
١٤٩	١٠٠.٠%	٤٧	١٠٠.٠%	٥٤	١٠٠.٠%	٤٨	١٠٠.٠%	المجموع

٢٠٨٧٨ = ٧ درجات الحرية = ٢ مستوى الدلالة = ٠.٠١٩ معامل التوافق = ٠.٢٢٤

ويجيب الجدول رقم (١٠) على تساؤل من تساؤلات الدراسة وهو ما ردود الأفعال نحو الأزمات الدولية التى تشملها الدراسة، جاء فى المرتبة الأولى بنسبة إجمالية "يدعم القضية" بنسبة (٩٤.٠%)، وجاء محايد فى المرتبة الثانية بنسبة (٦.٠%)، وجاء لا يدعم بدون نسبة فرأت الباحثة أن تحذف الخانة الخاصة به.

المحور الثانى: الهدف من النشاط الاتصالي:

تم إثارة تساؤل من أسئلة الدراسة التحليلية للتعرف على أهداف الأنشطة الاتصالية المستخدمة فى برامج القوة الناعمة المصرية، ويجيب على ذلك التساؤل المحور الثانى، وبيانات الجدول رقم (١١).

الجدول رقم (١١)

المجموع	الصفحة						الهدف من النشاط الاتصالي	
	الهلال الأحمر المصري		الهيئة العامة للاستعلامات		رئاسة الوزراء			
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٥٠.٧ %	٧٦	٤٣.٨ %	٢١	٧٤.١ %	٤٠	٣١.٣ %	١٥	إدارة الأزمات
٤٦.٠ %	٦٩	٣٩.٦ %	١٩	٥٧.٤ %	٣١	٣٩.٦ %	١٩	دعم السياسة الخارجية للدولة
٢٨.٧ %	٤٣	٢٢.٩ %	١١	٥١.٩ %	٢٨	٨.٣ %	٤	إعلان المواقف الدبلوماسية
٢٣.٣ %	٣٥	٢٠.٨ %	١٠	٢٩.٦ %	١٦	١٨.٨ %	٩	الإخبار
٢٣.٣ %	٣٥	٢٠.٨ %	١٠	٣٣.٣ %	١٨	١٤.٦ %	٧	تحسين صورة الدولة
٨.٧ %	١٣	٤.٢ %	٢	١٨.٥ %	١٠	٢.١ %	١	دعم العلامة التجارية الوطنية
١٥٠ = ن		٤٨ = ن		٥٤ = ن		٤٨ = ن		المجموع

ويوضح الجدول رقم (١١)، الهدف من النشاط الاتصالي، جاء فى المرتبة الأولى بنسبة إجمالية إدارة الأزمات بنسبة (٥٠.٧%)، وجاء دعم السياسة الخارجية للدولة بنسبة (٤٦%)، وجاء فى المرتبة الثالثة إعلان المواقف الدبلوماسية بنسبة (٢٨.٧%)، وترى الباحثة هذه النتيجة مقبولة حيث سجلت مصر تقدماً على مؤشر القوة الناعمة العالمى ٢٠٢٣ فيما يتعلق بإدارة الأزمات وتقديم المساعدات الدولية.

المحور الثالث: موارد القوة الناعمة المصرية.

ويعرض المحور الثالث والجدول رقم (١٢) موارد القوة الناعمة المصرية كما وضحتها مؤشر القوة الناعمة العالمى، حيث استعانت به الباحثة كجزء من الإطار النظرى

ذات الصلة الوثيقة بموضوع الدراسة الحالية، ويجب الجدول التالي عن تساؤل من تساؤلات الدراسة التحليلية: ما هي موارد القوة الناعمة المصرية؟، وجاءت النتائج كالتالي:

الجدول رقم (١٢)

المجموع	الصفحة						موارد القوة الناعمة المصرية	
	الهلال الأحمر المصري		الهيئة العامة للاستعلامات		رئاسة الوزراء			
	ك	%	ك	%	ك	%		
٥٤.٧%	٨٢	٤١.٧%	٢٠	٦٨.٥%	٣٧	٥٢.١%	٢٥	الحكومة
٣٢.٧%	٤٩	٣٥.٤%	١٧	٤٤.٤%	٢٤	١٦.٧%	٨	الإعلام والاتصالات
٢٨.٠%	٤٢	١٤.٦%	٧	٤٨.١%	٢٦	١٨.٨%	٩	العلاقات الدولية
١٢.٠%	١٨	١٦.٧%	٨	١٤.٨%	٨	٤.٢%	٢	التعليم والعلوم
٤.٧%	٧	٢.١%	١	٩.٣%	٥	٢.١%	١	الأعمال والتجارة
٠.٠%	١	٠.٠%	٠	٠.٠%	٠	٠.٠%	٠	الثقافة والتراث
١٥٠ = ن		٤٨ = ن		٥٤ = ن		٤٨ = ن		المجموع

يوضح الجدول رقم (١٢) موارد القوة الناعمة المصرية، وقد جاءت "الحكومة" من موارد القوة الناعمة في المرتبة الأولى بنسبة إجمالية (٥٤.٧%)، وجاءت "الإعلام والاتصالات" في المرتبة الثانية بنسبة (٣٢.٧%)، وجاءت "العلاقات الدولية" في المرتبة الثالثة بنسبة (٢٨.٠%). واتفقت هذه النتائج مع دراسة كل (السهلي حمد ٢٠١٩) ^(٣٥) عن دور القوة الناعمة في تعزيز السياسة الخارجية للمملكة العربية السعودية، ودراسة (سالم جاسم ٢٠١٧) ^(٣٦) أن العلاقات العامة الأمريكية وظفت تويتتر لمخاطبة الرأي العام العالمي بهدف إظهار مواطني الجذب والتميز التي يتمتع بها النظام الأمريكي، والتي من أهمها: قوة ووضوح السياسة الخارجية الأمريكية، وقوة علاقاتها الدبلوماسية، والدور الإيجابي للولايات المتحدة في التعامل مع الأزمات العالمية.

وترى الباحثة أن القوة الناعمة هي: استخدام وتطويع كافة إمكانات الدولة وأدواتها الثقافية والإعلامية والعسكرية والاقتصادية والدبلوماسية، لتصدير صورة جيدة عن الدولة لدى شعوب الدول الأخرى، وذلك لخلق نموذج جذاب للدولة تستطيع من خلاله التسويق لأهدافها والترويج لسياساتها"^{٣٧}.

المحور الرابع: يجيب هذا المحور والجدول رقم (١٣) على تساؤل من تساؤلات الدراسة التحليل وهو ما أساليب القيادة المصرية في إدارة الأزمات الدولية؟، وفقاً لنتائج التحليل الخاصة بالصفحات محل الدراسة، واختبار نموذج "مورفي بايلي" لإدارة الأزمات، عن خطوات الاستجابة للأزمة:

الجدول رقم (١٣)

المجموع	الصفحة							الاستجابة للأزمة
	الهلال الأحمر المصري		الهيئة العامة للاستعلامات		رئاسة الوزراء			
	%	ك	%	ك	%	ك		
٣٤.٧%	٥٢	١٨.٨%	٩	٥٣.٧%	٢٩	٢٩.٢%	١٤	تقدير موقف الأزمة
٢٧.٣%	٤١	٣٥.٤%	١٧	٩.٣%	٥	٣٩.٦%	١٩	تحليل موقف الأزمة
٢٠.٧%	٣١	٣١.٣%	١٥	١٤.٨%	٨	١٦.٧%	٨	التخطيط للأزمة
١٧.٣%	٢٦	١٤.٦%	٧	٢٢.٢%	١٢	١٤.٦%	٧	التدخل في الأزمة
١٠٠.٠%	١٥٠	١٠٠.٠%	٤٨	١٠٠.٠%	٥٤	١٠٠.٠%	٤٨	المجموع

ك^٢ = ٢٤.٨٤٠٩ درجات الحرية = ٦ مستوى الدلالة = معامل التوافق = ٠.٣٧٧

يوضح الجدول رقم (١٣)، خطوات الاستجابة للأزمة في الصفحات محل التحليل وفقاً لنموذج "مورفي بايلي"، جاء في المرتبة الأولى بنسبة إجمالية تقدير موقف

الأزمة بنسبة (٣٤.٧%)، وجاء تحليل موقف الأزمة في المرتبة الثانية بنسبة (٢٧.٠%)، وجاء في المرتبة الثالثة التخطيط للأزمة بنسبة (٢٠.٧%)، وجاء في المرتبة الرابعة والأخيرة التدخل في الأزمة بنسبة (١٧.٣%). واتفقت نتيجة هذا الجدول مع نتيجة دراسة (السيد السعيد ٢٠٢١)^{٣٨}، أن التقدير التحليل السليم لموقف الأزمة والإجراءات التصحيحية التي تقوم بها الدولة لدعم صورتها وتوجيه الرأي العام العالمي من أهم عوامل إدارة الأزمات الدولية.

المحور الخامس: القضايا المتعلقة بالدول محل الدراسة:

الجدول رقم (١٤)

الموضوعات المتعلقة بغزة	ك	%
موقف الدولة المصرية من الأزمة	١٣	٢٥.٥
دعوات المقاطعة للمنتجات الأجنبية	١١	٢١.٦
التبرعات لغزة	١٠	١٩.٦
فتح معبر رفح	٩	١٧.٦
عقبات دخول المساعدات إلى غزة	٦	١١.٨
الاسقاط الجوي للمساعدات على غزة	٢	٣.٩
المجموع	٥١	١٠٠.٠

يوضح الجدول رقم (١٤) الموضوعات المتعلقة بغزة حيث جاءت في المرتبة الأولى موقف الدولة المصرية من الأزمة بنسبة (٢٥.٥%)، وجاءت في المرتبة الثانية الدعوة إلى المقاطعة بنسبة (٢١.٦%)، وجاء في المرتبة الثالثة التبرعات لغزة بنسبة (١٩.٦%)، وجاء فتح معبر رفح في المرتبة الرابعة بنسبة (١٧.٦%). وترى الباحثة هذه النتيجة متوقعة حيث أن من مصادر القوة الناعمة وفقاً لنتائج الدراسة التحليلية جاءت الحوكمة في المرتبة الأولى، كذلك تقديم المساعدات في أوقات الأزمات تعتبر من أهم الأمور، وبالنسبة لاتجاه مقاطعة المنتجات الأجنبية للضغط لوقف العدوان



الصهيوني على غزة تناولته العديد وسائل الإعلام وصفحات السوشيال ميديا ومنها صفحات الدراسة، وبالنسبة لجمع التبرعات وفتح معبر رفح لإجلاء الأجانب والجرحى إلى مصر، ومعبر رفح الحدودى هو المنفذ البرى الوحيد لقطاع غزة غير الخاضع للسيطرة الإسرائيلية حيث يسمح بدخول المساعدات من خلاله.

الجدول رقم (١٥)

الموضوعات المتعلقة بليبيا	ك	%
موقف الدولة المصرية من الأزمة	٩	١٨.٠
المساعدات	٨	١٦.٠
امدادات غذائية	٧	١٤.٠
أطعم مدربة للبحث والإنقاذ	٦	١٢.٠
أطعم طبية	٦	١٢.٠
المستشفى العسكرى المصرى الميدانى	٤	٨.٠
عربات اسعاف	٣	٦.٠
طائرات ومروحيات اغاثية	٣	٦.٠
وفود عسكرية	٢	٤.٠
تخصيص إحدى اهم القطع البحرية المصرية لدعم الجهود الاغاثية	٢	٤.٠
المجموع	٥٠	١٠٠.٠

يوضح الجدول رقم (١٥) نتائج تحليل الدراسة بالنسبة للموضوعات المتعلقة بليبيا، حيث جاء موقف الدولة المصرية من الأزمة فى المرتبة الأولى بنسبة (١٨.٠%)، وجاءت المساعدات فى المرتبة الثانية بنسبة (١٦.٠%)، وجاءت الإمدادات الغذائية فى المرتبة الثالثة بنسبة (١٤.٠%). وترى الباحثة هذه النتيجة متوقعة أيضاً حيث من بداية الأزمة أعلن الرئيس عبد الفتاح السيسى "تضامن مصر" حكومة وشعباً مع الأشقاء بليبيا مع مصابهم الأليم، بعد العاصفة التى ضربت بلادهم.

الجدول رقم (١٦)

الموضوعات المتعلقة بالسودان	ك	%
موقف الدولة المصرية	١٢	٢٤.٥
المساعدات	١٠	٢٠.٤
حملات تطعيم شلل الأطفال	٨	١٦.٣
العائلات النازحة إلى مصر	٦	١٢.٢
مساحات صديقة للطفل	٣	٦.١
فرق خدمات الدعم النفسي	٣	٦.١
مؤتمرات القضايا الإنسانية في السودان التي احتضنتها القاهرة	٣	٦.١
نوادى الأسرة	٢	٤.١
امدادات الوقاية من العدوي	٢	٤.١
المجموع	٤٩	١٠٠.٠

يوضح الجدول رقم (١٦) نتائج تحليل الموضوعات المتعلقة بأزمة حرب السودان، حيث جاء في المرتبة الأولى موقف الدولة المصرية بنسبة (٢٤.٥%)، وجاء في المرتبة الثانية المساعدات بنسبة (٢٠.٤%)، وجاء في المرتبة الثالثة حملات تطعيم شلل الأطفال بنسبة (١٦.٣%)، وجاء في المرتبة الرابعة العائلات النازحة إلى مصر بنسبة (١٢.٢%). وترى الباحثة أيضاً أن هذه النتيجة متوقعة حيث ذكرت الحكومة المصرية بدعمها للشعب السوداني في محنته حيث استقبلت مصر أعداد كبيرة من اللاجئين بعدما اندلعت نيران الحرب الأخيرة بالسودان.

أهم نتائج الدراسة والتوصيات

■ أهم نتائج الدراسة:

- جاء نوع النشاط الاتصالي الأخبار في المرتبة الأولى للمجموع الكلي للصفحات محل الدراسة بنسبة (٢٩.٣%)، وجاءت الاجتماعات في المرتبة الثانية بنسبة (١٣.٣%)، وجاءت العلاقات العامة في المرتبة الثالثة بنسبة (١٢.٧%). وترى الباحثة أن هذه النتيجة منطقية حيث أن تداول الأخبار عن الأزمات يأتي من أوائل اهتمامات وسائل الإعلام، كذلك عقد الاجتماعات لمناقشة خطوات التعامل مع الأزمة يأتي من أوائل الأنشطة الاتصالية التي تتم في أوقات الأزمات.
- جاء الهدف من النشاط الاتصالي، في المرتبة الأولى بنسبة إجمالية إدارة الأزمات بنسبة (٥٠.٧%)، وجاء دعم السياسة الخارجية للدولة بنسبة (٤٦%)، وجاء في المرتبة الثالثة إعلان الواقف الدبلوماسية بنسبة (٢٨.٧%).
- جاءت الحوكمة من موارد القوة الناعمة في المرتبة الأولى بنسبة إجمالية (٥٤.٧%)، وجاءت الإعلام الاتصالات في المرتبة الثانية بنسبة (٣٢.٧%)، وجاءت العلاقات الدولية في المرتبة الثالثة بنسبة (٢٨.٠%).
- بالنسبة للاستجابة للأزمة، جاء في المرتبة الأولى بنسبة إجمالية تقدير موقف الأزمة بنسبة (٣٤.٧%)، وجاء تحليل موقف الأزمة في المرتبة الثانية بنسبة (٢٧.٠%)، وجاء في المرتبة الثالثة التخطيط للأزمة بنسبة (٢٠.٧%)، وجاء في المرتبة الرابعة والأخيرة التدخل في الأزمة بنسبة (١٧.٣%).

- بالنسبة للموضوعات المتعلقة بغزة حيث جاءت في المرتبة الأولى موقف الدولة المصرية من الأزمة بنسبة (٢٥.٥%)، وجاءت في المرتبة الثانية الدعوة إلى المقاطعة بنسبة (٢١,٦%) , وجاء في المرتبة الثالثة التبرعات لغزة بنسبة (١٩.٦%)، وجاء فتح معبر رفح في المرتبة الرابعة بنسبة (١٧.٦%). وترى الباحثة هذه النتيجة متوقعة حيث أن من مصادر القوة الناعمة وفقاً لنتائج الدراسة التحليلية جاءت الحوكمة في المرتبة الأولى، كذلك تقديم المساعدات في أوقات الأزمات تعتبر من أهم الأمور، وبالنسبة لاتجاه مقاطعة المنتجات الأجنبية للضغط لوقف العدوان الصهيوني على غزة تناولته العديد وسائل الإعلام وصفحات السوشيال ميديا ومنها صفحات الدراسة، وبالنسبة لجمع التبرعات وفتح معبر رفح لإجلاء الأجانب والجرى إلى مصر، ومعبر رفح الحدودى هو المنفذ البرى الوحيد لقطاع غزة غير الخاضع للسيطرة الإسرائيلية حيث يسمح بدخول المساعدات من خلاله.
- بالنسبة للموضوعات المتعلقة بليبيا، جاء موقف الدولة المصرية من الأزمة في المرتبة الأولى بنسبة (١٨.٠%)، وجاءت المساعدات في المرتبة الثانية بنسبة (١٦.٠%)، وجاءت الإمدادات الغذائية فى المرتبة الثالثة بنسبة (١٤.٠%). وترى الباحثة هذه النتيجة متوقعة أيضاً حيث من بداية الأزمة أعلن الرئيس عبد الفتاح السيسى "تضامن مصر" حكومة وشعباً مع الأشقاء بليبيا مع مصابهم الأليم، بعد العاصفة التي ضربت بلادهم.
- بالنسبة الموضوعات المتعلقة بأزمة حرب السودان، جاء في المرتبة الأولى موقف الدولة المصرية بنسبة (٢٤.٥%)، وجاء فى المرتبة الثانية المساعدات بنسبة (٢٠.٤%)، زجاء فى المرتبة الثالثة حملات تطعيم شلل



الأطفال بنسبة (١٦.٣%)، وجاء في المرتبة الرابعة العائلات النازحة إلى مصر بنسبة (١٢.٢%). وترى الباحثة أيضاً أن هذه النتيجة متوقعة حيث ذكرت الحكومة المصرية بدعمها للشعب السوداني في محنته حيث استقبلت مصر أعداد كبيرة من اللاجئين بعدما اندلعت نيران الحرب الأخيرة بالسودان.

- وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين تعدد الأنشطة الاتصالية لبرامج القوة الناعمة وفاعلية إدارة الأزمات الدولية، حيث كانت قيمة $K=1.179$ وهي دالة عند مستوى معنوية (٠.٠٠٠)، وهي علاقة متوسطة القوة.

■ توصيات الدراسة:

- ضرورة توسيع إطار استخدام موارد القوة الناعمة المصرية في التعامل مع الأزمات الدولية خاصة المتعلقة بالقارة الأفريقية.
- يتعين على الدبلوماسية العامة المصرية أن تركز على وسائل الإعلام الدولية الموجهة كقوة هامة من قوى مصر الناعمة، والتي تعمل على تشكيل الرأي العام في العالم، وامتداد وسائل الإعلام بالمعلومات الصحيحة عن دور مصر الإقليمي والدولي خاصة في أوقات الأزمات.
- التأكيد على أهمية التواصل الجيد مع المنظمات غير الحكومية والمؤسسات والمجتمع المدني العالمي كقوة ناعمة هامة في أوقات الأزمات.



■ مراجع الدراسة:

- (1) Diana, G. (2024) "The construction of country Image and Stereotypes from Public View to Google Searches", University of Fribourg Switzerland, **International Journal communication**, Vol1. 5 No. 4, p. 40.
- (2) Alexander V. (2032) "Role of social media as a soft power tool in raising public awareness and engagement climate change, **In handbook of climate change communication**, Switzerland, Vol 1, pp. 273-292.
- (3) Danial, K. (2019), "Chinas s Belt and Road Initiative: Debt trap or soft power catalyst", **China and world journal**, Vol2, No1.
- (4) Swimming, L. Heather, G. (2011) "Image and perceived risk: study of Uganda and official tourism website", **tourism management journal**, Vol. 6, No. 04.

(٥) إسلام أحمد، فاعلية الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة الدولية بالمنظمات الدبلوماسية في تسويق الهوية الوطنية: دراسة تطبيقية على منصتي وزارتي الخارجية المصرية والأمريكية بموقع الفيس بوك، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مج ١٩، ع ٢٢٤، ٢٠٢٠، ص ٥٢٩.**

- (6) SuYan, p. (2020), "Confucius Institute project: China 's cultural diplomacy and soft power projection, Department of social sciences", The Hong Kong Institute of Education, **Asian Education Development studies**, Vol. 2, No. 1.

(٧) السهلي حمد، القوة الناعمة ودورها في تعزيز السياسة الخارجية للمملكة العربية السعودية، **رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة نايف العربية للعلوم الإستراتيجية، السعودية: كلية العلوم الإستراتيجية، ٢٠١٩).**

(^٨) أحمد حسن، وآخرون، القوة الناعمة في المنطقة العربية (السعودية- تركيا- إيران): دراسة في الاستراتيجيات والتأثير، مركز الفكر الاستراتيجي للدراسات، تركيا، ٢٠١٨.

(^٩) سالم جاسم، توظيف العلاقات العامة للقوة الناعمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي: الولايات المتحدة الأمريكية نموذجًا، رسالة ماجستير، (جامعة تكريت، العراق: كلية العلوم والآداب، ٢٠١٧).

(^{١٠}) على معوض، القوة الناعمة كأداة للسياسة الخارجية: دراسة حالة لسياسة تركيا تجاه المنطقة العربية في عهد حكومات العدالة والتنمية ٢٠٠٢-٢٠١٢، رسالة دكتوراه، (جامعة القاهرة: كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، ٢٠١٧).

(^{١١}) عبد الرؤوف عودة، الدبلوماسية الشعبية الفلسطينية كما تعكسها وسائل الإعلام المحلية والدولية ٢٠١٢-٢٠١٦، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة الأقصى، غزة: أكاديمية الإدارة والسياسة، ٢٠١٧).

(^{١٢}) وفاء أنور، سلوى محمود، منى مصطفى، لينا عاطف، (٢٠٢٣)، "تكنولوجيا الوسائط الإعلانية المتعددة لتسويق الأحداث الثقافية في مصر، كلية الفنون التطبيقية، جامعة ٦ أكتوبر، مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية. ^{١٢}

(^{١٣}) غادة محمود، تأثير إدراك فاعلية القوة الناعمة في الترويج للمقصد السياحي المصري، **المجلة الدولية للتراث والسياحة والضيافة**، كلية السياحة والفنادق، جامعة الفيوم، المجلد ١٢، العدد ٢/١، ٢٠١٨.

(^{١٤}) آية عبد العزيز، القوة الناعمة في مصر: من أين وإلى أين؟ ورقة بحثية منشورة، مركز البديل للتخطيط والدراسات الإستراتيجية، القاهرة، ٢٠ أغسطس، ٢٠١٧.

(^{١٥}) نوران حسام الدين، (٢٠٢٣)، "دور الاتصال الدبلوماسي في إدارة الأزمات الدولية المتعلقة بالأمن الطاقوي"، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، المجلد ٢٢، العدد ٣.

(^{١٦}) نوران حسام الدين، (٢٠٢٣)، "دور الخطاب الإعلامي في إدارة الأزمات الاقتصادية الدولية"، **مجلة البحوث الإعلامية**، المجلد ٦٨، العدد ٢. (^{١٦})

(^{١٧}) Wei, A. (2022), "COVID-19 and China's changing soft power in Italy", **Chinese Political Review**, Fudan university.

(^{١٨}) نشوى يوسف، (٢٠٢٢)، "البنى الأيديولوجية للخطاب الإعلامي في الأزمات الدولية"، **المجلة العلمية لبحوث الصحافة**، العدد ٢٢.

(٢٠) السيد السعيد، (٢٠٢١) "النماذج والسيناريوهات الإرشادية لخطاب الاعتذار والتصحيح في اتصالات العلاقات العامة لإدارة الأزمات الدولية"، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، العدد ٥٧

- (20) **Global soft power index 2021**, p. 22.
- (21) Hana, S. (2018) "Intangible cultural heritage and exploring the relationship", **International journal intangible heritage**, Vol. 7, No. 4, pp.12, 44.
- 22 **Dawn Gilpin** , (2008), "Crisis Management in a Complex World", **Oxford University Press**, Vol. 5
- (23) سمير حسين، **بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ**، ط١، عالم الكتب، القاهرة، ١٩٩٥، ص ١٢٣.
- (24) حسن عماد مكاوي، مدخل دراسة الأخبار الإذاعية باستخدام تحليل المحتوى، **مجلة بحوث الاتصال**، العدد السابع، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، يوليو ١٩٩٢، ص ٢٢.
- (25) سلوى إمام، الصدق والثبات فى استمارة تحليل المضمون، **المجلة العلمية لكلية الإعلام**، جامعة القاهرة، العدد الأول، ١٩٨٩، ص ٤٢.
- (26) سمير حسين، **بحوث الإعلام عالم الكتب**، القاهرة، ط٣، ١٩٩٩، ص ٢٧٤.
- (27) **الأساتذة محكمو استمارة تحليل المضمون مرتبون أجدياً وفقاً لدرجاتهم العلمية:**
- أولاً: السادة الأساتذة:**
١. أ.د. /الصاوى الصاوى أحمد أستاذ العلاقات الدولية جامعة بنها.
٢. أ.د./عبد الجواد سعيد أستاذ الصحافة و عميد كلية الإعلام جامعة المنوفية الأسبق.
٣. أ.م. د/ محمد عتران أستاذ العلاقات العامة المساعد جامعة القاهرة.
٤. د. علاء خليفة مدرس العلاقات العامة والإعلان كلية الإعلام جامعة الأزهر.
- (28) سمير حسين، مرجع سابق، ص ٣١٠.
- (29) د/علاء خليفة مدرس العلاقات العامة كلية الإعلام جامعة الأزهر / شيماء محمد عبد المجيد، باحثة دكتوراة
- (30) Joseph, S. (2004) , "**soft power: the means to Success In World Politics**, public Affairs, New York, p.8.
- (31) محمد حمدان، **الحرب الناعمة**، دار الولاة، بيروت، ٢٠١٠، ص ٢٦.



⁽³²⁾ Steven, L, **Power and the battle for hearts and minds, On the bluntness of soft power**, in the book Power in World Politics, Edited by felix Berens koetter, Published by Rutledge, 2007, p.91.

⁽³³⁾ حسن محمد حمدان، **الحرب الناعمة: المفهوم- النشأة- وسبل المواجهة**، مركز قيم الدراسات، بيروت، ط١، ٢٠١١، ص١٣.

⁽³⁴⁾ Wei, A. (202٢), Op, cit.

^(3٥) السهلى حمد، مرجع سابق.

^(3٦) سالم جاسم، مرجع سابق.

^(3٧) تعريف القوة الناعمة، عرفته الباحثة.

^(3٨) السيد السعيد، مرجع سابق.