

## فعالية الدبلوماسية عبر تويتر في بناء العلاقات مع الجماهير الأجنبية (دراسة حالة على الأنشطة الدبلوماسية للسفير البريطاني

في مصر" جون كاسن John Casson (عبر تويتر في الفترة من ٢٠١٤-٢٠١٨)

د/ نرمين علي عجوة\*

### ملخص البحث

تتحدد مشكلة الدراسة في التعرف على كيفية توظيف الدبلوماسيين لتويتر كأداة اتصالية فعالة من أجل بناء علاقات إيجابية مع جمهور الدول المضيفة، فضلاً عن التعرف على كيفية استغلال الثقافة المحلية للدولة المضيفة في بناء العلاقات عبر تويتر، وذلك من خلال دراسة حالة على الأنشطة الدبلوماسية للسفير البريطاني جون كاسن عبر تويتر في الفترة من ٢٠١٤-٢٠١٨. وتعتبر تجربة السفير البريطاني جون كاسن تجربة فريدة تستحق الدراسة حيث تخطى عدد متابعيه على تويتر مليون ومائتي ألف متابع.

وقد استخدمت الباحثة مدخل بناء العلاقات Relational Approach ونموذج المترجم الثقافي Cultural Interpreter Model كإطار نظري للدراسة، ومن خلال تحليل المضمون الكمي والكيفي لحساب السفير البريطاني في مصر توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أبرزها:

- استخدم السفير البريطاني خصائص تويتر الهيكلية بفاعلية في جذب انتباه الجمهور وإمداده بالمعلومات وخاصة الاتصال المرئي Visual Communication متمثلاً في الصور والفيديوهات كما استخدم السفير البريطاني في مصر الهاشتاج في الكثير من التغريدات، وكانت أكثر الدول تكراراً في الهاشتاج هي مصر تلاها وبفارق كبير بريطانيا وهو ما يعكس أن الدبلوماسية التي يقوم عليها حساب السفير قائمة على بناء العلاقات أكثر منها دبلوماسية قائمة على الإعلام عن دولته التي يمثلها بريطانيا.
- يعد السفير البريطاني جون كاسن رائداً في استخدام نوع جديد من الدبلوماسية التي تقوم على التفاعل المباشر مع الجمهور من خلال استخدام الاتصال ذو الاتجاهين عبر تويتر وتمثلت أهم أدوات تويتر الاتصالية التي استخدمها السفير في التفاعل مع الجمهور في الرد على رسائل المتابعين reply وعلامة الإشارة الموجهة لذكر شخص @ Mention وطرح التساؤلات أو الدعوة لاستجابة ما.
- ركزت غالبية التغريدات على مصر، وهو ما يشير إلى أن اهتمام السفير لم يكن بتسويق صورة بريطانيا لدى المصريين (اتصال ذو اتجاه واحد) بقدر ما هو بناء علاقات قوية مع المصريين والتي تنعكس بالتبعية على صورة بريطانيا (اتصال ذو اتجاهين). وندرت التغريدات التي تناولت بريطانيا فقط، واستخدمت هذه التغريدات استراتيجية نقل المعلومات التي تستهدف نقل وجهة النظر الرسمية حول بعض القضايا الدولية أو تسويق صورة بريطانيا في مصر.

\*المدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

- استخدام السفير البريطاني أربع مهارات أساسية لبناء العلاقات مع الجمهور المصري وتمثلت في إبراز الحرص على بناء واستمرار العلاقات Relational Continuation وجذب الانتباه في العلاقات Relational Attentiveness والفضول أو المحاكاة في العلاقات Relational Curiosity، وإبراز التعاطف في العلاقات Relational Empathy
- اتضح من الدراسة فعالية استخدام نموذج المترجم الثقافي في مجال الدبلوماسية العامة وهو أحد النماذج العلمية التي يتم تطبيقها في مجال العلاقات العامة الدولية، وتبين ذلك من خلال إجابة استغلال السفير البريطاني للثقافة المحلية المصرية حيث احتوت تغريداته عناصر أساسية للثقافة المصرية تمثلت في استخدام اللغة العربية وخاصة اللهجة العامية المصرية واستخدام الرموز الثقافية المألوفة، واستخدام الأسلوب الفكاهي الذي يتمتع به المصريون، وممارسة طقوس المصريين وعاداتهم في المناسبات المختلفة، واهتمامه بالأبطال المصريين المشهورين في المجالات المختلفة وخاصة الرياضة والفن.
- ارتبطت التغريدات التي استغل فيها السفير الثقافة المحلية المصرية في بناء العلاقات مع الجمهور المصري بتفاعل كبير من قبل الجمهور سواء بالإعجاب أو التعليق أو إعادة التغريد، ويعد تفاعل الجمهور مؤشراً على نجاح السفير في بناء العلاقات مع الجمهور المصري. كما أن التغريدات التي تشير إلى استماع السفير إلى الجمهور ارتبطت بإعادة تغريد الجمهور، ويتفق ذلك مع مدخل بناء العلاقات الذي يشير إلى أهمية الاستماع من أجل بناء علاقات فعالة في مجال الدبلوماسية العامة.
- قدمت الدراسة عدداً من التوصيات الموجهة إلى وزارة الخارجية المصرية للاستفادة منها في تحسين علاقات مصر الخارجية وبناء علاقات قوية مع الجمهور الأجنبي.

## Abstract

**Effectiveness of Twitter Diplomacy on Building Relationship with Foreign Public (Case study for diplomatic activities of the British Ambassador to Egypt “John Casson” on Twitter during the period from 2014 to 2018)**

*Dr. Nermeen Ali Agwa\**

The study aims to find out how the diplomats employ Twitter as an effective communication tool for building positive relationship with the public of the host country, and how diplomats utilize local culture of the host country in relationship building on Twitter. This is performed through a case study of the diplomatic activities of the British ambassador to Egypt “John Casson” on Twitter during the period from 2014 to 2018. Ambassador Casson case is a unique case

\*

Lecturer of Public Relations, Faculty of Mass Communication, Cairo University

that deserves study as his followers on Twitter reached more than 1.2 million followers.

The conceptual framework of the study is based on Relational Approach and the Cultural Interpreter Model through qualitative and quantitative analysis of Ambassador Casson Twitter account during his service in Egypt as British ambassador. Following are key findings of the study:

- The British Ambassador effectively utilized Twitter structural features to grab attention of the public and feeding them with information specially the use of visual communication represented by photos and videos. Moreover, the British ambassador used hashtags in many tweets. Most hashtags contained Egypt followed with a far margin by Britain, which reveals that the ambassador tweets adopted a relational diplomacy rather than an informative diplomacy providing information about the country he represents (Britain).
- Ambassador Casson is considered a pioneer in using a new type of diplomacy based on direct interaction with public through two-way communication through Twitter. The key Twitter communication tools used by ambassador Casson were reply, Mention (@), asking questions or seeking a specific response.
- Most tweets focused on Egypt; this reveals that the ambassador's key interest was not marketing Britain's image to the Egyptians (one-way communication). On the contrary, his interest was to build solid relationship with the Egyptians, which will consequently be reflected on Britain's Image (two-way communication). Tweets about Britain only were rare, these tweets primarily used the strategy of transferring information aiming to transfer official view on some international issues or marketing Britain's image in Egypt.
- The British ambassador used four main skills for building relationship with the Egyptian public which were relational continuation, relational curiosity, relational attentiveness and relational empathy.

- The study shows the effective utilization of the cultural interpreter model in public diplomacy, the model is one of the scientific models which are applied in international public relations. This arises in the British ambassador's effective employment of local Egyptian culture. The ambassador tweets contained basic elements of the Egyptian culture such as using Arabic language specifically using common Egyptian dialect and familiar cultural symbols. He used humor that is renowned about Egyptians and he enjoyed practicing Egyptian rituals and shared their celebrations in different occasions. Moreover, he showed interest in famous Egyptian figures in different fields specially in sports and art.
- Tweets that employed local Egyptian culture in building relationship with the Egyptian public showed substantial interactivity by the public through favoriting, commenting or retweeting. The public interaction is considered an indication of the ambassador's success in building relationship with the Egyptian public. On the other hand, the tweets which showed that the ambassador has listened to the public was associated with a retweet, this conforms the relational approach which emphasizes the importance of listening for effective relationship building in public diplomacy.

*Keywords: Public Relations, Public Diplomacy, John Casson, Britain, Egypt, Relationship Building, Twitter, Social Media, Cultural Interpreter Model.*

#### مقدمة:

كانت من نتائج تطور تكنولوجيا الاتصال ظهور أشكال من الدبلوماسية من أهمها الدبلوماسية الرقمية أو الدبلوماسية الإلكترونية، وهذا يعني ظهور دبلوماسية عالمية جديدة يستخدم فيها النشطاء والمنظمات الخاصة والعامة والقادة السياسيون والجمهور العام وسائل التواصل الاجتماعي مثل فيس بوك وتويتر بالإضافة إلى كل الإمكانيات التي توفرها الإنترنت لنشر الأفكار وبناء العلاقات الثقافية على المستوى العالمي وتشكيل الصور الذهنية والتأثير على الجماهير. (سليمان صالح، ٢٠١٥).

ويمتلك تويتر على وجه الخصوص العديد من الخصائص التي تجعله أداة اتصال فعالة في المجال السياسي، والوسيلة الأكثر شيوعاً في الدبلوماسية الرقمية، أهمها أن متابعة المستخدم لا يشترط أن تكون تبادلية، وهو ما يميزه عن وسائل

التواصل الاجتماعي الأخرى، كما يمكن أن يقرأ التغريدات دون أن يمتلك حساباً ودون متابعة أى حساب من خلال الدخول ببساطة للحساب أو الهاشتاج عبر الإنترنت مما يجعل تويتر وسيلة سهلة الوصول ووسيلة مفتوحة. (Hoffman, 2019)

ولذلك ظهر مفهوم جديد هو مفهوم الدبلوماسية عبر تويتر Twiplomacy والذي يعني "استخدام موقع التدوين المصغر من قبل رؤساء الدول وقادة المؤسسات الحكومية والدبلوماسيين من أجل تحقيق أهداف الدبلوماسية والدبلوماسية العامة. (Uysal, & Schroederb, 2018) حيث أدرك زعماء العالم والدبلوماسيون التابعون لهم التوسع المطرد لتويتر وبدأوا فى استخدامه من أجل الاندماج Engagement مع جماهيرهم والجماهير الأجنبية.

وتعد الدبلوماسية عبر تويتر ظاهرة جديدة ولكن ذات أهمية قصوى، حيث يمتلك الآن العديد من قادة الدول والمؤسسات الحكومية والدبلوماسيين حسابات على تويتر، ويستخدمونها من أجل الترويج لأهداف السياسة الخارجية وتطوير صورة إيجابية للدول التي ينتمون إليها وتستخدم الشبكات الاجتماعية لتنفيذ الدبلوماسية العامة للدول لأنها تتيح الفرصة للوصول إلى الجماهير وتطوير الحوار بين السياسيين والجماهير العريضة، والتأثير فى الرأى العام تجاه القضايا العامة. (Dumcivienne, 2011)

ويعد تويتر وسيلة فعالة فى الاتصال، ولكنه أكثر فعالية فى الاستماع للأفراد والمواطنين والجمهور الأجنبي الذي يسعى السفراء والدبلوماسيون من خلاله لتسويق دولهم. وقد أشار Alec Ross إلى أهمية استماع السفراء والدبلوماسيين للأفراد على مواقع التواصل الاجتماعي، وأنه على السفراء أن يتذكروا أن لديهم فماً واحداً وأذنين لاستخدامهم ليس فقط فى الاتصال بمواطنى الدول التي يعملون لديها ولكن أيضاً لفهم وجهات نظرهم. (Sandre, 2013) ورغم ذلك فإنه فى عصر الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي التفاعلية والتي تتيح بشكل كبير الاتصال التفاعلى فى اتجاهين فإن التحدث أصبح هو الاتجاه المسيطر للمشاركة عبر الإنترنت بينما لا يعد الاستماع اتجاهاً شائعاً للنشاط عبر الإنترنت. (McNamara, 2016)

#### العلاقات العامة والدبلوماسية العامة:

وقد لاحظ علماء الدبلوماسية العامة والعلاقات العامة الارتباط بين مفاهيم وممارسات كلا المجالين حيث أن الدبلوماسية العامة تعنى قيام الحكومات بالاتصال وبناء العلاقات مع الجماهير الأجنبية (Fitzpatric 2013)، وأشار "جرونج" إلى ضرورة أن تقوم ممارسة الدبلوماسية العامة على أسس العلاقات العامة الاستراتيجية. (راسم الجمال، ٢٠٠٩)، وأكد (Snow, 2015) على أن بناء العلاقات هو الهدف الأساسى للعلاقات العامة والدبلوماسية العامة، حيث أن كلا المجالين يسعيان إلى بناء علاقات طويلة المدى مع الجمهور والمنظمات لتحقيق المصالح

المشتركة. (2: Saleh, 2017)، وقد ركزت العديد من البحوث التي تناولت العلاقات العامة والدبلوماسية العامة على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كأداة لبناء العلاقات واقترضت في معظمها التأثير الإيجابي للعلاقات عبر الإنترنت. (Tam, 2018)

وأشار (Buckle, 2012) إلى أن التفاعلات الشخصية هي الأفضل لبناء واستمرار العلاقات، بينما لا تفضل الجماهير الأجنبية الاندماج مع الأنظمة الرسمية لأسباب عديدة، فإنهم يكونون أكثر استعداداً لمتابعة الشخصيات السياسية على مواقع التواصل الاجتماعي من أجل الاندماج Engagement في تفاعلات وجهاً لوجه والتي تعد أكثر أمناً. وقد وجدت بحوث العلاقات العامة ارتباطاً إيجابياً بين الشخصية المؤسسية ونتائج العلاقات. (Tam, 2019). ولذلك يفترض أن يستخدم الدبلوماسيون العلاقات العامة للاتصال مع الجماهير الأجنبية ومشاركتها الأفكار، وتعد جهود بناء العلاقات والتي تتضمن التفاعلات الشخصية مع الجماهير الأجنبية أمراً حاسماً في الدبلوماسية العامة.

ويحمل الدبلوماسيون والسفراء كممثلين لدولهم في الدول المضيفة مسؤوليات بناء العلاقات مع الجماهير الأجنبية والاندماج معهم في حوار تفاعلي عبر شبكات التواصل الاجتماعي. ويحدث الاندماج بسهولة عندما تكون هناك موضوعات بارزة للاهتمام المشترك والتي تجمعهم سوياً.

ويتمثل الإسهام الأساسي لتكنولوجيا الاتصال الجديدة في الدبلوماسية العامة في قيام الدول بتفصيل رسائل لتسويق صورتها وسياساتها الخارجية وفقاً للخصائص الفريدة للجماهير المحلية من حيث التاريخ والثقافة والقيم والعادات مما يسهل قبول سياساتها الخارجية والصورة التي تسعى لترويجها. (Collins, 2018)

ومن هنا تبرز الحاجة لفهم كيفية تأثير الثقافة على بناء العلاقات في عمليات الدبلوماسية العامة، فمن الملاحظ أن هناك فجوة مذهلة في الدراسات حول هذه القضية. وقد أشارت (Zaharna, 2012) إلى أن الثقافة تؤثر في كل جوانب الدبلوماسية العامة بدءاً من السياسة إلى الممارسة والدراسة العلمية (Fitzpatric, 2017). وفي هذا السياق يعرف Gregorg الدبلوماسية العامة بأنها الأداة التي تستخدمها الدول والمؤسسات الحكومية والفاعلون الحكوميون وغير الحكوميين من أجل فهم الثقافات والمواقف والسلوك بغرض بناء وإدارة العلاقات والتأثير في الأفكار تعزيزاً لمصالح الدول. (Fitzpatric, 2017)

وقد أشارت دراسة (Fitzpatric, 2013) إلى فهم واستيعاب الثقافات المختلفة كأحد أهم القدرات التي يجب أن يتمتع بها الدبلوماسي العام والتي تعد أحد أهم المهارات الفعالة لممارسة مهنة العلاقات العامة في المجال الدولي. ولذلك فإن الدبلوماسي المثالي هو الذي يتحدث لغة الدولة التي يبعث إليها ويفهم ثقافة هذه الدولة،

وحتى يكون لديه رؤية واضحة يجب أن يجمع المعلومات من خلال العديد من الوسائل والمصادر مثل الملاحظة المباشرة والصحف والتلفزيون والحوارات غير الرسمية مع الجمهور المحلي والدبلوماسيين من الدول الأخرى. (Cornut, 2015)

كما أشارت دراسة خريجي الوكالة الأمريكية للإعلام USIA Alumni Study إلى أهم المؤهلات التي يجب توافرها لنجاح مهنة ممارسي الدبلوماسية العامة وجاء في مقدمتها فهم واستيعاب الثقافات الأخرى Cross-Cultural Understanding، وامتلاك مهارات بناء العلاقات الشخصية Interpersonal Skills، ومهارات الاتصال اللفظي Oral Communication Skills وغيرها من مهارات الاتصال، ومما لا شك فيه أن هذه المهارات تعد في غاية الأهمية للدبلوماسية العامة التي تقوم على بناء العلاقات حيث أنها تعزز من جهود بناء العلاقات مع الجماهير الأجنبية. (Buckle, 2012)

ومن هنا يثور تساؤل هام وهو كيف يمكن للدبلوماسيين استغلال إمكانيات الإنترنت إلى أقصى مدى من أجل تضمين المواقع الاجتماعية وتطبيقات الويب في أدوات الاتصال التي يوظفونها من أجل الاندماج مع الجماهير الأجنبية (Vanc, 2012)

#### المشكلة البحثية:

تحدد مشكلة الدراسة في التعرف على كيفية توظيف الدبلوماسيين لتويتر كأداة اتصالية فعالة من أجل بناء علاقات إيجابية مع جمهور الدول المضيفة، فضلاً عن التعرف على كيفية استغلال الثقافة المحلية للدولة المضيفة في بناء العلاقات عبر تويتر، وذلك من خلال دراسة حالة على الأنشطة الدبلوماسية للسفير البريطاني جون كاسن عبر تويتر في الفترة من ٢٠١٤-٢٠١٨.

وتعتبر تجربة السفير البريطاني جون كاسن تجربة فريدة تستحق الدراسة حيث تخطى عدد متابعيه على تويتر مليون ومائتي ألف متابع أثناء فترة توليه منصب السفير البريطاني في مصر، وهو عدد ضخم مقارنة بأعداد المتابعين للسفارات الأجنبية في مصر والسفارة البريطانية ذاتها والتي يبلغ عدد متابعيها ٦٦.٣٠٠. واستطاعت تغريداته أن تجذب انتباه الجمهور المصري ويتفاعل معها، ويعيد تغريدها، كما تم تناقل تغريداته على صفحات الفيس بوك بين الجمهور، حتى طالب الجمهور المصري بمد فترة تواجه في مصر قبيل انتهاء مدته كرد فعل للتغريدة الشهيرة التي قام فيها بتوديع المصريين بعد انتهاء مدته. واستطاعت تغريداته أن تحظى بتغطية إعلامية واسعة من الصحف المصرية المحلية، حرصت فيها هذه الصحف على الإشادة بجهوده في الاتصال بالجماهير المصرية المحلية، وإدارة الحوار معها، كما تم استضافته في العديد من اللقاءات التلفزيونية وتم وصفه من قبل وسائل الإعلام بعبارات مثل بطل الدبلوماسية الشعبية، سفير بريطاني بنكهة مصرية،

سفير بنكهة ولاد البلد، الخواجة ابن البلد كما وصفه الجمهور المصري في أغلب التعليقات بابت البلد.

### الدراسات السابقة:

تم تقسيم الدراسات السابقة المرتبطة بموضوع الدراسة إلى:

١- دراسات تناولت الدبلوماسية العامة ووسائل الإعلام الجديد.

٢- دراسات تناولت استخدام الدبلوماسيين أو المشاهير السياسيين لتويتر.

### ١- دراسات تناولت الدبلوماسية العامة ووسائل الإعلام الجديد:

للتعرف على أنماط استخدام السفارات الأوربية للفيس بوك فى كازخستان، سعت دراسة (Collins, Bekenova (2019) لتحليل مضمون مواقع الفيس بوك لأربعة عشر دولة أوربية فى كازخستان والتي تمتلك حسابات على الفيس بوك وذلك فى الفترة ما بين ابريل ٢٠١٥ إلى مايو ٢٠١٦، وتوصلت الدراسة إلى أنه يتم استخدام خصائص الفيس بوك للاتصال فى اتجاه واحد من خلال نقل معلومات نمطية وروتينية، ولم يتم استخدام سياسة الحوار إلا بشكل ضئيل للغاية، حيث ركزت أغلب السفارات على توجيه جهودها للترويج للسياحة والتعليم والثقافة الخاصة بدولهم.

ولتقييم فعالية الفيس بوك فى الدبلوماسية العامة قام كلاً من Bali, Rached, Karim (2018) بتحليل مضمون كمي لصفحات الفيس بوك لسفارة الولايات المتحدة الأمريكية فى اربيل ومفوضية حكومة كردستان فى واشنطن، وتوصلت الدراسة إلى أن سفارة الولايات المتحدة أكثر نجاحاً فى توظيف الفيس بوك كأداة اتصال للدبلوماسية العامة من مفوضية كردستان، حيث أن صفحة الولايات المتحدة الأمريكية حصلت على علامات إعجاب أكثر من نظيرتها وتفاعل الجمهور معها بشكل أكبر من خلال التعليقات، كما أن عدد متابعي صفحة الفيس بوك الخاصة بالولايات المتحدة الأمريكية أكثر من صفحة كردستان. كما أشارت النتائج إلى أن مفوضية كردستان لم تتعامل مع الفيس بوك كمنصة فعالة لنقل أجدتها والاتصال مع الجمهور الأمريكي أو الجمهور الكردستاني فى الولايات المتحدة الأمريكية، ولم تنشر مفوضية كردستان سوى ١٤ منشور خلال شهرين مع أعداد قليلة من المتابعين. ويشير نقص المنشورات على صفحات الفيس بوك لكردستان إلى أن الأنشطة الدبلوماسية الكردستانية الموجهة للولايات المتحدة غير نشطة.

واهتمت دراسة وليد خلف (٢٠١٧) بالتعرف على الدور الذي يمكن أن تلعبه الدبلوماسية الرقمية فى المواقع الالكترونية فى التأثير على الدول والجماهير التي تتعامل معها وتقديم صورة الدولة لدى شعوب العالم وذلك فى الفترة ما بين ٢٠١٦/٨/١ إلى ٢٠١٦/١١/١، وذلك من خلال تحليل مضمون كفي للمواقع الالكترونية لوزارتي الخارجية المصرية والأمريكية. وانتهت الدراسة إلى تفوق موقع



وزارة الخارجية الأمريكية في نشر الصور ومقاطع الفيديو والاهتمام الأكبر بأدوات وشبكات التواصل الاجتماعي وأفردت مواقع اجتماعية متخصصة للتفاعل مع الحكومات والأفراد، على العكس من موقع وزارة الخارجية المصرية الذي لم يلقى اهتماماً موسعاً، وكانت استراتيجية محاربة الإرهاب هي أهم الاستراتيجيات التي ارتكزت عليها الدبلوماسية الرقمية في كلا الموقعين.

وللتعرف على كيفية استخدام الولايات المتحدة الأمريكية وكوريا للدبلوماسية العامة في تسويق العلامة التجارية للدولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي هدفت دراسة (Han, et al. (2016) للتحقق من ما إذا كان استخدام الدول للدبلوماسية العامة عبر مواقع التواصل الاجتماعي يعكس القوة الناعمة أم القوة الصلبة، وتحليل مضمون ٨٨٣ رسالة عبر الفيس بوك توصلت الدراسة إلى أن الولايات المتحدة الأمريكية خاطبت الجمهور من خلال اتصال غير متوازن ذو اتجاه واحد عكس قوتها الصلبة، بينما قامت كوريا ببناء العلاقات المتبادلة من خلال الاتصال ذو الاتجاهين من خلال التركيز على قوتها الناعمة.

ولتقييم مدى استغلال تويتر في جهود الدبلوماسية العامة الأمريكية الموجهة شمال شرق آسيا بغرض الاتصال التفاعلي تناولت دراسة (Metzgar & Lu, (2019) الجهود الدبلوماسية العامة الأمريكية للتواصل عبر الإنترنت مع الجمهور في الصين واليابان وكوريا الجنوبية من خلال دراسة مواقع التواصل الاجتماعي للسفارات الأمريكية في هذه الدول. واعتمدت الدراسة على نموذج إدارة العلاقات وأشارت الدراسة إلى أن أكثر من ثلاثة أرباع المحتوى (٧٦.٣%) اشتمل على استراتيجية النشر المباشر للمعلومات بينما لم تتعدى استراتيجية المشاركة والتفاعلية نسبة ١٠% من المحتوى، ومن ثم فإنه على الرغم من الإمكانيات التفاعلية لهذه الأدوات عبر الإنترنت إلا أن نهج الولايات المتحدة في السياق الإلكتروني لا يزال أحادياً بشكل كبير ويتضمن نقل الرسائل في اتجاه واحد بينما يندر للغاية التفاعل مع الجماهير المستهدفة.

وللتعرف على كيفية استغلال إسرائيل لفضاء الفيس بوك في التواصل مع الجماهير العربية، اهتمت دراسة آلاء فوزى (٢٠١٥) بتوصيف الاستراتيجيات التي توظفها المنظمات الإسرائيلية الحكومية المعنية بممارسة الدبلوماسية العامة خلال الأوقات الاعتيادية وأوقات الأزمات، وتوصلت الدراسة إلى أن استراتيجية الإقناع هي الاستراتيجية المعتمدة لدى الحكومة الإسرائيلية في إعادة إطلاق العلامة التجارية لإسرائيل Re-Branding Israel، والتي تقوم على تسويق إسرائيل كدولة ذات أوجه متعددة للفن والثقافة والاقتصاد والتكنولوجيا، ولم تهتم إسرائيل باستراتيجية الإعلام، كما لم تلتزم الصفحات الإسرائيلية محل الدراسة إلا بالأبعاد الشكلية لاستراتيجية الحوار ولم يسمعوا لآراء المعارضين، وتمثلت استراتيجية بناء الأجماع

فى بناء أرضية مشتركة بين العرب والإسرائيليين قوامها التشابه بينهم فى المقومات الدينية والثقافية.

وفى نفس السياق عنيت دراسة يسرا حسنى (٢٠١٤) بالتعرف على كيفية استغلال إسرائيل للواقع الافتراضي الجديد فى التواصل مع الجمهور العربي من خلال تحليل صفحة إسرائيل تتكلم بالعربية على مواقع التواصل الاجتماعي "الفييس بوك"، وتوصلت الدراسة إلى أن إسرائيل وظفت نموذج إصلاح صورة الدولة من خلال الاعتماد على استراتيجية التركيز على الجمهور مع التركيز على النقاط التي من شأنها أن تنشئ علاقة تعاطف مع الجمهور العربي مثل التهئة بالأعياد والمناسبات الإسلامية، الاهتمام بالموسيقى والفن والتراث الشرقي، وتنوعت الاستراتيجيات التي اعتمدت عليها إسرائيل لتعزيز وتلميع الصورة، ومنها استراتيجية نقل رسالة ذات مضمون معاكس لخصائص الصورة، واستراتيجية توسيع وتمديد الصورة من خلال نقل رسالة مفادها أن إسرائيل أكبر بكثير من المواجهات العنيفة ولها إنجازاتها فى مجال الطب والعلوم والتكنولوجيا والثقافة والفن.

وعن مدى نجاح الجهود التسويقية للدبلوماسية الرقمية الأمريكية فى فضاء الفييس بوك سعت دراسة ثريا البدوي (٢٠١٤) للتعرف على طبيعة أنشطة الدبلوماسية الأمريكية الافتراضية، وكيفية استقبالها من قبل المجتمع العربي. من خلال دراسة تحليلية لصفحات الفييس بوك الخاصة بثلاث جهات أمريكية هي السفارة الأمريكية بالقاهرة، وقناة الحرة الإخبارية، ومنظمة هيومان رايتس ووتش الحقوقية، فضلاً عن تحليل مضمون تعليقات المستخدمين لهذه الرسائل، وانتهت الدراسة إلى عدم نجاح الجهود التسويقية لأنشطة الدبلوماسية العامة الأمريكية الخاصة بالمنظمات محل الدراسة فى فضاء الفييس بوك، على الرغم من سعى الأخيرة لمراعاة الأبعاد الثقافية للمجتمع العربي حيث أن المستخدمين العرب متحفزون ضد الآخر الأمريكي وقادرون على تحليل وتفسير وفك وترميز الرؤى الأمريكية المنعكسة على أنشطة الدبلوماسية العامة بطريقة أخرى قد تناقض أهداف الولايات المتحدة الأمريكية.

وفى دراسة حول استخدامات ألمانيا والسويد للدبلوماسية عبر تويتر سعت دراسة (2013) Hoffman للتعرف على مدى استخدام تويتر فى أغراض الدبلوماسية العامة وكيفية استخدامه من خلال تحليل مضمون كفي لمواقع حسابات تويتر بالسويد وألمانيا، وتوصلت الدراسة إلى أن السويد استخدمت الموقع بطريقة لا تندرج تحت مصطلح الدبلوماسية العامة، حيث توجهت أنشطتها توجه بيعي، مما أدى إلى اقترابها بشكل أكبر نحو مدخل تسويق العلامة التجارية للدولة، بينما اتجهت أنشطة ألمانيا عبر مجال تويتر بشكل أكبر نحو الدبلوماسية العامة حيث روجت لثقافة ألمانيا والحياة المعاصرة بألمانيا للجماهير.

وسعت دراسة (2012) Vanc لاكتشاف هل يطبق الدبلوماسيون بالولايات المتحدة الأمريكية مبادئ الحوار مع الجماهير الأجنبية وما هي الأدوات التي يستخدمونها من أجل الاندماج في حوار وذلك من خلال مقابلات مع ١٤ دبلوماسي أمريكي عملوا في سفارات الولايات المتحدة الأمريكية في بولندا وسلوفاكيا والمجر ورومانيا، واتضح أن دبلوماسيي الولايات المتحدة الأمريكية يطبقون المبادئ الحوارية ويوظفون الحوار من أجل بناء علاقات تعاونية على المدى الطويل مع الجماهير الأجنبية، وأن الاتصال مع الجماهير الأجنبية يتطلب مدخلاً متعدد الأوجه يتضمن أدوات اتصالية متنوعة والتي يعد أفضلها على الإطلاق هو الاتصال وجهاً لوجه، ومع ذلك فإن نقص الاتصال عبر مواقع التواصل الاجتماعي يضيع فرصاً هائلة حيث يتيح لسفارات الولايات المتحدة أدوات اتصالية بديلة وفرص اندماج هائلة مع الجمهور.

## ٢- دراسات تناولت استخدام الدبلوماسيين أو المشاهير السياسيين لتويتر:

ولدراسة جهود التفاعل التي يقوم بها الدبلوماسي لبناء العلاقات سعت دراسة Tam (2019) لدراسة المداخل الشخصية في بناء العلاقات من خلال معرفة كيف يمكن للدبلوماسي أن يكون وكيلاً إنسانياً لتمثيل دولته وبناء العلاقات مع الجماهير الأجنبية التي يتفاعل معها، وذلك باستخدام منهج دراسة الحالة على القنصل العام للولايات المتحدة الأمريكية في هونج كونج Clifford Hard، والذي أجرى من خلال تحليل مضمون التغطية الإعلامية المحلية خلال فترة توليه المنصب فضلاً عن تحليل مضمون الصور التي نشرها على صفحة الفيس بوك الخاصة به، وتوصلت الدراسة إلى أنه تم بناء العلاقات مع العديد من الجماهير المحلية والعالمية، واستخدم هارد أربع مهارات لبناء العلاقات هي ابراز الحرص على بناء واستمرار العلاقات مع الجمهور المحلي، وجذب انتباه الجمهور من خلال أبراز أن لديه العديد من المعلومات عن التاريخ المحلي والأخبار المحلية، ويتمنى أن يعرف المزيد، والفضول أو المحاكاة في العلاقات من خلال الممارسات والتجارب السلوكية للثقافات المحلية، وأخيراً أبرز التعاطف في العلاقات من خلال تعاطفه مع الجمهور المحلي في المشاكل التي يواجهها.

ومن أجل فهم فعالية مبادرات الدبلوماسية العامة العسكرية عبر الإنترنت، عنيت دراسة (Azran and Yarchi, 2018) بتحليل مضمون كمي وكيفي لحساب الفيس بوك للمتحدث الرسمي باسم جيش الدفاع الإسرائيلي أفخاي ادري Avichai Adraee حيث حظيت صفحته بأكثر من مليون متابع أغلبهم من العالم العربي مما جعلها دراسة حالة فريدة ومثيرة. وقد أجرى تحليل المضمون على عينة قدرها ٤١٤ منشور على مدار عامين، وكشفت نتائج تحليل المضمون عن مزيج من رسائل القوة والردع، مع وجود بعض المنشورات التي صممت من أجل التأكيد على القيم المشتركة، وتم قياس تفاعل الجمهور مع هذه الرسائل من خلال الإعجاب والمشاركة

والتعليق وردود الأفعال السلبية. ومن النتائج المثيرة أن رسائل القيم المشتركة قد تشابهت مع الرسائل الأخرى من حيث مشاركة الجمهور مما يدل على أن المحتوى لا يلعب بالضرورة دوراً هاماً في تفاعل الجمهور وقد كشفت النتائج أيضاً أنه أثناء فترات اشتداد حدة الصراع العربي الإسرائيلي ارتفعت مشاركة المتابعين وردود الفعل السلبية بشكل كبير.

واتسقت نتائج هذه الدراسة مع دراسة محمد زيدان (٢٠١٨) والتي هدفت لدراسة الدعاية السياسية الإعلامية الإسرائيلية الموجهة للجمهور العربي والتعرف على مدى تأثيرها على الجمهور من خلال تحليل مضمون ٣٢٥ منشور في الفترة ما بين ٢٠١٨/١/١ إلى ٢٠١٨/٣/٢٥ على صفحة الفيس بوك الخاصة بالناطق الرسمي بلسان مؤسسة جيش الدفاع الإسرائيلي (أفخاي ادري) الناطقة باللغة العربية، وتوصلت الدراسة إلى أن غالبية الرسائل الموجهة إلى الجمهور العربي قد هدفت إلى الإعلام والأخبار في المرتبة الأولى وجاءت فئة التفاعل مع الجمهور في المرتبة الثانية، واحتلت فئة المجال الجغرافي المحلى المركز الأول مقدمة على فئة المجال الإقليمي والمجال الدولي، وتم استخدام الأسانيد الدينية في المقام الأول ثم الأدبية وجاء الاتجاه العام لردود أفعال الجمهور اتجاه معارض في المرتبة الأولى. (محمد زيدان، ٢٠١٨)

وللتعرف على مدى تطبيق مبادئ الاتصال الحواري في حساب تويتر للمرشح الرئاسي ترامب أثناء فترة ترشحه للرئاسة قامت (Foster, 2017) بتحليل مضمون عينة عشوائية قدرها ٤١٥ تغريدة من رسائل تويتر لترامب أثناء فترة ترشحه للرئاسة. وتوصلت الدراسة إلى أنه على الرغم من الاعتراف بنجاح ترامب عبر تويتر إلا أنه لم يتم الاستفادة من إمكانيات تويتر في بناء علاقات فعالة مع الجمهور من خلال توظيف مبادئ الاتصال الحواري عبر تويتر، ولم يلاحظ إلا القليل من مبادئ (Kent and Taylor, 1998) للاتصال الحواري حيث لم يستجب ترامب للأسئلة التي كانت توجه له أو يوجه أسئلة لمتابعيه. ولم يستخدم قدرات تويتر الهيكلية (صور، فيديوهات، روابط، إلخ)، ومن ثم فإن تغذية تويتر كانت في الأساس اتصال ذو اتجاه واحد. واستخدم تويتر من قبل ترامب لنشر مضمون حملته لمتابعيه أكثر من الاندماج مع المتابعين أو الجمهور في اتصال تفاعلي حقيقي. (ورأت الباحثة أن الاستجابات الموسمية لترامب هي التي خلقت الانطباع بأن مديري الاتصال على وعى ويستمعون لاهتمامات المتابعين). كما توصلت الدراسة إلى أنه على الرغم من قلة تطبيق مبادئ الاتصال الحواري في رسائل ترامب عبر تويتر إلا أن الجمهور كان مندمجاً ومتفاعلاً بشكل كبير مع رسائله وخاصة الرسائل التي تحمل في طياتها هجوماً على أحد الأفراد أو على وسائل الإعلام.

وفى ذات السياق سعت دراسة (Auxier, 2017) لدراسة الخصائص السلوكية لتغريدات الصفحة الخاصة بالرئيس ترامب @realDonaldTrump وردود أفعال

الجمهور للمضمون المقدم وذلك وفقاً لمصدر التغريد ما إذا كان الرئيس ترامب نفسه أو فريق العمل الخاص به، وذلك من خلال تحليل مضمون ٤٥٩٠ تغريدة في الفترة ما بين ١ يناير ٢٠١٦ إلى ٥ فبراير ٢٠١٧ وهي فترة ترشحه والأسابيع الأولى من الرئاسة وتبين أن تغريدات ترامب اتجهت إلى التركيز على نفسه أو الآخرين بشكل أكثر من الجمهور، وأنها كانت أكثر سلبية وغبياً وتوتراً من تغريدات فريق العمل الخاص به، وقد رأى كلاً من الجمهور المحافظ والليبرالي على السواء أن تغريدات ترامب لا تناسب شخصاً في موقعه وقد صدرت معظم التغريدات غير الملائمة عن ترامب ذاته. ودعت الدراسة إلى توجيه البحوث المستقبلية لكيفية اتصال المشاهير السياسيين عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

وحاولت دراسة (Archetti, 2012) التعرف على تأثير تكنولوجيا الاتصال الجديدة على ممارسة الدبلوماسية في لندن ومدى استخدام المنصات التكنولوجية المختلفة من أجل تحقيق الأهداف الدبلوماسية، وتوصلت الدراسة إلى أن (سياسة المقاس الواحد تناسب الجميع) لا تصلح عند الرغبة في تنفيذ استراتيجية اتصالية فعالة للدبلوماسية العامة، وأن موقعي فيس بوك وتويتر يعدان أداتين فعاليتين في دعم نوع جديد من الدبلوماسية العامة التي تتسم بالحوار مع الجماهير الأجنبية.

واهتمت دراسة عماد المديفر (٢٠١٣) بالتعرف على اتجاهات المؤسسات الدبلوماسية العربية في توظيف الإعلام الجديد من خلال دراسة مسحية لممارسي الدبلوماسية الخارجية السعودية، وتوصلت إلى أن ٨٩.٥% من عينة ممارسي الدبلوماسية الشعبية يرون أن للإنترنت وتقنية المعلومات والاتصالات دوراً فاعلاً في الرفع من كفاءة العمل الدبلوماسي الشعبي، كما برز بوضوح الميل إلى الاتصال المتوازن ثنائي الاتجاه بين الدولة والجماهير في الدول الأجنبية، حيث رأى أكثر من ٦٥% أن الدبلوماسية الشعبية هي حوار تفاعلي متبادل بين الحكومات والشعوب، ورصدت الدراسة اتجاهاً بارزاً نحو تنوع المضامين والرسائل الموجهة لجماهير الدول الأجنبية وفق طبيعتها الثقافية والاجتماعية والسياسية مع التأكيد على رسائل ومضامين محددة وثابتة كخدمة الحرمين الشريفين وخدمة حجاج بيت الله الحرام.

#### التعليق على الدراسات السابقة:

- ركزت معظم الدراسات العربية على تحسين أو تصحيح صورة الدول التي يوجد بها أزمات أو صراعات أو عدم استقرار مع الدول العربية مثل أمريكا وإسرائيل، وهو ما يؤدي إلى عدم نجاح جهود الدبلوماسية العامة، لاعتبارات تتعلق بالصراع السياسي، والذي يؤثر سلباً على جهود الدبلوماسية المبدولة لتحسين صورة الدولة في الخارج لصعوبة التعامل مع الآراء المعارضة وتغيير اتجاهاتها، بينما ندرت للغاية الدراسات التي حاولت التعرف على كيفية بناء العلاقات بين الدول التي تتسم بعلاقاتها بنوع من الاستقرار، وغابت الدراسات

التي تناولت الدبلوماسية البريطانية التي تحاول فرض قوتها الناعمة وابتعدت تماماً عن مجال القوة العسكرية على العكس من أمريكا وإسرائيل.

- اتضح أن الاتصال في اتجاه واحد **One-way-communication** هو السائد من أجل تسويق صورة الدول، بينما ندر للغاية استخدام الاتصال في اتجاهين **Two-way-communication** من أجل بناء علاقات فعالة مع جماهير الدول الأجنبية والتفاعل مع هذه الجماهير والاندماج معها في حوار تبادلي.
- هناك نقص في الدراسات الأجنبية التي تناولت الدبلوماسية الرقمية عبر تويتر وعلاقتها بتحسين صورة الدولة مقارنة بالدراسات التي تناولت موقع الفيس بوك، بينما تندر الدراسات العربية التي تتناول الدبلوماسية الرقمية عبر تويتر على الرغم من الإمكانيات الهائلة التي توفرها هذه الوسيلة الحديثة في الاتصال الحوارية مع الجماهير، وخاصة في المجال السياسي أو الدبلوماسي.
- هناك ندرة ملحوظة للدراسات التي تناولت الجهود الدبلوماسية للسفراء أو الدبلوماسيين في مجال الإعلام الرقمي، على الرغم من تأكيد باحثي العلاقات العامة والدبلوماسية العامة على أهمية بناء العلاقات من خلال الشخصيات المؤسسية التي تتفاعل مع الجمهور، وفعالية التفاعلات الشخصية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وأن الدبلوماسية التي تدار من خلال أفراد تكون أكثر مصداقية من التي تديرها الدولة والتي غالباً ما تكون غير موثوق فيها.
- لم تهتم أي من الدراسات السابقة بدراسة تأثير الفهم الثقافي، واستغلال ثقافة الشعوب في التقرب إليها وإقامة علاقة وطيدة معها على الرغم من أن الاتصال بين الدول هو اتصال ثقافي **Intercultural Communication** في المقام الأول ولا بد من مراعاة ثقافة الشعوب عند الاتصال بها حتى لا يحدث أي نوع من سوء الفهم.
- التعرف على كيفية بناء العلاقات في مجال الدبلوماسية العامة من خلال منهج دراسة الحالة الذي يتيح دراسة الظاهرة بكافة تفاصيلها بدقة وعن قرب.
- التعرف على الدور الذي يمكن أن يقوم به علم العلاقات العامة في تطوير وتحسين أنشطة الدبلوماسية العامة من خلال تطبيق مفاهيمه وأطره النظرية في مجال الدبلوماسية العامة.
- التعرف على الدور الذي يمكن أن يقوم به موقع تويتر بإمكانياته التفاعلية في بناء العلاقات مع جماهير الدول المضيفة من خلال الاندماج والتفاعل معهم في الاتصال الحوارية.

- التعرف على تأثير فهم واستيعاب ثقافات الدول المضيفة Cross-Cultural Understanding في بناء علاقات إيجابية مع جماهيرها.

الإطار النظري:

### أولاً: مدخل بناء العلاقات Relational approach

أسهم الباحثون في مجال العلاقات العامة في إعادة توجيه بحوث الدبلوماسية العامة من التركيز على مداخل إرسال الرسائل في اتجاه واحد إلى مداخل بناء العلاقات. (Zaharna & Uysal, 2016). ويقوم مدخل بناء العلاقات في الدبلوماسية العامة على استيعاب وفهم ثقافات واحتياجات الجماهير الأجنبية للوصول إلى نقاط اهتمام مشتركة، حيث يتمثل الهدف الرئيسي من جهود الدبلوماسية العامة في السعي نحو بناء واستمرار علاقات إيجابية متبادلة بين الحكومات والجماهير الأجنبية (ثريا البدوي، ألاء فوزي ٢٠١٧).

والتركيز على مدخل بناء العلاقات في الدبلوماسية العامة هو ما يميزها عن الدعاية حيث أشار Nye إلى أن الدعاية بمفردها ينقصها المصدقية وتؤدي إلى نتائج عكسية في أغلب الأحيان، وأشار إلى أن نقل المعلومات وترويج الصورة الإيجابية للدولة هي جزء فقط من الدبلوماسية العامة وأنها لا بد أن تتضمن أيضاً بناء علاقات طويلة المدى مع الجماهير الأجنبية والتي تؤدي بدورها إلى الترويج للسياسات الحكومية. فالمعلومات أصبحت متاحة بشكل كبير في عالم اليوم ومن ثم فإن استراتيجية نقل المعلومات لم تعد استراتيجية فعالة للسياسة الخارجية (Buckle, 2012)

وتهدف الدبلوماسية العامة التي تقوم على مدخل بناء العلاقات إلى تسهيل الحوار مع الجمهور الأجنبي من أجل المشاركة في الفهم والثقافة والمعنى بالرغم من عوائق اللغة والهوية، وتعد برامج التبادل الثقافي نموذجاً مثالياً لمبادرات الدبلوماسية القائمة على مدخل بناء العلاقات (Buckle, 2012)

وقد أصبحت تكنولوجيا الاتصال الجديد وقوداً لبناء العلاقات في مجال الدبلوماسية العامة، حيث شهدت الدبلوماسية العامة استخدام استراتيجيات مواقع التواصل الاجتماعي من أجل إدماج أو مشاركة الجمهور الأمر الذي أثر على ديناميكية العلاقات بين الدول والجماهير الأجنبية. (Zaharna, Nur Uysal, 2016: 3). وقد اقترح Entman (2002) تطوير بناء العلاقات في الدبلوماسية العامة من خلال الاندماج النشط active engagement والتعاطف مع الجمهور أكثر من إصدار البيانات (Fitzpatric, 2017: 5)

وأشارت العديد من البحوث التي تناولت العلاقات العامة والدبلوماسية العامة إلى أهمية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كأداة لبناء العلاقات وافترضت في معظمها التأثير الإيجابي لبناء العلاقات عبر الإنترنت. (Tam, 2019).

وفى إطار استخدام الدبلوماسيين لمواقع التواصل الاجتماعي من أجل بناء العلاقات مع الجماهير الأجنبية حددت (Tam, 2019: 11) أربع مهارات أساسية لنجاح بناء العلاقات مع الجماهير الأجنبية وتمثلت في:

#### - إبراز الحرص على استمرار العلاقات Relational Continuation

ويقصد بها إبراز أو إظهار الدبلوماسية الالتزام ببناء واستمرار العلاقات مع الجماهير المحلية.

#### - جذب الانتباه فى العلاقات Relational Attentiveness

من خلال إبراز الفهم القوى والاستعداد لجمع أكبر قدر من المعلومات عن الدولة المضيفة.

#### - الفضول أو المحاكاة فى العلاقات Relational Curiosity

من خلال السعي لتجربة حياة المجتمعات المحلية.

#### - التعاطف فى العلاقات Relational Empathy

من خلال إبراز التعاطف مع المشاكل التي تواجهها الجماهير المحلية والمشاركة فى الأحداث ذات الصلة بها من أجل دعم القضايا الاجتماعية.

وقد اقترحت دراسة Gyorgy بناء العلاقات كإطار نظري جديد لتسويق العلامة التجارية للدول Nation Branding والذي يمكن أن يحل محل إدارة الصورة Image management وهي الرؤية السائدة حالياً لتسويق العلامة التجارية للدولة (Szondi, 2010: 1)، وأشارت الدراسة إلى أن ممارسي ومؤلفي بحوث تسويق العلامة التجارية للدولة أو المكان قد تجاهلوا التطور النظري للعلاقات العامة، فوفقاً لمدخل إدارة الصورة الخاص بتسويق العلامة التجارية للدولة فإنه يتم تفصيل الرسائل لجمهور عالمي ومتجانس والذي يعد متلقياً سلبياً للرسائل والصور والشعارات أكثر منه متلقياً نشطاً، ويتم تجاهل الخصائص الثقافية للدول المستقبلية ويسود استخدام مدخل سياسة استخدام المقاس الواحد يناسب الجميع One-Size-Fits-all (Szondi, 2010)، ورأت دراسة Archetti أن سياسة المقاس الواحد يناسب الجميع لا تصلح عند تحديد استراتيجيات اتصالية فعالة فى مجال الدبلوماسية العامة (Archetti, 2011)



ومن ثم فإنه على الدبلوماسيين الآن فى عصر الوسائل الرقمية أن يقوموا بتصميم محتوى، أو تصميم رسائل والتي تتوافق مع خصائص الجماهير الرقمية وقيمهم وتقاليدهم وتاريخهم واحتياجاتهم واهتماماتهم واستخدامهم للمنصات الرقمية (Manor, 2019)

ومن ثم فهناك حاجة لفهم كيفية تأثير الثقافة على بناء العلاقات فى أنشطة الدبلوماسية العامة، فمن الملاحظ أن هناك فجوة مذهلة فى الدراسات حول هذه القضية، وقد أشارت (Zaharna, 2012) إلى أن الثقافة تؤثر فى كل جوانب الدبلوماسية العامة بدءاً من السياسة إلى الممارسة والدراسة العلمية. (Fitzpatric, 2017)

وقد أشار (Cull 2008) إلى أهمية الاستماع عبر شبكات الإنترنت كمفتاح أساسى للنجاح، كما أشارت بعض الدراسات لأهمية الاستماع Listening فى الدبلوماسية العامة القائمة على مدخل بناء العلاقات والتي تبني على النماذج الحوارية للاتصال والاندماج، حيث أشار (Trent 2016) إلى أن أحد المتطلبات الأساسية لنجاح الدبلوماسية العامة هو تعزيز استماع أفضل للجمهور العالمى، وأنه كلما استمعنا للجمهور كلما فهمنا بشكل أفضل وخلقنا اهتمامات مشتركة. (Fitzpatric, 2017)

وقد طرحت البحوث التي تناولت العلاقات العامة والدبلوماسية العامة مشكلة أساسية، هي نقص الاستماع من أجل دبلوماسية عامة فعالة، فعلى الرغم من أن الاندماج فى اتجاهيين استراتيجيين مرغوبة فى الدبلوماسية العامة (والتي تخالف الترويج فى اتجاه واحد) فإنه يتم تجاهل الاستماع فى الدبلوماسية العامة. وتحليل مضمون حسابات تويتر للسفارات تبين أن تويتر يستخدم للترويج بشكل أكبر، وأنه نادراً ما تتابع هذه الحسابات المتابعين لها. وقد أشار (Elng, 2007) إلى أن المنظمات التي لا تتابع المتابعين على مواقع التواصل الاجتماعى تفقد الفرصة للاندماج مع الجمهور الذي يهتم بها. (Tam, Kim, 2019)

وقد نقدت البحوث التي تروج لمدخل بناء العلاقات فى ممارسة الدبلوماسية عبر الإنترنت الاستخدام البدائي لمواقع التواصل الاجتماعى فى اتجاه واحد من أجل الترويج لدولة دون إبراز الاستعداد للاستماع والاندماج مع الدول الأخرى (Tam, 2019). وتدعو استراتيجيات الدبلوماسية العامة التي تركز على بناء العلاقات إلى التفاؤل أكثر من التي تروج للسياسات الخارجية حيث أنها تؤدي إلى المصادقية والثقة بين الدولة والجماهير الأجنبية، ومن ثم تستطيع أن تخدم أهداف السياسة الخارجية بالتبعية على المدى الطويل من خلال الحفاظ على الاتصال المستمر بالجمهور حتى فى حالة السياسات غير المألوفة. (Buckle, 2012)

## ثانياً: نموذج المترجم الثقافي Cultural Interpreter Model (Grunig et al (1995) ، Saleh (2017) ، راسم الجمال (2009)

يرتبط نموذج المترجم الثقافي بممارسة العلاقات العامة الدولية ويصلح هذا النموذج في المنظمات التي تمارس أعمالها في دول أخرى، حيث تحتاج إلى شخص يفهم لغة وثقافة وعادات والنظام السياسي للدولة المضيفة.

وقد اقترح (Grunig et Al) إمكانية تطبيق نموذج المترجم الثقافي من جانب المنظمات والحكومات من أجل بناء الفهم المتبادل والعلاقات الثنائية بين المنظمة وجماهيرها. وقد توصلوا إلى أن هذا النموذج يتم تطبيقه من قبل ممارسي نموذج الاتصال ذو الاتجاهين المتماثل أو غير المتماثل من أجل الوصول للجماهير. وبالتبعية فإن السفارات (ومن يمثلها من الدبلوماسيون) يسعون إلى تطبيق هذا النموذج من أجل فهم البيئة التي يعملون فيها.

ويمكن أن يلعب المترجم الثقافي دوراً أساسياً في النموذج المتوازن في اتجاهين من خلال المساعدة في تسهيل الحوار والتفاهم بين هذه المنظمات (أو ممثليها) وجماهيرها الذين ينتمون إلى ثقافات مختلفة.

والمترجم الثقافي هو دور أساسي يمارسه مديرو الاتصال أو ممارسي الاتصال أو متخصص العلاقات بالوسائل أو ضباط الاتصال ولكن بشكل مختلف وفقاً لاستخدام أحد نماذج العلاقات العامة الأربعة وهي نموذج الوكالة الصحفية، نموذج الإعلام العام، نموذج الاتصال غير المتماثل، نموذج الاتصال المتماثل. ويعد نموذج المترجم الثقافي المتوازن في اتجاهين نموذج فعال على المدى الطويل.

ويمكن لأي مدير تنفيذي أو مسئول (أو دبلوماسي) ان يعتمد بكثافة على ممارسي العلاقات العامة المحليين اللذين لديهم معرفة واسعة بالدولة التي تعمل فيها المنظمة. ومن المعتاد أن تعين شركات العلاقات العامة مدراء اقليميين أو محليين لمكاتبها في الدول المختلفة من أبناء هذه الدول يتولون تكييف الاستراتيجيات والمضامين الإعلامية مع ثقافتهم المحلية. وبالمثل تعين المنظمات متعددة الجنسية مواطنين محليين للعمل في إدارات العلاقات العامة في فروعها الموجودة في بلادهم، وكذلك تفعل السفارات والمكاتب الإعلامية التابعة لها.

ويمكن الاستفادة من نموذج المترجم الثقافي في الدراسة من خلال التعرف على مدى فهم واستيعاب السفير البريطاني للثقافة المصرية واستخدامها من أجل تكييف مضامين الرسائل الاتصالية التي يقدمها مع الثقافة المحلية والتعرف على فعالية هذا النموذج في جذب انتباه الجمهور المصري وزيادة اندماجه وتفاعله مع الرسائل المقدمة.

وللتعرف على تأثير الثقافة على ممارسة العلاقات العامة في كينيا، سعت دراسة Kiambi (2010) لتحديد أهم نماذج العلاقات العامة التي يتم ممارستها من قبل ممارسي العلاقات العامة في كينيا وهي نماذج جرونج الأربعة للعلاقات العامة (Grunig and Hunt, 1989)، إضافة إلى نموذجين آخرين يتم تطبيقهم في ممارسة العلاقات العامة الدولية وهما نموذج التأثير الشخصي (Sirmesh, 1992) ونموذج المترجم الثقافي (Lyra, 1991)، وطبقت الدراسة على عينة من ممارسي العلاقات العامة الذين يعملون في وكالات العلاقات العامة أو أقسام الاتصال في المؤسسات الحكومية وغير الحكومية، وجاء نموذج المترجم الثقافي كأفضل نماذج العلاقات العامة الستة التي يفضل الممارسون استخدامها في المرتبة الثانية بعد نموذج التأثير الشخصي الذي احتل المرتبة الأولى، واتفقت هذه النتيجة مع نتائج دراسات أجريت على ممارسي العلاقات العامة في غانا، والهند وجنوب أفريقيا، وهو ما يشير إلى تحول ممارسة العلاقات العامة إلى التركيز على بناء العلاقات والاتصال بالجمهور عبر الإنترنت، كما يوجه إدراك الممارسين والباحثين إلى التعرف على الدور الفريد الذي تلعبه الثقافة في ممارسة العلاقات العامة والذي لا يمكن إنكاره.

#### تساؤلات الدراسة

- ما خصائص ومحتويات الحساب؟
- ما هي أنواع التغريدات على الموقع (تغريدة جديدة، إعادة تغريد، إجابة على تعليق)؟
- ما هي أدوات تويتر الاتصالية المستخدمة في التفاعل مع الجمهور؟
- ما الشكل المستخدم للتغريدات على الموقع (نص فقط، صورة فقط، نص وصورة)؟
- ما اللغة التي تم استخدامها في التغريدات؟
- ما الموضوعات التي تضمنتها التغريدات؟
- ما هو النطاق الجغرافي للتغريدات؟
- ما أهم مهارات بناء العلاقات التي حرص السفير البريطاني على استخدامها عبر المضمون المقدم؟
- ما مدى تعبير المضمون المقدم عن فهم واستيعاب ثقافة الدولة المضيفة؟
- ما مدى تفاعل الجمهور مع المحتوى المقدم؟
- هل يؤثر فهم واستيعاب ثقافة الدولة المحلية على تفاعل الجمهور عبر تويتر؟
- هل يؤثر الاستماع للجمهور على تفاعل الجمهور عبر تويتر؟

#### منهج الدراسة:

#### منهج دراسة الحالة:

تم دراسة حالة الأنشطة الدبلوماسية للسفير البريطاني جون كاسن عبر الحساب الرسمي لتويتر الخاص به حيث يتيح منهج دراسة الحالة دراسة الظاهرة بدقة وعن قرب. وتعتبر تجربة السفير البريطاني جون كاسن تجربة فريدة تستحق الدراسة حيث تخطى عدد متابعيه مليون ومائتي ألف متابع أثناء توليه منصب السفير البريطاني

لمصر، واستطاعت تغريداته أن تحظى بتغطية إعلامية واسعة من الصحف المصرية المحلية تم فيها الإشادة بجهوده في الاتصال بالجمهور المصري.

#### عينة الدراسة:

أولاً: عينة تحليل المضمون الكمي: تتمثل عينة تحليل المضمون الكمي في أسلوب الحصر الشامل لجميع التغريدات التي اشتمل عليها الحساب الرسمي لموقع تويتر الخاص بالسفير البريطاني جون كاسن في مصر خلال فترة تعينه في مصر ما بين 2014/8/22، وحتى 2018/9/5 وهي فترة أربع سنوات، وذلك بهدف التعرف على كيفية توظيف السفير البريطاني لأدوات تويتر الاتصالية في التفاعل مع الجمهور ومدى تفاعل ومشاركة الجمهور عبر الحساب الرسمي للسفير.

ثانياً: عينة تحليل المضمون الكيفي: اختارت الباحثة الفترة الممتدة من 2018/3/1 إلى 2018/8/31، وهي فترة ستة أشهر في نهاية مدة السفير في مصر، وذلك بهدف التعرف على أنشطة بناء العلاقات مع الجماهير المصرية عبر تويتر ومدى مساهمتها في مشاركة تفاعل الجمهور، وقد اختارت الباحثة هذه الفترة لزيادة نشاط السفير البريطاني في هذه الفترة كما يتضح من الرسم البياني، ولنشر السفير البريطاني لتغريدات عاطفية لوداع المصريين قبل رحيله والتي حققت تفاعل كبير من قبل الجمهور، كما قامت الباحثة بتحليل المضمون الكيفي لأكثر التغريدات إعجاباً وأكثرها إعادة تغريد من قبل الجمهور وفقاً لأحد المواقع المتخصصة.

#### أدوات جمع البيانات:

تم استخدام استمارة تحليل مضمون كمي وكيفي لتغريدات السفير البريطاني جون كاسن على الحساب الرسمي لصفحته الشخصية عبر تويتر بهدف التعرف على خصائص التغريدات من حيث الشكل والمضمون، فضلاً عن التعرف على أهم أنشطة الدبلوماسية الرقمية التي استخدمها السفير البريطاني في بناء العلاقات مع الجماهير المصرية عبر تويتر.

#### نتائج الدراسة

**المحور الأول:** توظيف خصائص تويتر الهيكلية في جذب انتباه الجمهور

**المحور الثاني:** توظيف أدوات تويتر الاتصالية في التفاعل مع الجمهور

**المحور الثالث:** مضمون التغريدات وتوظيفه في بناء العلاقات مع الجمهور

**المحور الرابع:** أنماط تفاعل الجمهور عبر الحساب الرسمي للسفير البريطاني

## خصائص حساب السفير البريطاني (جون كاسن)

### معلومات عامة بهدف تقديم الحساب:

- اسم الحساب John Casson واسم المستخدم على تويتر @JohnCassonUK، مع عنوان فرعي باللغة العربية (السفير البريطاني في القاهرة)، ثم عنوان آخر باللغة الإنجليزية (UK Amb to Egypt) وهو مؤشر على مخاطبة السفير لجمهوره المستهدف بلغته بدءاً من العنوان.
- يحظى الحساب بالعلامة الزرقاء التي تؤكد توثيق الحساب من إدارة تويتر وأنه الحساب الرسمي للسفير.
- أضيف رابط لحساب السفارة البريطانية عبر تويتر، ورابط آخر لموقع السفارة البريطانية عبر الفيس بوك.
- صورة الحساب وهي صورة تقليدية للسفير يرتدى فيها زياً رسمياً وصورة الغلاف والتي اختلفت حيث يظهر السفير وهو يداعب الأطفال المصريين في قرية مصرية بسيطة والتي تعكس فلسفته في الاندماج مع الجمهور المصري عبر الواقع ونقله للواقع الافتراضي.

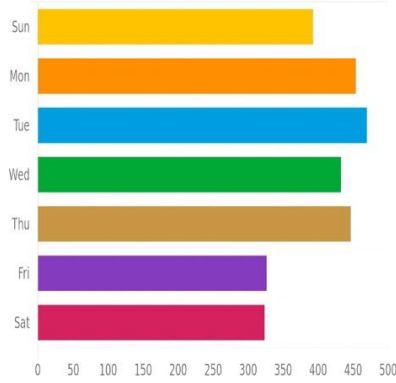
### توصيف الحساب:

أنشئ الحساب في ٢٠ أغسطس ٢٠١٤، وبلغ عدد التغريدات ٢٨٤٨ تغريده، وبلغ عدد الأشخاص الذين تابعهم السفير ٢٣٧، أما عدد المتابعين للحساب بلغ مليون ومائتين وخمسين ألف متابع، وهو عدد ضخم مقارنة بأعداد المتابعين للسفارات الأجنبية في مصر والسفارة البريطانية ذاتها والتي يبلغ عدد متابعيها ٦٦.٣٠٠ ويمثل هذا العدد ١/٣ متابعي تويتر في مصر. ويشير عدد المتابعين إلى قدرته على جذب انتباه الجمهور المصري وبناء العلاقات الدبلوماسية عبر تويتر.

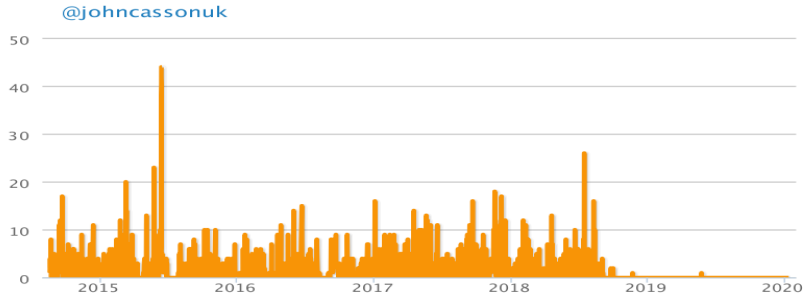
بلغ متوسط معدل التغريدات اليومية ١.٩ أي حوالي تغريدين في اليوم (إجمالي التغريدات / عدد أيام الحساب)، وبلغ عدد الإشارات الموجهة (Mention) لذكر شخص (@) ٩٦٧ مرة، ٧٠٣ تغريدة بها رابط، و١٣٧٧ تغريدة بها هاشتاج، و١٨٥١ تغريدة تم إعادة تغريدها، وبلغ إجمالي إعادة من قبل الجمهور ١١٢.٤٥٧ مرة، و٩٢٥ تغريدة قام السفير بإعادة تغريدها لنفسه أو لآخرين، و٣٤٢ تغريدة كانت إجابة من السفير على تساؤلات الجمهور، وأخيراً ١٨٩٧ تغريدة تم الإعجاب بها. وبلغ إجمالي عدد الإعجابات ٤٩٧.٦٧٧ مرة.

وللتعرف على أكثر الأيام تغريداً يتضح من الشكل تساوى الأيام في النشاط تقريباً بينما يقل بنسبة بسيطة يومي الجمعة والسبت.

### 📅 Days of the week



يتضح من الرسم البياني المعدل اليومي لتغريدات السفير بمتوسط ٢ تغريدة في اليوم، وقد تزايد عدد التغريدات في بعض الأوقات حيث وصل إلى ٤٤ تغريدة يوم ٢٠١٥/٦/١٦ حيث قام السفير البريطاني بالرد على أسئلة قراء المصري اليوم، يليه يوم ٢٠١٨/٧/١٩ حيث وصل عدد التغريدات إلى ٢٦ تغريدة في اليوم وذلك أثناء مشاركته في منتدى شباب صناع السلام الذي يهدف للتعايش والتسامح بين الأديان، تلاه يوم ٢٠١٥/٥/٢٧ حيث غرد السفير 22 تغريدة في اليوم لنقل حوار ه مع طلاب جامعة حلوان وإعادة تغريدات خاصة بنية الحكومة البريطانية إصدار قانون جديد لمكافحة التطرف، كما نشر ٢٠ تغريدة يوم ٢٠١٥/٣/١٣ أثناء زيارة وزير الخارجية البريطانية لشرم الشيخ في أثناء المؤتمر الاقتصادي.



## أكثر التغريدات التي تم الإعجاب بها من قبل الجمهور:

### ★ Tweets most favored

-  **John Casson** @JohnCassonUK 9:05 AM - 31 Jul 2016 via Twitter for iPhone 🔄 7,189 ⭐ 15,267  
رسمياً رمضان في الدوري الانجليزي.. سلمته الباسبور والتأشيرة: باسبورك في ايديك تأشيرتك معاك.. تجيب الدوري وتجي #رمضونا  
<https://t.co/aZdg8nuGtw>
-  **John Casson** @JohnCassonUK 12:14 PM - 23 Apr 2018 via Twitter for iPhone 🔄 919 ⭐ 12,081  
ملك البريمير ليغ. منور الملاعب دانما. حاس ان العسليه لعبت دور... لسه فيه ثويه لمتاش روما بكره؟ #mosalahمبروك يا 22@  
<https://t.co/3TFRrcha4e>
-  **John Casson** @JohnCassonUK 6:35 PM - 31 Aug 2018 via Twitter for iPhone 🔄 1,637 ⭐ 11,073  
ماينفعض امشي من غير ماسلم عليكم مفيش مع السلامة إنما إلى القاء #منورة ياهلها 🇪🇬🇸🇦🇵🇸🇦🇵🇸🇦🇵🇸🇦  
<https://t.co/vddoD37GL2>
-  **John Casson** @JohnCassonUK 1:33 PM - 30 Aug 2018 via Twitter for iPhone 🔄 536 ⭐ 8,643  
القطار الأخير مع عائلتي الثانية في مصر، بينا عيش وملح وضحك وأخوة. كانوا معاي ع الحلوة والمرّة  
<https://t.co/M5esKA43R2>
-  **John Casson** @JohnCassonUK 5:16 PM - 13 Aug 2018 via Twitter for iPhone 🔄 1,228 ⭐ 7,512  
twitter.com/OfficialHenedy هما قالوك بقالي كام سنة في مصر؟ @OfficialHenedy فكك من التحوير ده يا

## أكثر التغريدات التي تم إعادة تغريدها من الجمهور:

### 🔄 Tweets most retweeted

-  **John Casson** @JohnCassonUK 9:05 AM - 31 Jul 2016 via Twitter for iPhone 🔄 7,189 ⭐ 15,267  
رسمياً رمضان في الدوري الانجليزي.. سلمته الباسبور والتأشيرة: باسبورك في ايديك تأشيرتك معاك.. تجيب الدوري وتجي #رمضونا  
<https://t.co/aZdg8nuGtw>
-  **John Casson** @JohnCassonUK 3:23 PM - 13 May 2015 via Twitter for iPhone 🔄 2,819 ⭐ 1,852  
عزيز تشغل في السفارة البريطانية؟ نرحب بالجميع و نرحب بابن عامل النظافة  
[twitter.com/ukinegypt/stat...](https://t.co/ukinegypt/stat...)
-  **John Casson** @JohnCassonUK 7:59 PM - 21 Jun 2017 via Twitter for iPhone 🔄 2,639 ⭐ 5,360  
اللي يشرب مياه البريمير ليغ لازم يرجله تاتي. يالآ يا أبوصلاح ليفريول بقاله 28 سنة ماخذش الدوري. عزيز نيك تنور استاد انفيلد وكأس العالم ٢٠١٨  
<https://t.co/EgjkKNr1RE>
-  **John Casson** @JohnCassonUK 7:06 PM - 29 Sep 2016 via Twitter for iPhone 🔄 2,509 ⭐ 2,676  
@RamadanSobhi لا ده انت تيجي تشغل سفير مكاني بقى  
[youtu.be/RCIIgnt95dU](https://t.co/koEormCet3) <https://t.co/koEormCet3>
-  **John Casson** @JohnCassonUK 1:20 PM - 17 Dec 2017 via Twitter for iPhone 🔄 1,902 ⭐ 4,032  
و حدث استثنائي في مانشستر النهاردة... دولة واحدة مسيطرة على نهائي بطولة العالم للاسكراش بء لعبية . ميروك مصر ايس العالم نفسه في فرصة السنة اللي جاية بقى @maelshorbagy @RaneemElWelly @MoElshorbagy @noursherbini  
<https://t.co/9ALKZoey4Y>

## المحور الأول: توظيف خصائص تويتر الهيكلية في جذب انتباه الجمهور

### الصور:

استخدم السفير البريطاني الصور بكثافة حيث نشر ٢٦١٣ صورة بنسبة ٩١.٧٧، وجاءت أغلب التغريدات تحتوي على صور مرفقة بنص، ولم يستخدم السفير تغريدات احتوت على صور دون نص، وندرت التغريدات التي احتوت على نص فقط، وتمثلت في بعض التغريدات التي أجاب فيها السفير على الأسئلة أو طرح أسئلة على متابعيه أو التغريدات الخاصة بإدانة الأحداث الإرهابية.

واستخدام الصور له القدرة على جذب انتباه القارئ وتدعيم إدراكه للنصوص اللفظية وتقديم معان إضافية تعزز قيمة هذه النصوص. بالإضافة إلى تدعيم عملية التذكر لزيادة قيمة الصورة في هذه العملية، بما تضيفه من معان تتعدد بتعدد المثيرات التي تحتوي عليها الصور. (ثريا البدوي، آلاء فوزي، 2015: 111)

وجاءت أغلب الصور شخصية سواء للسفير جون كاسن وهو يتجول في أحياء القاهرة والأماكن السياحية أو يمارس بعض العادات أو الطقوس المصرية أو يأخذ الصور مع الأبطال المصريين أو يمارس بعض الأنشطة الدبلوماسية من حضور مؤتمرات أو المشاركة في بعض الأحداث الخاصة، كذلك نشر السفير العديد من الصور الشخصية للأبطال أو المشاهير المصريين في المجالات المختلفة وخاصة في المجال الرياضي والفني أو صور لبعض الإعلاميين الذين أجرى معهم لقاءات إعلامية وأبرزهم لميس الحديدي وشريف عامر وعمرو عبد الحميد، كذلك بعض الصور للمسؤولين البارزين في بريطانيا مثل رئيسة الوزراء ووزير الخارجية أو في مصر مثل رئيس الجمهورية ورئيس الوزراء ووزير التعليم العالي ووزيرة الاقتصاد، كما نشر العديد من الصور عن الأحداث الخاصة للتعاون بين بريطانيا ومصر مثل مبادرة مصر تبدأ، أو منتدى صناع السلام أو مبادرة مصر الملهمة.

### الفيديوهات:

نشر السفير جون كاسن بعض الفيديوهات عبر حسابه، وتحدث السفير في غالبيتها باللغة العربية، وأبرزها مقطع فيديو أثناء إعداده وجبة الفته بمناسبة عيد الأضحى، والفيديو الذي قام فيه بتوزيع التمر على الصائمين قبل الإفطار في رمضان في شوارع القاهرة. كذلك نشر السفير البريطاني فيديو يعلم فيه المواطنين البريطانيين كيفية نطق اسم محمد صلاح وأشار إلى أن اسمه محمد صلاح وليس موساليه. وطالب منهم أن يسموا اسمه من المصريين وقد حقق هذا الفيديو مشاهدة عالية بلغت ١٩٩ ألف مشاهدة.

وفى إطار عقد السفير البريطاني جلسة أسئلة وأجوبة مستخدماً هاشتاج #AskEIsafirJohn، أجاب السفير على بعض الأسئلة التي وجهت له من الجمهور



المصري على تويتر في فيديوهات قصيره، وأبرزها سؤال عن سبب وجوده على تويتر وأجاب السفير بأنه مؤمن بدبلوماسية القرن الواحد والعشرين والتي تتيح للسياسي أن يتحدث للناس ويستمع إليهم ويفتح حواراً مشتركاً معهم وأن يرى البلد بعيون أهلها.

وفى إطار مساهمة السفير في بعض الأنشطة المجتمعية وتقديم الدعم نشر السفير فيديو وهو يساهم في فرز الملابس وتطبيقها من أجل تقديمها كبريات للمحتاجين قبل عيد الأضحى. كما دعم السفير مبادرة حلم من خلال نشر فيديو لإعلان عن المبادرة معلقاً عليه أنها مبادرة رائعة من حلم وأنه مع كل تفاعل مع الفيديو تنبرع حلم لخلق مساحات مخصصة لذوي الإعاقة حول جامعة القاهرة. ونشر السفير فيديو أثناء مشاركته شباب نادي LEO بالإسكندرية في تجهيز شنت رمضان تحت عنوان (رمضان Go2) لـ ٥٠٠٠ من محدودى الدخل. ونشر السفير مجموعة من مقاطع لفيديوهات من لقاءاته الإعلامية والتي تحدث فيها عن التعاون بين بريطانيا ومصر في المجالات المختلفة وخاصة الاقتصاد وأكد أن بريطانيا تعد الشريك الاقتصادي الأول لمصر.

وقبيل انتهاء مدة عمل السفير في مصر نشر فيديو يودع فيه المصريين واستخدم فيه الأسلوب العاطفي وقد حقق مشاهدة عالية بلغت ١٦٧ ألف مشاهدة، وجاء في المرتبة الثالثة من التغريدات التي تم الإعجاب بها من قبل الجمهور حيث بلغ عدد الإعجاب به ١١.١٣٦.

كما نشر السفير البريطاني فيديوهات تتضمن قيام بعض الشخصيات المشهورة مثل الكابتن حازم إمام ود/أنيسة حسونة النائبة في مجلس الشعب بالإعلان عن مبادرة مصر الملهمة التي تدعمها بريطانيا ويدعون الشباب للتصويت لاختيار المرشحين لجائزة متحدي الإعاقة والمساواة بين الرجل والمرأة. كما نشر السفير فيديو لبعض النماذج العالمية المصرية الملهمة في كل المجالات من كل الأعمار ودعا المتابعين للتصويت وغرد قائلاً (مين مثلك الأعلى؟).

### الهاشتاج # Hashtag

يعد الهاشتاج أحد أهم خصائص تويتر ويسمح للمستخدمين بتحديد المحتوى ذو الصلة عبر تويتر ويعد وسيلة هامة لاندماج الجمهور. استخدم السفير البريطاني في مصر الهاشتاج في ١٣٧٧ تغريدة بنسبة ٤٨%، واحتوت التغريدة الواحدة على أكثر من هاشتاج في كثير من الأحيان، وتنوعت اللغة المكتوب بها الهاشتاجات بين العربية والأجنبية، وجاءت أكثر الهاشتاجات تكراراً كما يلي:

## # Hashtags most used

#egypt	115	وجوه_مصرية_ملهمة#	85
#reasonstolikecairo	66	#inspiringegyptians	51
#hewarukegypt	47	#uk	32
#dayinmylife	32	#cairo	30
#مصر	26	#مصر_تبدأ#	23



Tweet

ويتضح من تحليل المضمون الكمي أن أكثر الدول تكراراً في الهاشتاج هي #egypt ١١٥ مرة، ثم #uk ٣٢ مرة، وإذا ما تم إضافة #مصر باللغة العربية ٢٦ مرة، والقاهرة باعتبارها عاصمة مصر #cairo 30 مرة يصبح المجموع ١٧١ هاشتاج ذكر فيه مصر، في حين أنه تم استخدام هاشتاج المملكة المتحدة ٣٢ مرة فقط، فضلاً عن أن هناك العديد من الهاشتاجات التي تتضمن عبارة مصر أو القاهرة مثل: #reasonstolikecairo، #inspiringegyptians، #hewarukegypt، #مصر تبدأ. وهو ما يعكس أن الدبلوماسية التي يقوم عليها حساب السفير قائمة على العلاقات أكثر منها دبلوماسية قائمة على الإعلام عن دولته التي يمثلها بريطانيا.

## الروابط Links:

تم استخدام الروابط بنسبة ٢٥%، وتهدف التغريدات التي تحتوي على روابط لتقديم معلومات للجمهور، وهو ما يعني أن ١/٣ التغريدات مثل فيها السفير مصدر للمعلومات أو لإعلام الجمهور، وجاءت أغلب الروابط لمواقع صحفية مصرية لعرض مقتطفات من حوار السفير في الصحف المصرية كما تم من خلالها ربط التغريدات بفيديوهات

## المحور الثاني: توظيف أدوات تويتر الاتصالية في التفاعل مع الجمهور

### الرد على رسائل المتابعين replies:

أجاب السفير على ٣٤٢ تغريدة من التساؤلات التي وجهت إليه في التغريدات الموجهة له mention، والرد على رسائل المتابعين يعد مؤشراً على الاستماع للجمهور أو المتابعين، وهو عدد جيد لأنه من المستحيل أن يرد المشاهير السياسيون والدبلوماسيون على جميع التساؤلات الموجهة لهم يومياً، حيث أشارت دراسة (Foster. C, 2017) إلى أن الاستجابات الموسمية من المحتمل أن تخلق انطباعاً بأن المشاهير أو المسؤولين السياسيين على وعي ويستمعون للمتابعين. وقد اتضح ذلك بوضوح من مدى التفاعل القوي للجمهور مع الرسائل التي أجاب عليها السفير.

ومن أكثر الردود التي أثارت تفاعل الجمهور عندما نشر السفير صورة له مع رمضان صبحي عند ذهابه لل سفارة لاستخراج تأشيرة انجلترا حيث غرد السفير قائلاً:

(رسمياً رمضان صبحي في الدوري الإنجليزي، سلمته الباسبور والتأشيرة، باسبورك في إيدك، تأشيرتك معاك تجيب الدوري وتيجي) فرد عليه محمد صلاح قائلاً: (يا جماعة حد يقولى دا السفير البريطاني بجد؟) فرد السفير رد يتسم بروح الفكاهة (أنا السفير بس أنت الأصل يا أبو صلاح).

وأطلق جون كاسن هاشتاغ في بداية فترة عمله #hewarukegypt على حسابه الرسمي على تويتر للتواصل المباشر بشأن المسائل التي تهمهم، ومثل ذلك جهداً رائداً في الدبلوماسية العامة للاستماع إلى المصريين والرد عليهم بخصوص أربع موضوعات أساسية أشاروا إليها في تعليقاتهم وهي التأشيرات ونصائح السفر والإرهاب والديمقراطية.

وأجاب كاسن على تساؤلات الجمهور من خلال فيديو ذكر في نهايته أنه يجب عليه كسفير ألا يتكلم فقط، ولكن يستمع إلى أصوات كل المصريين لأنه لا يعرف أحد مصر مثل المصريين، كما وجه دعوة في نهاية الفيديو للمصريين بأن يخبروه بشأن رؤيتهم لمصر وكيف تستطيع بريطانيا دعم هذه الرؤية وقال: (لقد تأثرت بأصوات الشعب المصري وتطلعاته وأنا متحمس للتفاعل مع المصريين بشأن الأمور التي هي موضع اهتمام لهم واتطلع إلى سماع المزيد في الأيام والأسابيع المقبلة).

كما أجرى السفير البريطاني حواراً عبر تويتر من خلال جلسة أسئلة وأجوبة على تويتر قرب نهاية مدة ولايته في مصر ١٣ أغسطس ٢٠١٨، وأطلق هاشتاغ #AskElSafirJohn، وأجاب السفير في هذا الحوار على بعض الأسئلة التي وجهت له، ومنها سؤال عن سبب وجوده على تويتر، ورد السفير بأنه مؤمن بدبلوماسية القرن الواحد والعشرين والتي تتيح للسياسي أن يتحدث للناس ويستمع إليهم، ويفتح حوار مشترك معهم وأن يرى البلد بعيون أهلها.

### علامة الإشارة الموجهة لذكر شخص أو جهة (@ Mention)

يعد استخدام الرمز @ قبل اسم المستخدم لتوجيه رسالة إليه أحد الإمكانيات الحوارية على موقع تويتر حيث ان استخدام هذه الوظيفة يعني خلق حوار بين المرسل والمستخدم ويكون هذا الحوار مرئياً لجميع المستخدمين (Metzgar, 2018: 209)

وتم استخدام التغريدات الموجهة mention من خلال استخدام علامة الإشارة @ قبل اسم المستخدم بنسبة ٣٤% من إجمالي التغريدات، واحتوت التغريدة الواحدة في بعض الأحيان على أكثر من علامة إشارة ووصلت إلى ٤ علامات إشارة. وجاءت أكثر المؤسسات التي تمت الإشارة إليهم على الترتيب السفارة البريطانية في مصر، ثم منحه تشفينج للتعليم البريطاني والتي شجع السفير البريطاني الطلاب المصريين على التقديم فيها من خلال تقديم المعلومات المتعلقة بها، وبرنامج مصر تبدأ وهو برنامج ممول من حكومة المملكة المتحدة بهدف دعم رواد الأعمال،

والمجلس الثقافي البريطاني والذي يقدم خدمات تعليمية للمصريين، والأزهر الشريف وهو المؤسسة الدينية الرسمية في مصر، وجامعة حلوان.

بينما تمثل أكثر الأشخاص الذين أشار إليهم السفير في الأبطال الرياضيين وجاء على رأسهم لاعب كرة القدم المصري الشهير محمد صلاح المحترف في انجلترا والذي حقق العديد من الانجازات على المستوى المصري والبريطاني في مجال كرة القدم، وقد نجح السفير في استغلاله كنقطة التقاء مشتركة تجمع بين البريطانيين والمصريين في العديد من التغريدات، وفي المرتبة الثانية أشار السفير إلى بطة الإسكواش المصرية نور الشربيني والتي حققت العديد من الانجازات على المستوى العالمي، كما تمت الإشارة إلى اللاعب المصري رمضان صبحي في المرتبة الثالثة والذي احترف أيضاً في انجلترا واستغله السفير كأحد نقاط الالتقاء التي تجمع بين الثقافتين.

### طرح التساؤلات أو الدعوة لاستجابة ما:

استطاع السفير البريطاني خلق حوار مع متابعيه والتفاعل معهم من خلال طرح تساؤلات ودعوة الجمهور للإجابة عليها، ويساهم طرح الشخصية المشهورة أو السياسية للتساؤلات في تقريب الجمهور أو المتابعين منها والتفاعل معها. وتفاعل الشخصيات السياسية مع الجمهور يعطي انطباعاً بتواضعها وأنها ليست بعيدة عنهم.

ومن أبرز الأمثلة على التساؤلات التي طرحها السفير البريطاني وحظيت بتفاعل كبير عرض مجموعة من الأمثال الشعبية باللغة العربية وسؤال الجمهور عن إمكانية تحويلها إلى العربية، فضلاً عن السؤال عن الأمثال العربية المرادفة لبعض الأمثال الإنجليزية مستخدماً هاشتاج #EnglishLanguageDay. كما طرح سؤالاً على متابعيه قائلاً: (ايه أول حاجة بنتيجي في بالك لما تقول مصر؟ الأهرامات، الحضارة، خفة الدم، كشري أبو طارق والمالكي). وسؤال عن عدد الرحلات السياحية من بريطانيا كل أسبوع.

وفي إطار جائزة مصر الملهمة التي تقدمها بريطانيا للشخصيات المتميزة في العديد من المجالات طرح السفير سؤال عن أكثر النماذج العالمية الملهمة في مصر بجميع المجالات قائلاً (مين مثلك الأعلى؟). كما طرح سؤال (من هو؟) ولد فاقد للبصر، وحصل على ثلاث رسائل دكتوراه ودرس في الأكاديمية الملكية للموسيقى في لندن. وكان السؤال مصحوباً بهاشتاج وجوه مصرية ملهمة، وذلك في إشارة للموسيقار المصري الشهير عمار الشريعي.

ودعا السفير للتصويت في استفتاء من أجل اللاعب محمد صلاح ووضع لقطة (screen shot) من موقع الـ BBC قائلاً (محمد صلاح يطلب التصويت من أجل

استفتاء الـ بي بي سي) ونشر مصحوباً بعبارة (بس كذا انت تؤمر يا أبو صلاح @22moslah).

ومن الدعوات الطريفة دعوة السفير للجمهور للتصويت لفريقي أرسنال وستوك سيتي مصحوباً بتعليق: (المني يواجه رمضان) وهما لاعبا الكرة المصريان المحترفان في هذين الناديين بإنجلترا. والتصويت للمسرحيات الكوميدية التي عرضها التليفزيون المصري في العيد وهي مسرحيات مصرية قديمة وشهيرة وتعد من تراث الثقافة المصرية وهي مسرحيات العيال كبرت، المتزوجون، سك على بناتك.

### المحور الثالث: مضمون التغريدات وتوظيفه في بناء العلاقات مع الجمهور

#### نوع التغريدة:

نوع التغريدة	التكرار	النسبة
تغريدة جديدة New	١٦٥٣	٥٨%
إعادة تغريد Retweet	٩٢٥	٣٢%
إجابة على تعليق Reply	٢٧٧	١٠%
إجمالي التغريدات	2855	١٠٠%

- نشر السفير البريطاني تغريدات جديدة بنسبة ٥٨% من إجمالي التغريدات والتغريدات الجديدة هي التغريدات التي كتبها السفير بنفسه، وبلغت نسبة إعادة التغريد ٣٢% ويقصد بإعادة التغريد مشاركة تغريدات الآخرين، وأخيراً جاءت نسبة التغريدات التي نشرها السفير البريطاني كإجابة على تعليق أحد متابعيه ١٠% من إجمالي التغريدات.

- ركزت غالبية التغريدات الجديدة على علاقات السفير البريطاني بالشعب المصري واندماجه في الثقافة المصرية عبر الواقع الحقيقي، ونقل هذه العلاقات عبر الواقع الافتراضي، وهو ما يعني أن العلاقات خارج الإنترنت قد سبقت العلاقات عبر الإنترنت، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Tam 2019) حيث توصلت إلى أنه في مجال الدبلوماسية العامة فإن نجاح العلاقات عبر الإنترنت يعتمد على نجاح العلاقات خارج الإنترنت.

أما التغريدات التي قام السفير البريطاني بإعادة تغريدها، فقد قام السفير بنقلها عن أحد الشخصيات المشهورة أو المسؤولين السياسيين أو إحدى الجهات الرسمية لتمثيل وجهة نظرها أو للاهتمام بها، وقد جاءت غالبية التغريدات التي قام السفير البريطاني بإعادة تغريدها ممثلة لموقف أو وجهة نظر الحكومة البريطانية سواء من خلال رئيسة الوزراء البريطانية تريزا ماي أو وزير خارجية بريطانيا بوريس جونسون أو العائلة الملكية، أو السفارة البريطانية وهو أمر طبيعي، حيث يمثل السفير البريطاني الحكومة البريطانية وينقل مواقفها للجمهور المصري، وقد نقل موقفها في العديد من المواقف أبرزها الأحداث الإرهابية في مسجد الروضة وكنيسة مارمينا،

ورفض الحكومة البريطانية موقف الولايات المتحدة الأمريكية من نقل سفارتها إلى القدس واعتبارها عاصمة لإسرائيل وتأكيدا على عدم عزمها نقل سفارتها.

كما أعاد السفير العديد من التغريدات المتعلقة بالرياضة وخاصة كرة القدم والتي اتضح من تحليل المضمون الكيفي اهتمامه الكبير بها وإدراكه لشعبية هذه اللعبة في مصر واهتمام المصريين بها مثل البريطانيين، فنقل العديد من التغريدات عن اللاعب المصري محمد صلاح، واللاعب رمضان صبحي، واللذان احترفا في انجلترا، وقد استخدمهم السفير كأحد نقاط الالتقاء المشتركة التي يمكن أن تجمع الشعبين المصري والبريطاني. كما نشر السفير تغريدات نقلاً عن نادي ارسنال الإنجليزي وليفربول، وبي بي سي سبورت BBC Sport.

### النطاق الجغرافي للتغريدات:

ركزت غالبية التغريدات على مصر، وهو ما يشير إلى أن اهتمام السفير لم يكن بتسويق صورة بريطانيا لدى المصريين (اتصال ذو اتجاه واحد) بقدر ما هو بناء علاقات قوية مع المصريين والتي تنعكس بالتبعية على صورة بريطانيا (اتصال ذو اتجاهين). واتضح ذلك من خلال تناوله لأسباب حبه لمصر، والأماكن المفضلة لديه في مصر والأكلات المصرية الشهيرة وأبطال مصر الرياضيين أو في المجالات الأخرى والفنون المصرية وتميز المصريين في التعليم والرياضة.

وندرت التغريدات التي تناولت بريطانيا فقط، واستخدمت هذه التغريدات استراتيجية نقل المعلومات التي تستهدف نقل وجهة النظر الرسمية حول بعض القضايا الدولية أو تسويق صورة بريطانيا في مصر كدولة تتبنى قيم المساواة (بريطانيا تحتفل بالذكرى المئوية لحصول النساء البريطانيات على حق الانتخاب في ١٩١٨)، وتسويق صورة بريطانيا كدولة بها تعايش ديني وحرية عبادة حيث نشر تغريدة عن فخره بتعيين أول مبعوث لحرية الدين والمعتقد وذكر فيها أن حرية ممارسة الشعائر الدينية دون خوف تجعلنا أقوى.

وتناولت بعض التغريدات مصر وبريطانيا، وركزت على علاقات التعاون بين مصر وبريطانيا ودعم بريطانيا لمصر وخاصة في مجالات الاقتصاد والاستثمار والتعليم.

### موضوعات العلاقات الدبلوماسية بين البلدين في التغريدات:

تناولت بعض التغريدات علاقات التعاون بين مصر وبريطانيا ودعم بريطانيا لمصر وخاصة في مجالات الاقتصاد والاستثمار والتعليم وقد استخدم السفير في التغريدات التي تناولت علاقات التعاون بين مصر وبريطانيا في مجال الاقتصاد والاستثمار صور رمزية لعلمي مصر وبريطانيا (emoji).

وفي مجالات **الاقتصاد والاستثمار** أكد السفير البريطاني في أكثر من موضع أن بريطانيا هي الشريك الاقتصادي الأول لمصر وأكبر مستثمر في مصر ودعمت مشاريع استفاد منها ١.٢ مليون مصري، وأن هناك ١٥٠٠ شركة بريطانية تعمل في مصر. كما أعلن عن افتتاح أول مكتب لمبادرة مصر تبدأ لدعم وتدريب رواد الأعمال وتحويل الأفكار لشركات، وأعلن عن دعم بريطانيا لمصر في افتتاح أول محطة شمسية حيث ساهمت بريطانيا بـ ٩٧ مليون دولار في بناء المشروع.

كما ركزت على علاقات التعاون في مجال **التعليم**، حيث نشر السفير تغريدة عن أن المملكة المتحدة ومصر توسعان التعاون في مجال التعليم وأعلن عن منحة تشفينج للماجستير وحث الشباب المصري على التقديم فيها ووضع رابط للموقع للتقديم، ونشر تغريدات عن المجلس الثقافي البريطاني وتقديمه لخدمات تعليمية استفاد منها ٩٠ ألف مصري، كما أعلن عن توقيع اتفاقية تفاهم مشترك بين المجلس الثقافي البريطاني وجامعة الأزهر. كما تحدث عن شراكة بعض الجامعات المصرية مع الجامعات البريطانية ومنها جامعة الجيزة الجديدة التي تتشارك مع جامعة لندن وتدرس مناهجها لتخريج أفضل الأطباء والصيدلة، وجامعة MSA التي تتشارك مع جامعة جرينتش.

وذكر السفير البريطاني أن هناك أكثر من ٣٠٠٠ بحث مشترك بين مصر وبريطانيا، وأن هناك أكثر من ٢٠.٠٠٠ طالب وطالبة مصريين يدرسون في جامعات بريطانية لديها فروع في مصر، وأن وزير التعليم العالي وقع مذكرة تفاهم مشترك من أجل فتح مزيد من الجامعات ونشر تغريدة عن تكريم عشرة طلاب مصريين لكونهم أوائل العالم في امتحانات بيرسون Pearson الثانوية البريطانية.

أما في مجال **السياحة** فقد بدأ السفير يتحدث عن عودة السياحة البريطانية تدريجياً إلى مصر بعد أزمة سقوط الطائرة الروسية، حيث ذكر أنه أصبح هناك أكثر من ٤٠ رحلة بريطانية إلى مصر كل أسبوع، كما نشر تغريدة بصورة قصاصة لجريدة الإندبندنت البريطانية وعلق عليها (السياحة البريطانية في مصر زادت الضعف في ٢٠١٨ وبقت زي ٢٠١٥)، كذلك أعلن السفير البريطاني عن مشروع تمويل بريطانيا لمشروع إنقاذ منابر المماليك وهو مشروع لترميم أحد الأثار العامة بالقاهرة.

وفي مجال **الرياضة** نشر السفير تغريدة ذكر فيها أن (مصر شجعت ليفربول السنة دى بكل روح رياضية، محتاجين دعواتكوا معانا انهارة)، كما أعاد تغريدة لنادى ليفربول ذكر فيها (الملك المصري أحرز ٣٠ هدف مع ليفربول هذا الموسم) وفي مجال التعاون في القضايا الدولية وقضايا اللاجئين ذكر السفير أن مصر قدمت الكثير للاجئين وأعلن عن أن بريطانيا تقدم دعماً قدره ٧٦ مليون جنيه لدعم البرامج المصرية للهجرة واللاجئين.

وفى مجال **التعايش الديني** نشر السفير العديد من التغريدات التي تخص منتدى شباب صناع السلام والذي ينظمه الأزهر الشريف والكنيسة الاسقفية ويقام في بريطانيا ونشر صورة لاستقبال الملكة اليزابيث لفضيلة الإمام الأكبر.

**مدى تطبيق نموذج المترجم الثقافي في تغريدات السفير البريطاني**

**أولاً: لغة التغريدات**

جاءت غالبية التغريدات مكتوبة باللغة العربية، وكتبت بعض التغريدات باللغتين العربية والإنجليزية، ولم تكتب التغريدات بالإنجليزية فقط، وهو ما يعني أن كل التغريدات كتبت باللغة العربية، وهو ما يشير إلى أن السفير البريطاني استخدم نموذج المترجم الثقافي من خلال فهم اللغة العربية والتحدث بها في تغريداته.

ولم يقتصر الأمر على استخدام اللغة العربية فقط، ولكن أيضاً أجاد السفير استخدام اللهجة العامية المصرية من خلال استخدام المقولات المصرية والأمثال الشعبية، وهي اللغة التي يتحدث بها الشباب مما جعله يجيد التواصل مع الجمهور المصري وخاصة الشباب من جمهور مواقع التواصل الاجتماعي. وقد ذكر السفير في أحد المؤتمرات الصحفية أنه عندما بدأ دراسة اللغة العربية مرة أخرى عند تعيينه في منصب السفير البريطاني طلب من معلمه أن يعلمه اللغة المصرية وليست الفصحى.

ومن أبرز المقولات أو الكلمات الدارجة التي استخدمها السفير في اللغة العامية المصرية التي لفتت انتباه المصريين وأثارت تفاعلهم (اللي يشرب من النيل يرجع له تانى)، وعند حثه للشباب للتقدم لمنح بريطانية للدراسة قال (صحو النوم يا شباب المنح تحب الخفية). وبعد تكريم مجلس اللوردات البريطاني للطالب المصري يوسف أنيس الذي حصل على المركز الأولى في مسابقة Science Award غرد السفير البريطاني (الزهر لعب مع يوسف أنيس) وهي جملة منتشرة في الشارع المصري. كما استخدم هاشتاج (#متقطعوش بيا) في تغريدته الأخيرة قبل انتهاء مدة عمله في السفارة.

وفى تعليق على فوز اللاعب محمد الشوربجي في بطولة العالم المفتوحة للإسكواش غرد السفير قائلاً: (مش كدا يا مصريين ادونا فرصتنا شوية) واستخدم هاشتاج #نفسنة الإسكواش، وقد وجه له الفنان محمد هنيدي سؤالاً لاختبار إدراكه للهجة المصرية ومعاني كلماتها ليرد عليه السفير باستخدام العبارات الصعبة في اللغة المصرية العامية ضمن إجابته على السؤال مما يشير إلى نجاحه في الاختبار.

واستخدم السفير البريطاني الأمثال الشعبية بذكاء عندما سئل عن كيفية تحويل بعض الأمثال الشعبية المصرية إلى الإنجليزية مثل (هل تستطيع أن تقول: اللي في قلبه على لسانه، بالإنجليزية؟ فنجرى بوء؟ ايد لوحدها متصققش؟).



## ثانياً: استخدام الأسلوب الفكاهي:

برز استخدام السفير البريطاني لنموذج المترجم الثقافي من خلال استخدامه روح الدعابة أو الأسلوب الفكاهي الذي يشتهر به المصريون ويعد جزءاً من الثقافة المصرية حيث كان قاسماً مشتركاً في معظم تغريداته، وذلك من خلال الاندماج في الثقافة المصرية إلى أقصى مدى واستخدام اللهجة العامية والتي تعد غريبة على نشأة السفير ومنصبه. وارتبطت التغريدات التي تتضمن استخدام السفير الأسلوب الفكاهي بتفاعل كبير من الجمهور سواء بالإعجاب أو التعليق أو إعادة التغريد.

ومن أبرز التغريدات التي اتسمت بالأسلوب الفكاهي الذي جذب انتباه المصريين سخرية السفير من الزحام في القاهرة حيث أنه ترك سيارته الخاصة بميدان التحرير وذهب إلى مقر وزارة الخارجية على كورنيش النيل سيراً على الأقدام معلماً (زحمة يا دنيا زحمة) وهو تعليق شهير ذكر في أحد الأفلام المصرية وانتشر بين المصريين.



ومن الصور الطريفة التي نشرها السفير عبر حسابيه صورته وهو يقف على كرة القدم مقلداً الوقفة الشهيرة للاعب المصري رمضان صبحي على كرة القدم وذلك أثناء استضافة اللاعب في مقر السفارة لاستخراج تأشيرة بريطانيا، وكان من الممكن أن يذهب اللاعب إلى السفارة ويستخرج التأشيرة دون أن يشعر أحد ولكن ذكاء السفير الدبلوماسي جعله يستغل وجوده في السفارة وخاصة أنه لاعب مصري ومحترف في إنجلترا.

كما نشر السفير البريطاني صورة له في السفارة مع كوبر مدرب فريق المنتخب المصري قبل بطولة روسيا حيث غرد قائلاً: (حاولت أقنعه إنني حريف بس مرضيش ياخذني معاه)، وغرد على فوز مصر على أحد الفرق البريطانية ٢ / صفر قائلاً: (أكيد أبو شيبش هو اللي خسرنا).

كما أعلن السفير البريطاني بالقاهرة جون كاسن عن التقديم لمنحة تشفينج التعليمية بطريقة ساخرة أشار فيها لارتباطه ببعض الأكلات المصرية كالكشري حيث قال: (منحة تشفينج مفتوحة، قدموا وناقبل في كشري العمدة فرع لندن).

ونشر السفير البريطاني جون كاسن صورة له مع أحد التماثيل المصرية القديمة على موقع how-old.net المعني بتحديد أعمار الأشخاص عبر نشر صورهم حيث

ظهر كاسن في عمر ٤١ عاماً بينما ظهر التمثال في عمر ٥٦ عاماً. وكتب السفير البريطاني عبر حسابه على تويتر باللهجة العامية (الموقع دا بيشتغلنا يا جماعة).

وقد فاجأ السفير احدى المتابعات اثناء اجابته على أسئلة المتابعين خلال جلسة الأسئلة والأجوبة التي استخدم فيها هاشتاج #AskElsafirJohn والتي غردت (اسك ايه وبتاع ايه، انت تيجي تتعدى عندنا فطير وعسل بقى)، فرد السفير (بس عسل بطحينة)

واستخدام السفير البريطاني للحس الفكاهي من خلال ترديد مقولات مصرية باللهجة العامية أدى إلى إثارة تفاعل وتعليقات المصريين التي غلب عليها التعجب والذهول، فجاءت بعض التعليقات (متأكد إنك بريطاني، من عتبه بريطانيا، انت من بريطانيا والا من المطرية سفير من شيرا، إذا كل السفراء كدا لن يكون هناك مشاكل بين الشعوب).

### ثالثاً: استخدام الأبطال Heroes:

الأبطال هم الأشخاص الذين تتحدث عنهم الصحف، وتظهر صورهم في الصحف والتلفزيون ويُحكى عنهم للأطفال. وتمتلك كل ثقافة الأبطال الخاصة بها والذين يمثلون شيئاً ثميناً لهذه الثقافة. (Hofstede, 2004:27)

ونجح السفير في استخدام نموذج المترجم الثقافي من خلال نشر تغريدات تتعلق بتفوق وتميز أبطال مصر في المجالات المختلفة وخاصة الرياضة والفن. ففي المجال الرياضي نشر العديد من التغريدات عن نجم المنتخب المصري لكرة القدم محمد صلاح والمحترف في صفوف ليفربول وأبرزهم (محمد صلاح مولعها ويعمل حاجة في كاس العالم)، كما استقبل اللاعب رمضان صبحي في السفارة البريطانية والذي ذهب لاستخراج تأشيرة السفر لبريطانيا وغرد قائلاً: (باسبورك معاك تأشيرتك في



جيبك تجيب الدوري وتيجي). وهي التغريدة التي حققت أعلى معدل إعجاب وإعادة تغريد ونشر السفير صورة طريفة له وهو يقف على كرة القدم مقلداً الموقفة الشهيرة لرمضان صبحي. وكان من الممكن أن يذهب اللاعب إلى السفارة ويستخرج التأشيرة دون أن يشعر أحد ولكن ذكاء السفير الدبلوماسي جعله يستغل وجوده في السفارة وخاصة أنه لاعب مصري ومحترف في إنجلترا.

ونشر صورة اللاعب حازم إمام وخلفه صورة والده الكابتن حمادة إمام قائلاً: (يا حازم يا ابن إمام بتدى الدرس بكام؟) وذلك في إشارة إلى حسن أخلاق اللاعب والتي اشتهر بها بين المصريين. وعندما استضافه السفير قبيل بطولة روسيا غرد قائلاً: (نورت يا امبراطور) وهو اللقب الذي اشتهر به بين المصريين.

كما نشر العديد من التغريدات التي تتعلق بتميز وتفوق أبطال مصر الرياضيين في مجال الإسكواش مثل نور الشربيني ومحمد الشوربجي وغيرهم.

وفي مجال الفن نشر السفير العديد من التغريدات أبرزها أنه أعلن عن طلب وظائف في السفارة وقال طالبين موهبة ديننا سمير غانم وجرأة أحمد السقا وشطارة محمد صلاح ورد عليه الفنانون المصريون بروح الدعابة أيضاً أنهم مستعدون للعمل بالسفارة، كما تحدث السفير عن الفنانة فاتن حمامة وأنه سيتابع أعمالها بشكل أكبر مستخدماً هاشتاج #سيدة الشاشة العربية، ووضع صورته بجوار صورة أم كلثوم في تغريدة أخرى أمام متحف أم كلثوم وذكر أنها الأيقونة المصرية.

وقد حظيت التغريدات التي استغل فيها السفير الأبطال أو المشاهير الذين يتمتعون بشعبية لدى الشعب المصري بتفاعل كبير من خلال الإعجاب أو التعليق أو إعادة التغريد وذلك مقارنة بالتغريدات التي تناولت شخصيات ناجحة ولكنها غير مشهورة.

#### رابعاً: ممارسة طقوس وعادات المصريين:

نجح السفير في استخدام نموذج المترجم الثقافي من خلال مشاركة المصريين طقوس المناسبات والأعياد التي يحتفلون بها وعاداتهم وتقاليدهم فيها حيث شارك كاسن المصريين في مصر احتفالهم بالمولد النبوي ونشر صوراً له أثناء شرائه للحلوى وعرائس المولد من إحدى أسواق الحلوى الشعبية، كما نشر السفير صورة له وهو يتناول وجبة الفسيخ التي يتناولها المصريون في عيد شم النسيم معلقاً بأسلوب فكاهي (تجربة وعدت) مع هاشتاج #شم الفسيخ.



وخلال شهر رمضان حرص على الذهاب إلى الحسين لمشاهدة طقوس المصريين من أرض الواقع وأخذ الصور التذكارية مع الزينة والفوانيس كما لم يكتف بإقامة عزومه إفطار لموظفي السفارة فقط بل حرص على الصيام معهم طيلة النهار ونشر كاسن صور لحفل الإفطار وعلق قائلاً: (لمة كل سنة مع عائلتي الثانية موظفين السفارة.. صمت معاهم المرة دي وشاركتهم الإفطار... ينعاد عليكم بالخير). كما حرص على أخذ الصور مع المصلين في المساجد أثناء صلاة العيد وشراء البلالين وأكل الكحك لمشاركة المصريين مظاهر البهجة والاحتفال بالعيد.



ونشر كاسن على تويتر في عيد الأضحى مقطع فيديو وهو يطهو الفتة بنفسه وهي أكلة مصرية خالصة، وعلق قائلاً (اتفرج على اللي حصل لما حاولت اتعلم طبخ الفتة).

**مهارات بناء العلاقات التي استخدمها السفير البريطاني:**

**أولاً: إبراز الحرص على بناء واستمرار العلاقات Relational Continuation:**

حرص السفير منذ توليه منصب السفير البريطاني في مصر على إبراز حرصه على إقامة علاقات مستمرة مع الشعب المصري، حيث دشّن هاشتاغ #HewarUKegypt في بداية فترة عمله، وأجاب فيه على أسئلة المصريين من خلال فيديو أعلن فيه عن سعادته بالحوار والتواصل مع الشعب المصري وأنه يتطلع إلى سماع المزيد في الفترة المقبلة.

وحتى قرب انتهاء عمل السفير في مصر أرسل تغريدات يودع فيها الشعب المصري والتي غلب عليها الأسلوب العاطفي، وأبرزها تغريدة مصحوبة بفيديو قال فيها (ماينفعلش أمشي من غير ما أسلم عليكم)، وذكر في الفيديو بعض العبارات التي تؤكد حرصه على استمرار العلاقات حتى بعد انتهاء مدة عمله في مصر مثل (هتتابع إنجازاتكم حتى سيطرة المصريين على الإسكواش، هشجع محمد صلاح من المدرجات، هقابل مصريين كثير في الشوارع وفي لندن، مفيش مع السلامة ولكن إلى اللقاء).

## جذب الانتباه في العلاقات Relational Attentiveness:



استطاع السفير البريطاني جذب انتباه الجمهور المصري من خلال معرفة نبض الشارع المصري والأحداث الجارية والتعبير عنها في تغريداته، كما ظهر من خلال تغريداته معرفته بتاريخ وحضارة مصر، وذلك من خلال صور مع الأهرامات والمآذن التاريخية، كذلك وضع صورته مع صورة تمثال أبو الهول (أحد الآثار التاريخية المصرية الشهيرة) على موقع how-old-net المعنى بتحديد أعمار الأشخاص عبر نشر صورهم حيث ظهر التمثال في عمر ستة وخمسون عاماً، وعلق السفير: (الموقع دا بيشتغلنا يا جماعة) وأضاف (Out by 3,350) وهو ما يعني فهمه لعمر وتاريخ الحضارة الفرعونية. كما تساءل جون كاسن في إحدى تغريداته على أول شيء يأتي إلى الذهن عند ذكر كلمة مصر... الأهرامات، الحضارة، خفة الدم، كشرى أبو طارق والمالكي.

ونشر السفير صورة له بجوار البرج قائلاً بالعامية: (محبش الأماكن العالية بس المنظر لا يقاوم)، كما أعرب في تغريدة الوداع عن الأماكن التي سيفتقدها مثل فطاطرى الحسين وباب الوزير والناس الطيبين. كما قام السفير بزيارة معرض الكتاب وتحدث عن الزحام في المعرض والذي يدل على شغف المصريين بالقراءة وأنه ليس غريباً على شعب علم البشرية الكتابة والقراءة. ونشر السفير البريطاني أيضاً صوراً من زيارته لجامعة الاسكندرية معرباً عن إعجابه بالفن المحلى الذي يزين جدران الجامعة قائلاً: (الفن المحلى المذهل على جدران الجامعة اللي بيديك لمحة عن تاريخ الاسكندرية).

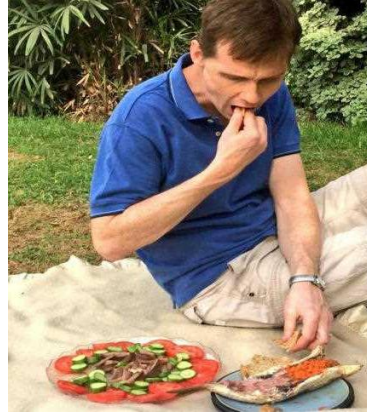
ونشر جون كاسن إعلان وظائف بالسفارة في القاهرة عبر صفحته الرسمية على تويتر وعلق عليه بقوله نرحب بالجميع وبأبن عامل النظافة، وقد جاءت تصريحات جون كاسن تزامناً مع حالة الجدل الذي أثاره المستشار محفوظ صابر وزير العدل السابق بعد ما رفض تولى أبناء النظافة مناصب في السلك القضائي.

## الفضول أو المحاكاة في العلاقات: Relational Curiosity



برز بشكل كبير الفضول أو المحاكاة في العلاقات من خلال سعي السفير البريطاني الدائم لممارسة وتجربة سلوكيات الثقافة المحلية المصرية. حيث ظهرت صور للسفير في الأماكن التي اعتاد المصريون الجلوس فيها مثل المقاهي وسط الشعب وهو يتابع المباريات، كما ظهر يتناول العصير في أحد محلات العصير بوسط البلد، كذلك تحدث كثيراً عن حبه

للكشري وهو أكلة مصرية شعبية، كما تناول الفول والطعمية وهما إحدى الأكلات المصرية الشعبية في وجبة الإفطار وغرد قائلاً عزمت زمايلي في السفارة على الفطار أمس وجينا أحلى عربية فول من السيدة زينب مع صورة لعربة الفول مصحوبة بصورة للعاملين بالسفارة وهم يتناولون الفول.



كذلك نشر السفير صوراً له أثناء تناوله الفسيخ والرنجة في حديقة السفارة البريطانية، كما يفعل المصريون وعلق مازحاً (تجربة وعدت). وقام السفير بتجربة أحد المأكولات الشعبية الذي يقدم ساندويتش السكلانس ووصف طعمه بـ (اختراع يا كوتش)، كما نشر السفير البريطاني صورته وهو يشرب كوب سحلب معلقاً (جو زي دا عايز كبايه سحلب زي دي). ويعد السحلب من أشهر المشروبات الشعبية في مصر ويتم تناوله في الشتاء لقدرته على تدفئة الجسم.

كما نشر كاسن عبر حسابه مقطع فيديو للحظات إعداده وجبة الفتة المرتبطة بعيد الأضحى معلقاً: (كل سنة وأنتم طيبين). وعرض مجموعة من الصور للفتة بعد تجهيزها قائلاً: (مهمة الفتة نجحت بفضل الشيف أحمد).

ومن التجارب غير المعتادة بالنسبة للسفراء والدبلوماسيين تجربة ركوب مترو أنفاق القاهرة. حيث نشر السفير ثلاث صور له، وهو يرتدي الملابس الكاجوال ويركب مترو الأنفاق معلقاً (إن مترو القاهرة أحدث من مترو لندن وأقل تكلفة وأسرع طريق).

وتشير هذه التجارب غير المعتادة بالنسبة للدبلوماسيين إلى التحول في مفهوم الدبلوماسية من الدبلوماسية الرسمية إلى الدبلوماسية الشعبية التي يقترب فيها

الدبلوماسى من مواطنى الدولة المضيفة وينزل إلى الشارع للتواصل معهم. وقد أكد على ذلك السفير البريطاني في رده على مقال للصحفي عماد أحمد بعنوان (الخوف على جون كاسون) حيث رد عليه السفير عبر تويتر قائلاً: (شكراً @EmadSayedAhmed الجلوس وسط الناس دائماً أحلى من الجلوس خلف أسوار السفارة).

### إبراز التعاطف في العلاقات: Relational Empathy

أظهر السفير البريطاني التعاطف في العلاقات من خلال تهنئة المصريين بالمناسبات والأعياد الدينية، فما من مناسبة إلا وهنأ بها المصريين مستخدماً الرموز الثقافية المألوفة لديهم في هذه المناسبات مثل:- عروسة المولد وحلويات المولد في المولد النبوي الشريف، وزينة رمضان والشخصيات التي ارتبطت بشهر رمضان مثل بكار وفتوة وعم شكشك، والبلالين والكحك في عيد الفطر، والفتة في عيد الأضحى.

كما أبرز السفير التعاطف من خلال التنديد وشجب الأحداث الإرهابية في مسجد الروضة بالعريش وكنيسة مارمينا بحلوان، ففي حادث مسجد الروضة جاءت تغريدة السفير لتقديم العزاء والشعور بالاشمئزاز جراء الهجوم العاشم، كما قام السفير بإعادة تغريدات وزارة الخارجية البريطانية التي تقدم تعازي رئيس الوزراء البريطاني، كذلك وضع السفير صورة لتكيس العلم البريطاني في القاهرة والاسكندرية وقوفاً جنباً إلى جنب مع المصريين في الحداد الوطني لشهداء العريش. كما أدان السفير الحادث الإرهابي في كنيسة مارمينا في حلوان قائلاً أن القتل لا يعرفون شيئاً عن الإنسانية، وأعاد تغريدة لوزارة الخارجية البريطانية لإدانة الحادث.

وتعاطف السفير مع اللاعب المصري محمد صلاح عند خسارته في نهائي دوري أبطال أوروبا وتعدى اللاعب الأسباني راموس عليه، حيث غرد قائلاً: (يوم مؤلم على ليفربول ومصر... أديتنا كثير وواقفين إن لسه عندك أكثر. منك الله يا راموس). وفي مجال الرياضة أيضاً نشر كاسن صورتين له مع كوبر مدير الاتحاد الفنى لمنتخب مصر والأخرى مع الكابتن حازم إمام وتمنى لهم التوفيق في روسيا في كأس العالم، وفي نهاية كأس أمم أفريقيا عبر عن اعتززه بالمنتخب المصري لكرة القدم الذى وصل إلى نهائي كأس أمم أفريقيا رغم خسارته المباراة النهائية أمام الكامبيرون، فغرد قائلاً (فخور بالمنتخب المصري الواعد وخاصة لاعبي الدوري الإنجليزي).

كما نعى السفير البريطاني العالم المصري أحمد زويل وذكر أن إسهاماته ستظل مصدر الهام للملايين. وأبدى كاسن تعاطفه مع الطالبة المصرية مريم مصطفى والتي قتلت في لندن وقدم العزاء لأسرتها وغرد (ربنا يصبرهم وأكد أن السلطات البريطانية لن تسمح أن يمر هذا الاعتداء دون عقاب).





تدل على أن المستخدم مصدر قيم للمعلومات بالنسبة للآخرين، وأن المضمون المقدم يتخطى بإعجابهم.

وقد ذكر Grant & Moon أنه يمكن تحديد نجاح التغريدات من خلال التعرف على عدد إعادة التغريد حيث افترضوا أن إعادة التغريد يزيد من وصول الرسالة إلى الجمهور، ومن ثم يزيد من إمكانية رؤية الرسالة (Foster 2017).  
وفيما يلي أكثر التغريدات التي تم إعادة تغريدها من قبل الجمهور:

#### 🔄 Tweets most retweeted

-  **John Casson** @JohnCassonUK 9:05 AM - 31 Jul 2016 via Twitter for iPhone 🔄 7,189 ⭐ 15,267  
رسميا رمضان في الدوري الإنجليزي.. سلمته الباسور والتأثيرية: باسبورك في ايدك تأشيرتك معاك. تجيب الدوري وتجي #رمضونا  
<https://t.co/aZdg8nuGtw>
-  **John Casson** @JohnCassonUK 3:23 PM - 13 May 2015 via Twitter for iPhone 🔄 2,819 ⭐ 1,852  
عايز تشتغل في السفارة البريطانية؟ نرحب بالجميع و نرحب بابن عامل النظافة  
[twitter.com/ukinegypt/stat...](https://twitter.com/ukinegypt/stat...)
-  **John Casson** @JohnCassonUK 7:59 PM - 21 Jun 2017 via Twitter for iPhone 🔄 2,639 ⭐ 5,360  
اللي يشرب مياه الريميميليج لازم يرجعه تاني.. يالآ يا أبوصلاح ليفرول بقاله 28 سنة ماخدهش الدوري. عايزينك تنور استاد انفيد وكأس العالم ٢٠١٨  
<https://t.co/EgjkKNr1RE>
-  **John Casson** @JohnCassonUK 7:06 PM - 29 Sep 2016 via Twitter for iPhone 🔄 2,509 ⭐ 2,676  
@RamadanSobhi :) يoutu.be/RCIIgnt95dU <https://t.co/koEormGet3>
-  **John Casson** @JohnCassonUK 1:20 PM - 17 Dec 2017 via Twitter for iPhone 🔄 1,902 ⭐ 4,032  
حدث استثنائي في مانشستر النهاردة 🏆... دولة واحدة مسيطرة على نهائي بطولة العالم للاسكواش بء لعبية . ميروك لمصر  
إبس العالم نفسه في فرصة السنة اللي جاية بقى @maelshorbagy @RaneemElWelly @MoEishorbagy @noursherbini  
<https://t.co/9ALKZoeY4Y>

ومن ثم فإن نجاح السفير في استخدام نموذج المترجم الثقافي من خلال استغلال المشاهير وخاصة الرياضيين الذين يتمتعون بشعبية كبيرة لدى الشعب المصري أدى إلى قيام الجمهور بإعادة تغريد هذه التغريدات بشكل كبير. ومن الملاحظ أن تفاعل الجمهور بإعادة التغريد أو الإعجاب أو التعليقات يزيد مع المشاهير أكثر من الشخصيات الناجحة في مجالات أخرى مثل التعليم أو الصحة أو غيره.

وجاءت أكثر التغريدات التي قام الجمهور بإعادة تغريدها التغريدات التي تتعلق بالرياضة والأبطال المصريين الرياضيين في مجال كرة القدم والإسكواش وهي الألعاب التي تتميز مصر فيها، وهو ما يعني أن السفير نجح في استخدام نموذج المترجم الثقافي من خلال نشر تغريدات تتعلق بنفوق وتميز أبطال مصر الرياضيين حيث أن الأبطال heroes يعودوا أحد عناصر الثقافة وفقاً لـ Hofstede.

كما أن التغريدات التي تشير إلى استماع السفير إلى الجمهور ارتبطت بإعادة التغريد من قبل الجمهور، ويتفق ذلك مع مدخل بناء العلاقات الذي يشير إلى أهمية الاستماع من أجل بناء علاقات فعالة في مجال الدبلوماسية العامة، حيث أنه جاء في المرتبة الثانية في إعادة تغريد الجمهور التغريدة التي رد فيها السفير البريطاني على أحد متابعيه على تويتر والذي وجه للسفير رسالة عبر تويتر قائلاً "لو سمحت عايز اشتغل السفير المصري بإنجلترا ورد السفير عليه بتغريدة قام فيها باستخدام علامة

الإشارة للحساب الرسمي لوزارة الخارجية البريطانية قائلاً "في واحد عايز يشتغل معاكم".

### التعليقات:

تفاعل الجمهور بالتعليق على غالبية تغريدات السفير البريطاني، وزادت أعداد التعليقات على التغريدات التي يتضح منها تطبيق نموذج المترجم الثقافي من خلال استخدام اللغة العربية وخاصة العامية المصرية والرموز الثقافية المألوفة لدى المصريين والإندماج في الثقافة المصرية من خلال ممارسة عادات وتقاليد وطقوس المصريين واستخدام الأبطال المصريين في جميع المجالات وخاصة المجال الرياضي فضلاً عن استخدام الأسلوب الفكاهي الذي يتمتع به المصريون.

واتسمت التعليقات في أغلب التغريدات التي تتعلق بالاندماج في الثقافة المصرية بالتعجب والذهول من كون هذا الحساب لسفير أو دبلوماسي، والتأكيد على أنه نموذج فريد للسفير أو الدبلوماسي حيث أنه أول سفير يتواصل مع الشعب بهذا الشكل، واستخدام الأسلوب الفكاهي في التعليقات من خلال التأكيد على أن السفير مصري أو من أحد الأحياء المصرية، ومدح طريقة وذكاء السفير الدبلوماسي وشكره على جهوده في دعم العلاقات المصرية البريطانية.

أما التغريدات الأخيرة التي استخدم فيها السفير البريطاني الأسلوب العاطفي في وداع المصريين، فقد اتسمت التعليقات فيها كذلك بالأسلوب العاطفي ما بين حب السفير والتأكيد على أنه أصبح مصرياً ويجب أن يعيش في مصر ويكون السفير الدائم لبريطانيا في مصر، والتأكيد على افتقاده وافتقاد تغريداته المرححة والتي تعبر عن قربه من المصريين، كما استخدم البعض الأسلوب الفكاهي من خلال طلب الذهاب معه إلى بريطانيا.

وفيما يلي نماذج لتعليقات الجمهور التي اتسمت بالتكرار وفقاً لمضمون التعليقات:-

**نماذج من التعليقات التي تم فيها استخدام الأسلوب الفكاهي من خلال التأكيد على أن السفير مصري أو من أحد الأحياء المصرية:**

- هو سيأتك مش متأكد إنك مصري؟
- إيه دا أنت طلعت مصري زينا بقي.
- انت متأكد إنك مش مصري؟
- قول وعهد الله أنا من بريطانيا.
- مش عارف حاسين إنك مصري أو بتحب مصر يعني بتتفاعل معنا بطريقة غريبة.
- سفير من شبرا

- السفير من شبرا أكيد
- إيه دا خواجه من الناصرية
- هههه انت ابن بلد ومولود فى شبرا
- انت من بريطانيا والا من المطرية؟
- سعادة السفير مشهور بالكلام الشعبى ابن بلد بصحيح.
- انت شربت من النيل فعلاً.
- انت خلاص بقيت واحد مننا.
- بقيت واحد مننا والأكيد أنت مكسب لأى بلد.
- سفير مصرى مصرى، ناقص عربية السحور بقى، فول قدام السفارة ، فاضلك طبله المسحراتى.
- السفير دا أصله مصرى يا أخوانا.
- اشك إنك بريطانى أصلاً.
- انت من عابدين والا إيه.
- معالى السفير انت متأكد إن مالکش أصول من شبرا.
- السفير دا شكله من إمبابه.
- انت متأكد إنك بريطانى مش مصرى!!!
- معالى السفير سؤال لو سمحت!! انت متأكد إن ملكش عرق مصرى.
- أظرف سفير جه مصر فى التاريخ، مستحيل يكون إنجليزى، أكيد مصرى وعامل فيها إنجليزى.
- سفير من عابدين دا والا إيه.
- سفير انجلترا بنكهة مصرية.
- انت سفير بريطانيا فى مصر والا سفير مصر فى بريطانيا؟
- دا شكله شرب من نيلها وجرب يغنى لها.
- مصرى مصرى يعني.
- شكلك مصرى وبتشتغل فى السفارة.
- السفير دا مصرى أكثر من مصريين كتير.
- واضح سيادة السفير إنك بقيت مصرى ١٠٠%.
- انت ابن بلد يا سعادة السفير.
- لا انت تأخذ الجنسية رسمى انت بقيت مننا.

- خفة الدم دى مصرية.
- لااا انت تأخذ الجنسية بقى.. ما دام حفظت أفشات الأفلام وخاصة عيلة كامل
- حضرتك متأكد إنك انجليزى.. أنا بدأت أشك إنك مصرى والله.
- نماذج من التغريدات التي تم فيها مدح طريقة وذكاء السفير الدبلوماسي وشكره على جهوده في دعم العلاقات المصرية البريطانية:**
- تحية للذكاء الدبلوماسى.
- دبلوماسى محنك.
- شئ يدعو للإعجاب والتقدير.
- جدع يا جون، هو دا نموذج الـ Successful Ambassador اللي بيحس بنبض الشارع المصرى بصحيح.
- سيد كاسن يتمتع بروح الدعابة وإذا كان هو من يدير حسابه فهذا شئ يدعو للإعجاب والتقدير.
- الشطارة إنك عرفت إيه اهتمامات شباب كثير من البلد.
- انت سفير ذكي ... عرفت ان سر الوصول لقلب المصريين الكورة و شغال على الموضوع ده ... اهنيك
- إذا كان كل السفراء كذا ما فى مشاكل بين الشعوب، السفير دا رهيب.
- انت شخص جميل وأحب أشكر الفريق اللي معاك اللي بيساعدك توصل للناس بالشكل دا.
- شكراً على المجهود المثالى لدعم العلاقات المشتركة.
- على فكرة أنا متابعتك من زمان، انت إنسان مبدع فى إدراك المهنة، وأديت مهنة السفير بطريقة ممتازة وجديدة غيرت مفهومنا اللي عرفناه عن الدبلوماسية، بالتوفيق إن شاء الله.
- شكراً جداً، مصر بتتشرف بسفير يحترمها ويحترم أهلها زيك.
- من أكثر السفراء احتراماً ومشاركة وكان قريباً من المواطن المصرى، وهو ما اكسبه شعبية كبيرة موفق سعادة السفير فى مسيرتك المقبلة ونشكر جهودك فى دعم الاقتصاد المصرى.
- الراجل ده خطير، لم أقابله شخصياً، نجح بشكل كبير فى نزع كثير من الإحباط والتأذى من السياسة البريطانية فى المنطقة واستبدل مشاعر التوجس ببعض الراحة الكافية لاستجلاب الثقة.
- شكراً ليك وتعليقاتك فى كل الظروف، بجد سفير مشرف لبلده.
- والله انت سفير جميل، وهكذا يجب أن يكون سفراء الدول.

- من أكثر الناس اللي كنت بحب اقرأ كلامها عن مصر، وبدلوماسيتك وذكاءك قدرت تلمسنا كلنا وتفهم طبيعتنا، يمكن حيناك أكثر من سفراء عرب يمكن يكونوا شبهنا بس فى فرق انت فهمتنا. بجد هنفتقدك جداً. احسن سفير شرف أم الدينا.
- من أنشط السفراء وأنجحهم.
- ذكى ويتحدث المصرية بطلاقة ولديه حسن الدعاية.
- انجح سفير شوفتو فى حياتى.
- بصراحة جون كاسن السفير البريطاني فى مصر حالة خاصة جداً! خفة الدم التى يتميز بها تجعلنى أشك أن له جذور مصرية.
- بصراحة مشفتش تفاعل كدة قبل كدة.. محتاجين نتعلم من الراجل ده.
- شكراً يا أطيب سفير فى الدنيا سفير انجلترا.
- شكراً يا أحسن سفير فى العالم كله، ياريت كل السياسيين عندنا زيك كده.
- جميل منك شعورك وكلماتك، من السهل كسب حب وود الشعب المصرى بتلك المشاعر الطيبة... استمر ياسيادة السفير.. شكراً جزياً.
- انت إنسان رائع وأنا بيعجبني إنك عايز تندمج مع الشعب، وملاحظ إن عندك حب لمصر وانت عايش مع الشعب مش منعزل ومتابع عادته وبتشجع منتخبه وصلاح ورمضان صبحى، انت إنسان ناجح فى عملك لبت كل شخص فى هذا العالم يدرك أن بالحب والتواضع والاندماج مع الناس له مفعول السحر فى استقرار الأمم.
- انت تبذل مجهود لتقريب العلاقات بين الشعبين، وده ذكاء وروح العمل الدبلوماسى، بس بغض النظر واضح أن دمك خفيف أصلاً.
- معجب بطريقتك التى تصلح معنا جداً. ومعجب بذكاءك. شرفتنا ونورتنا.. وبيسعدنا وجودك دائماً بيننا.
- شيء لطيف جدا ان يبقى فيه سفير بيتكلم لغة البلد اللي هو فيها بطلاقة حتى العامية والهزار
- احبيك يا سيادة السفير انت نموذج للدبلوماسى الناجح والمتفاعل.
- تحياتى لذكاءك سعادة السفير وتحياتى لاستخدام القوة الناعمة فى بلدنا.
- شكراً جزياً سعادة السفير من كل العرب على روحك الطيبة، لو كان كل العاملين بالحكومات لهم مثل هذه الروح الطيبة لما كانت هناك حروب ولا إرهاب، وكان العالم جنة.
- ليت سفراؤنا بالخارج يتعلمون منه أن توطيد العلاقات بين الشعوب لا تتم في مقر الحكومة بل مع المواطنين في الشارع.

- رجل محترم يمثل جيلاً جديداً من السفراء أحب مصر وشعبها وعندما تركنا  
شعرنا بالحزن لفراقه إنه مثلاً طيباً للدبلوماسية البريطانية في بلدنا.
- نماذج من التعليقات التي غلب عليها التعجب والذهول من كون هذا الحساب لسفير  
أو لدبلوماسي والتأكيد على أنه نموذج فريد للسفير أو الدبلوماسي:
- انت أول سفير في العالم يتواصل مع الناس بالشكل دا و اتمنى لك التوفيق.
- طيب أقول إيه السفير الوحيد اللي نعرفه في العالم كله يمشى.
- انت القنصل الوحيد اللي أنا أعرفه، ودا حال أغلب المصريين.
- انت أول سفير في العالم يتواصل مع الناس بالشكل دا. اتمنى لك التوفيق دائماً  
وماتنساش المصريين لما تبقى رئيس وزراء بريطانيا إن شاء الله.
- هو دا سفير انجليزي ازاي؟
- هو دا بجد والا إيه؟
- انت حقيقى يعني؟
- يا جماعة السفير البريطاني بيكلم عربى أحسن منا إزاي.
- نماذج من التغريدات التي تعبر عن افتقاد السفير البريطاني وافتقاد تغريداته المرححة  
بعد انتهاء مدة عمله في مصر وعودته لبريطانيا:
- بالسلامة و هتوحشنا يا أحلى سفير محب لمصر وشعب مصر.
- طب متقطعش انت بالتويتات المصرى عشان دمها خفيف.
- هتوحشنا و هتوحشنا تويتاتك والله.
- هتوحشنا والله يا خواجه.
- والله انت اللي هتقطع بينا.
- هتوحشنى يا سى دونى.
- انت هتوحشنا بخفة دمك بصراحة
- والله هتوحشنا يا جون، على فكرة انت القنصل الوحيد اللي أنا أعرفه، ودا أكيد  
حال أغلب المصريين، انت بجد إنسان بسيط عشان كدا دخلت قلوبنا أتمنى لك  
كل الخير يا برنس.
- هتوحشنا كلنا. السفير الوحيد لآى بلد اللي حبنا و عرفنا وتفاعل معنا باستمرار  
عشان كدا كانت المشاعر متبادلة، ودمك الخفيف حببنا فيك أكثر حتى لو اختلفنا



## الخاتمة ومناقشة النتائج:

١. استخدم السفير البريطاني خصائص تويتر الهيكلية بفاعلية في جذب انتباه الجمهور وإمداده بالمعلومات وخاصة الاتصال المرئي Visual Communication متمثلاً في الصور والفيديوهات

- **الصور:** استخدم السفير البريطاني الصور بكثافة حيث نشر ٢٦١٣ صورة بنسبة ٩١.٧٧%، وجاءت أغلب التغريدات تحتوي على صور مرفقة بنص، ولم يستخدم السفير تغريدات احتوت على صور دون نص، وندرت التغريدات التي احتوت على نص فقط، واستخدام الصور له القدرة على جذب انتباه القارئ وتدعيم إدراكه للنصوص اللفظية وتقديم معانٍ إضافية تعزز قيمة هذه النصوص. بالإضافة إلى تدعيم عملية التذكر.
- **الفيديوهات:** نشر السفير جون كاسن بعض الفيديوهات عبر حسابه، وتحدث السفير في غالبيتها باللغة العربية، وأكثر هذه الفيديوهات مشاهدة فيديو يعلم فيه المواطنين البريطانيين كيفية نطق اسم محمد صلاح وأشار إلى أن اسمه محمد صلاح وليس مو ساليه. وتلاه فيديو يودع فيه المصريين قبيل انتهاء مدة عمله في مصر واستخدم فيه الأسلوب العاطفي.
- **الهاشتاج:** استخدم السفير البريطاني في مصر الهاشتاج في ١٣٧٧ تغريدة بنسبة ٤٨%، واحتوت التغريدة الواحدة على أكثر من هاشتاج في كثير من الأحيان، ويتضح من تحليل المضمون الكمي أن أكثر الدول تكراراً في الهاشتاج هي مصر تلاها وفارق كبير بريطانيا وهو ما يعكس أن الدبلوماسية التي يقوم عليها حساب السفير قائمة على بناء العلاقات أكثر منها دبلوماسية قائمة على الإعلام عن دولته التي يمثلها بريطانيا.
- **الروابط Links:** تم استخدام الروابط بنسبة ٢٥%، وتهدف التغريدات التي تحتوي على روابط لتقديم معلومات للجمهور، وهو ما يعني أن ١/٤ التغريدات مثل فيها السفير مصدرًا للمعلومات أو لإعلام الجمهور، وجاءت أغلب الروابط لمواقع صحفية مصرية لعرض مقتطفات من حوار السفير في الصحف المصرية كما يتم من خلالها ربط التغريدات بفيديوهات

٢. أجاد السفير البريطاني جون كاسن استخدام توظيف أدوات تويتر وإمكانياته التفاعلية من أجل بناء العلاقات مع الجمهور المصري والاندماج معه في حوار أو تفاعل مباشر، وذلك من حيث الكيف وليس الكم، حيث أنه من المستحيل أن يقوم المشاهير السياسيين أو الدبلوماسيين بالتفاعل مع الملايين من الجماهير التي يتابعونها، ومن ثم فإن تفاعل هذه الشخصيات بين الحين والآخر يعطى انطباعاً لدى الجمهور بتفاعل واستجابة الشخصية المشهورة، كما تبين من الدراسات السابقة أنه من المعتاد عدم تفاعل السفارات أو الشخصيات السياسية مع الجمهور،



ومن ثم فإن السفير البريطاني جون كاسن يعد رائداً في استخدام نوع جديد من الدبلوماسية التي تقوم على التفاعل المباشر مع الجمهور من خلال استخدام الاتصال ذو الاتجاهين عبر تويتر وتمثلت أهم أدوات تويتر الاتصالية التي استخدمها السفير في التفاعل مع الجمهور فيما يلي:

- **الرد على رسائل المتابعين reply:** أجاب السفير على ٣٤٢ تغريدة من التساؤلات التي وجهت إليه في التغريدات الموجهة له mention، والرد على رسائل المتابعين يعد مؤشراً على الاستماع للجمهور أو المتابعين، وهو عدد جيد لأنه من المستحيل أن يرد المشاهير السياسيون والدبلوماسيون على جميع التساؤلات الموجهة لهم يومياً، حيث أشارت دراسة (Foster, C. S, 2017) إلى أن الاستجابات الموسمية من المحتمل أن تخلق انطباعاً بأن المشاهير أو المسؤولين السياسيين على وعى ويستمعون للمتابعين. وقد اتضح ذلك بوضوح من مدى التفاعل القوي للجمهور مع الرسائل التي أجاب عليها السفير، وبرزها حوار السفير عبر تويتر من خلال جلسة أسئلة وأجوبة على تويتر، مستخدماً هاشتاج #AskElSafirJohn، وأجاب فيه السفير على بعض الأسئلة التي وجهت له.
- **علامة الإشارة الموجهة لذكر شخص @Mention:** تم استخدام التغريدات الموجهة mention من خلال استخدام علامة الإشارة @ بنسبة ٣٤% من إجمالي التغريدات، وجاءت أكثر المؤسسات التي تمت الإشارة إليهم على الترتيب السفارة البريطانية في مصر، ثم منحه تشفينج للتعليم البريطاني، وبرنامج مصر تبدأ، بينما تمثل أكثر الأشخاص الذين أشار إليهم السفير في الأبطال الرياضيين وجاء على رأسهم لاعب كرة القدم المصري الشهير محمد صلاح والذي احترف في بريطانيا، وقد نجح السفير في استغلاله كنقطة التقاء مشتركة تجمع بين البريطانيين والمصريين في العديد من التغريدات، تلاه الإشارة إلى بطلة الإسكواش المصرية نور الشربيني ثم الإشارة إلى اللاعب المصري رمضان صبحي.
- **طرح التساؤلات أو الدعوة لاستجابة ما:** استطاع السفير البريطاني خلق حوار مع متابعيه والتفاعل معهم من خلال طرح تساؤلات ودعوة الجمهور للإجابة عليها، ويساهم طرح الشخصية المشهورة أو السياسية للتساؤلات في تقريب الجمهور أو المتابعين من الشخصية المشهورة والتفاعل معها. ومن أبرز الأمثلة على التساؤلات التي طرحها السفير البريطاني وحظيت بتفاعل كبير عرض مجموعة من الأمثال الشعبية باللغة العربية وسؤال الجمهور عن إمكانية تحويلها إلى العربية، فضلاً عن السؤال عن الأمثال العربية المرادفة لبعض الأمثال الإنجليزية مستخدماً هاشتاج #EnglishLanguageDay.

٣. وفيما يتعلق بالنطاق الجغرافي للتغريدات، فقد ركزت غالبية التغريدات على مصر، وهو ما يشير إلى أن اهتمام السفير لم يكن بتسويق صورة بريطانيا لدى المصريين (اتصال ذو اتجاه واحد) بقدر ما هو بناء علاقات قوية مع المصريين والتي تنعكس بالتبعية على صورة بريطانيا (اتصال ذو اتجاهين). وندرت التغريدات التي تناولت بريطانيا فقط، واستخدمت هذه التغريدات استراتيجية نقل المعلومات التي تستهدف نقل وجهة النظر الرسمية حول بعض القضايا الدولية أو تسويق صورة بريطانيا في مصر كدولة تتبنى قيم المساواة وبها تعيش ديني وحرية عبادة. وتناولت بعض التغريدات مصر وبريطانيا، وركزت على علاقات التعاون بين مصر وبريطانيا ودعم بريطانيا لمصر وخاصة في مجالات الاقتصاد والاستثمار والتعليم.

٤. اتضح من الدراسة فعالية استخدام نموذج المترجم الثقافي في مجال الدبلوماسية العامة وهو أحد النماذج العلمية التي يتم تطبيقها في مجال العلاقات العامة الدولية، وتبين ذلك من خلال إجابة استغلال السفير البريطاني للثقافة المحلية المصرية حيث احتوت تغريداته عناصر أساسية للثقافة المصرية تمثلت في استخدام اللغة العربية وخاصة اللهجة العامية المصرية واستخدام الرموز الثقافية المألوفة، واستخدام الأسلوب الفكاهي الذي يتمتع به المصريون، وممارسة طقوس المصريين وعاداتهم في المناسبات المختلفة، واهتمامه بالأبطال المصريين المشهورين في المجالات المختلفة وخاصة الرياضة والفن. وقد ارتبطت التغريدات التي استغل فيها السفير الثقافة المحلية المصرية في بناء العلاقات مع الجمهور المصري بتفاعل كبير من قبل الجمهور سواء بالإعجاب أو التعليق أو إعادة التغريد. ووفقاً لنموذج المترجم الثقافي فإنه غالباً ما استعان السفير بأشخاص محليين لمساعدته في الوصول للمصريين ومعرفة ثقافتهم ولغتهم، ويمكن عرض هذه العناصر فيما يلي:

● **لغة التغريدات:** جاءت غالبية التغريدات مكتوبة باللغة العربية، وكتبت بعض التغريدات باللغتين العربية والإنجليزية، ولم تكتب التغريدات بالإنجليزية فقط، وهو ما يعني أن كل التغريدات كتبت باللغة العربية، وهو ما يشير إلى أن السفير البريطاني استخدم نموذج المترجم الثقافي من خلال فهم اللغة العربية والتحدث بها في تغريداته. ولم يقتصر الأمر على استخدام اللغة العربية فقط، ولكن أيضاً أجاد السفير استخدام اللهجة العامية المصرية من خلال استخدام المقولات المصرية والأمثال الشعبية، وهي اللغة التي يتحدث بها الشباب مما جعله يجيد التواصل مع الجمهور المصري وخاصة الشباب من جمهور مواقع التواصل الاجتماعي.

● **استخدام الأسلوب الفكاهي:** برز استخدام السفير البريطاني لنموذج المترجم الثقافي من خلال استخدامه روح الدعابة أو الأسلوب الفكاهي الذي يشتهر به

المصريون وبعد جزءاً من الثقافة المصرية حيث كان قاسماً مشتركاً في معظم تغريداته، وذلك من خلال الاندماج في الثقافة المصرية إلى أقصى مدى واستخدام اللهجة العامية والتي تعد غريبة على نشأة السفير ومنصبه. وارتبطت التغريدات التي تتضمن استخدام السفير للأسلوب الفكاهي بتفاعل كبير من الجمهور سواء بالإعجاب أو التعليق أو إعادة التغريد.

- **استخدام الأبطال Heroes:** نجح السفير في استخدام نموذج المترجم الثقافي من خلال نشر تغريدات تتعلق بتفوق وتميز أبطال مصر في المجالات المختلفة وخاصة الرياضة والفن. واحتل الصدارة نجم المنتخب المصري لكرة القدم محمد صلاح والمحترف في صفوف ليفربول وقد حظيت التغريدات التي استغل فيها السفير الأبطال أو المشاهير الذين يتمتعون بشعبية لدى الشعب المصري بتفاعل كبير من خلال الإعجاب أو التعليق أو إعادة التغريد وذلك مقارنة بالتغريدات التي تناولت شخصيات ناجحة ولكنها غير مشهورة.
- **ممارسة طقوس وعادات المصريين:** نجح السفير في استخدام نموذج المترجم الثقافي من خلال مشاركة المصريين طقوس المناسبات والأعياد التي يحتفلون بها وعاداتهم وتقاليدهم فيها حيث شارك كاسن المصريين في مصر احتفالهم بالمولد النبوي ونشر صور له أثناء شرائه للحلوى وعرائس المولد من إحدى أسواق الحلوى الشعبية، كما نشر السفير صورة له وهو يتناول وجبة الفسيخ التي يتناولها المصريون في عيد شم النسيم معلقاً بأسلوب فكاهي (تجربة وعدت) مع هاشتاج #شم الفسيخ.

٥. استخدام السفير البريطاني أربع مهارات أساسية لبناء العلاقات مع الجمهور المصري وتمثلت فيما يلي:

- **إبراز الحرص على بناء واستمرار العلاقات Relational Continuation:** حرص السفير منذ توليه منصب السفير البريطاني في مصر على إبراز حرصه على إقامة علاقات مستمرة مع الشعب المصري، وحتى قرب إنتهاء عمل السفير في مصر أرسل تغريدات يودع فيها الشعب المصري والتي غلب عليها الأسلوب العاطفي، وأبرزها تغريدة مصحوبة بفيديو قال فيها (ماينفعش أمشي من غير ما أسلم عليكم)، وذكر في الفيديو بعض العبارات التي تؤكد حرصه على استمرار العلاقات حتى بعد انتهاء مدة عمله في مصر مثل (هتابع إنجازاتكم حتى سيطرة المصريين على الإسكواش، هشجع محمد صلاح من المدرجات، هقابل مصريين كثير في الشوارع وفي لندن، مفيش مع السلامة ولكن إلى اللقاء).
- **جذب الانتباه في العلاقات Relational Attentiveness:** استطاع السفير البريطاني جذب انتباه الجمهور المصري من خلال معرفة نبض الشارع المصري والأحداث الجارية والتعبير عنها في تغريداته، كما ظهر من خلال

تغريداته معرفته بتاريخ وحضارة مصر، وذلك من خلال صور مع الأهرامات والمآذن التاريخية.

● **الفضول أو المحاكاة في العلاقات Relational Curiosity**: برز بشكل كبير الفضول أو المحاكاة في العلاقات من خلال سعى السفير البريطاني الدائم لممارسة وتجربة سلوكيات الثقافة المحلية المصرية. حيث ظهرت صور للسفير في الأماكن التي أعتاد المصريون الجلوس فيها مثل المقاهي وسط الشعب، وهو يتابع مباريات كرة القدم كما ظهر وهو يركب مترو الأنفاق ويمشي في الشوارع المزدهمة ومن خلال تناول الطعام المصري الشعبي مثل الفول والطعمية والكشري والفسيح. وتشير هذه التجارب غير المعتادة بالنسبة للدبلوماسيين إلى التحول في مفهوم الدبلوماسية من الدبلوماسية الرسمية إلى الدبلوماسية الشعبية التي يقترب فيها الدبلوماسي من مواطني الدولة المضيفة وينزل إلى الشارع للتواصل معهم.

● **إبراز التعاطف في العلاقات Relational Empathy**: أظهر السفير البريطاني التعاطف في العلاقات من خلال تهنئة المصريين بالمناسبات والأعياد الدينية، فما من مناسبة إلا وهنأ بها المصريين مستخدماً الرموز الثقافية المألوفة لديهم في هذه المناسبات كما أبرز السفير التعاطف من خلال التنديد وشجب الأحداث الإرهابية في مسجد الروضة بالعريش وكنيسة مارمينا بحلوان، وبرز التعاطف مع القضايا العربية التي تؤيدها مصر من خلال إدانة قرار الولايات المتحدة الأمريكية لنقل سفارتها إلى القدس والاعتراف بالقدس كعاصمة لإسرائيل.

٦. تفاعل المتابعين لحساب السفير البريطاني من الجمهور المصري بالإعجاب والتعليق وإعادة التغريد، ويعد تفاعل الجمهور مؤشراً على نجاح السفير في بناء العلاقات مع الجمهور المصري وفيما يلي عرض لعناصر تفاعل الجمهور مع السفير البريطاني:

● **الإعجابات favorite**: بلغ إجمالي الإعجابات ٤٩٧.٢٨٣، وجاء عدد التغريدات التي تم الإعجاب بها ١٨٥٢ بمتوسط ٢٦٢ مرة للتغريدة الواحدة، ولوحظ أن أكثر التغريدات التي حظيت بإعجاب المتابعين التغريدات التي تتناول الثقافة المصرية مثل التغريدات التي تتعلق بالأبطال الرياضيين الذين يمثلون أحد رموز الثقافة المصرية مثل محمد صلاح، رمضان صبحي، نور الشربيني. فضلاً عن التغريدات التي يظهر من خلالها اندماج السفير في الثقافة المصرية من خلال التجربة السلوكية لبعض هذه المظاهر مثل تجربة الطعام المصري الشعبي كما تزايد عدد الإعجابات في حالة التغريدات التي يرد فيها السفير على أحد متابعيه وهو الأمر الذي يعطى انطباعاً بأنه يستمع للجمهور ويستجيب له ويتفاعل معه.

● **إعادة التغريد من قبل المتابعين tweets retweeted** : قام الجمهور بإعادة التغريد ١١٢.٤٥٧ مرة، وبلغ إجمالي إعادة التغريد من قبل الجمهور ١٨٥١ تغريدة بنسبة ٦٥% من إجمالي عدد التغريدات التي قام السفير بنشرها، وهي نسبة كبيرة حيث أن الشائع هو الإعجاب أو التعليق، وإعادة التغريد تدل على أن المستخدم مصدر قيم للمعلومات بالنسبة للآخرين، وأن المضمون المقدم يحظى بإعجابهم. وقد ذكر Grant & Moon أنه يمكن تحديد نجاح التغريدات من خلال التعرف على عدد إعادة التغريد حيث افترضوا أن إعادة التغريد تزيد من وصول الرسالة إلى الجمهور، ومن ثم تزيد من إمكانية رؤية الرسالة (Foster, C. S., 2017, p. 12). ومن ثم فإن نجاح السفير في استخدام نموذج المترجم الثقافي من خلال استغلال المشاهير وخاصة الرياضيين الذين يتمتعون بشعبية كبيرة لدى الشعب المصري أدى إلى قيام الجمهور بإعادة تغريد هذه التغريدات بشكل كبير. كما أن التغريدات التي تشير إلى استماع السفير إلى الجمهور ارتبطت بإعادة تغريد الجمهور، ويتفق ذلك مع مدخل بناء العلاقات الذي يشير إلى أهمية الاستماع من أجل بناء علاقات فعالة في مجال الدبلوماسية العامة.

● **التعليقات**: تفاعل الجمهور بالتعليق على غالبية تغريدات السفير البريطاني، وزادت أعداد التعليقات على التغريدات التي يتضح منها تطبيق نموذج المترجم الثقافي واندماجه في الثقافة المصرية واتسمت التعليقات في أغلب التغريدات التي تتعلق بالاندماج في الثقافة المصرية بالتعجب والذهول من كون هذا الحساب لسفير أو دبلوماسي، والتأكيد على أنه نموذج فريد للسفير أو الدبلوماسي حيث أنه أول سفير يتواصل مع الشعب بهذا الشكل، واستخدام الأسلوب الفكاهي في التعليقات من خلال التأكيد على أن السفير مصري أو من أحد الأحياء المصرية، ومدح طريقة وذكاء السفير الدبلوماسي وشكره على جهوده في دعم العلاقات المصرية البريطانية. أما التغريدات الأخيرة التي استخدم فيها السفير البريطاني الأسلوب العاطفي في وداع المصريين، فقد اتسمت التعليقات فيها كذلك بالأسلوب العاطفي ما بين حب السفير والتأكيد على أنه أصبح مصرياً ويجب أن يعيش في مصر ويكون السفير الدائم لبريطانيا في مصر، والتأكيد على افتقاده وافتقاده تغريداته المرححة والتي تعبر عن قلبه من المصريين، كما استخدم البعض الأسلوب الفكاهي من خلال طلب الذهاب معه إلى بريطانيا.

### الخلاصة:

تعد دراسة حالة الأنشطة الدبلوماسية للسفير البريطاني جون كاسن عبر تويتر نموذجاً مثالياً ومختلفاً للدبلوماسية الحديثة التي تقوم على مراعاة الخصوصية الثقافية لشعوب الدول المضيفة، ووضع الأبعاد الثقافية للشعوب كأساس للاتصال

بها وبناء العلاقات معها عبر الواقع الحقيقي ونقله عبر الواقع الافتراضي، كما أنها تقوم على الاستماع للشعوب حيث أنه رأى أن الدبلوماسية الناجح يجب أن يكون مستمعاً جيداً وليس متحدثاً فحسب، كذلك اعتمدت على الذهاب إلى الأماكن التي يتواجد فيها المصريون حيث رأى السفير البريطاني أن السلطة الحقيقية أصبحت في يد الشعوب، وأنه لم تعد الحكومات هي من تقرر كل شيء وإنما الشعوب، وأخيراً فإنه استخدم أدوات تويتر الاتصالية بكفاءة في الحوار والتفاعل المباشر مع الجمهور المصري، وهو ما أعطى الانطباع أنه يستمع ويستجيب للجمهور.

### توصيات الدراسة:

١. أهمية استغلال السياسيين والدبلوماسيين لوسائل الاتصال الحديثة وخاصة تويتر بإمكانية التفاعلية من أجل بناء علاقات فعالة مع جمهور الدولة المضيفة.
٢. أهمية تفاعل السياسيين أو الدبلوماسيين عبر مواقع التواصل الاجتماعي مع الجمهور أو المتابعين وهو ما ينقل الشعور بتواضع هذه الشخصيات وقربها من الجمهور، كما أن التفاعل المباشر مع بعض رسائل الجمهور يعطى انطباعاً بأن الشخصية المشهورة تستمع وتستجيب للجمهور.
٣. ضرورة اهتمام السفارات والدبلوماسيين بالدبلوماسية الحديثة التي تقوم على بناء العلاقات مع شعوب الدولة المضيفة (اتصال ذو اتجاهين)، وليس فقط تسويق صورة الدولة التي تمثلها أو دولة الاعتماد (اتصال ذو اتجاه واحد)، فينبغي عدم مخاطبة الحكومات فقط حيث أن السلطة الحقيقية أصبحت في يد الشعوب وليس الحكومات.
٤. ضرورة مراعاة الخصوصية الثقافية لشعوب الدولة المضيفة ووضع الأبعاد الثقافية للشعوب كأساس للاتصال بها وبناء العلاقات معها من خلال دراسة هذه الأبعاد والاستعانة بمتخصصي علاقات عامة محليين في تكييف المضامين الاتصالية مع ثقافة الدولة المضيفة، حيث اتضح أن استغلال الأبعاد الثقافية للدولة المضيفة له أثر إيجابي في توطيد العلاقات مع دولة الاعتماد وهو ما ينعكس على صورتها.
٥. ضرورة تطبيق مفهوم الاستماع في الدبلوماسية العامة الحديثة لفهم شعوب الدولة المضيفة، والتفاعل معها وفقاً لرؤيتها، حيث أن الدبلوماسية الناجح يجب أن يكون مستمعاً جيداً وليس متحدثاً فقط.
٦. أهمية التواجد مع الجماهير للتواصل والاندماج معهم سواء في الشارع أو عبر مواقع التواصل الاجتماعي من أجل بناء جسور الثقة والتواصل مع شعوب الدول المضيفة.

### المراجع العربية:

١. آلاء فوزي (٢٠١٥)، الاستراتيجيات الاتصالية للدبلوماسية العامة الإسرائيلية عبر الإنترنت: دراسة تحليلية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة.

٢. ثريا البدوي (٢٠١٤)، الجهود التسويقية للدبلوماسية العامة الأمريكية عبر شبكات التواصل الاجتماعي: دراسة تحليلية لخطابات القائمين بالاتصال والمستخدمين، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، المجلد الثالث، العدد (١٠) إبريل، ص ٩٢-١٢٥.
٣. ثريا البدوي، آلاء فوزي (٢٠١٧)، الدبلوماسية العامة الأمريكية: مدخل تسويقي وثقافي، عالم الكتب، القاهرة
٤. سليمان صالح (٢٠١٥)، استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الدبلوماسية العامة، مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي في الدبلوماسية العامة، مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي: التطبيقات والإشكاليات المنهجية، جامعة الإمام محمد بن سعود، الرياض
٥. راسم الجمال (2009)، العلاقات العامة الدولية والاتصال بين الثقافات، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية.
٦. عماد المديفر (2014)، اتجاهات المؤسسات الدبلوماسية العربية في توظيف الإعلام الجديد: دراسة مسحية للممارسين الدبلوماسيين في الخارجية السعودية، رسالة ماجستير غير منشورة، الرياض: جامعة الملك سعود.
٧. محمد زيدان الخرايشة (٢٠١٨)، الإطار الإعلامي للدعاية الإسرائيلية على الفيس بوك: دراسة تحليلية لصفحة المتحدث الرسمي باسم الجيش الإسرائيلي، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن.
٨. وليد خلف (٢٠١٧)، الدبلوماسية الرقمية في المواقع الإلكترونية الرسمية لوزارة الخارجية المصرية والأمريكية ودورها في تقديم صورة الدولة، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد (١١)، ص ٥٥-١٠٤.
٩. يسرا حسنى (٢٠١٤)، الدبلوماسية الشعبية الإسرائيلية الموجهة للشعوب العربية على الفيس بوك: دراسة تحليلية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد التاسع والأربعون، ص ٣١٧-٣٥٣.

#### المراجع الأجنبية:

10. Archetti, C. (2012), The Impact of New Media on Diplomatic Practice: An Evolutionary Model of Change, The Hague Journal of Diplomacy 7, p.205 2
11. Auxier, B. (&) Golbeck, J., (2017), The President on Twitter: A Characterization Study of @realDonaldTrump, University of Maryland, College Park, MD 20742, USA, <http://varianceexplained>
12. Azran, T.S and Yarchi, M. (2018), Military Public Diplomacy 2.0: The Arabic Facebook Page of the Israeli Defense Forces' Spokesperson, The Hague Journal of Diplomacy 13 (2018) 323-344
13. Bali, A.O. Karim, M.S and Rached, k. (2018), Public Diplomacy Effort Across Facebook: A Comparative Analysis of the U.S. Consulate in Erbil and the Kurdistan Representation in Washington, SAGE Open.

14. Buckle A. (2012), The new diplomacy: Devising a relational model of public diplomacy. *Pursuit - The Journal of Undergraduate Research at the University of Tennessee* 3 (2): 1–47. <http://trace.tennessee.edu/pursuit/vol3/iss2/3>. Accessed 11 Nov 2014.
15. Collins, N. Bekenova, K. (2019), Digital diplomacy: success at your fingertips. *Place Branding and Public Diplomacy*, 15. DOI: 10.1057/s41254-017-0087-1
16. Cornut, J. (2015), To be a diplomat abroad: Diplomatic practice at embassies. *Cooperation and Conflict* 50 (3): 385–401.
17. Dodd, M. D., & Collins, S. J. (2017), Public relations message strategies and public diplomacy 2.0: An empirical analysis using Central-Eastern European and Western Embassy Twitter accounts. *Public Relations Review*, 43(2), 417–425
18. Dumcīuviene, A. (2016), Twiplomacy: The Meaning of Social Media to Public Diplomacy and Foreign Policy of Lithuania, *Lithuanian Foreign Policy Review* vol. 35, DOI: 10.1515/lfpr-2016-0025
19. Emily T. Metzgar, Lu Xinyu Lu (2018), Tweeting the pivot? The United States and PD 2.0 in Northeast Asia, *Place Branding and Public Diplomacy* Vol. 11, 3, 204–215, <https://www.researchgate.net/publication/277567806>
20. Fitzpatrick, K. R. (2017), Public Diplomacy in the Public Interest, *Journal of Public Interest Communications*, Vol. 1 p.86
21. Fitzpatrick, K. R. (2007). Advancing the new public diplomacy: A public relations perspective. *The Hague Journal of Diplomacy*, 2, 187–211.
22. Fitzpatrick, K., J. Fullerton, and A. Kendrick. (2009), Public relations and public diplomacy: Conceptual & practical connections. *Public Relations Journal* 7 (4): 1–21.
23. FOSTER, C.S. (2017), Twitter as a platform for engaging political dialogue: A dialogic theory content analysis of Donald Trump’s general election campaign Twitter feed, Master of Arts Thesis, University of Alabama
24. Grunig, E. Grunig, L. Sriramesh, K. Huang, Y. & Lyra, A. (1995). Models of Public Relations in an International Setting. *Journal of Public Relations Research*, 7 (3), pp. 163-186.



25. Han J.K., Song YA., Lee S., Kim S., Chung A.D. (2016) Promoting Nation's Soft Power: How U.S. and Korea Use Public Diplomacy in Nation Branding in Social Media. In: DOI [https://doi.org/10.1007/978-3-319-11815-4\\_256](https://doi.org/10.1007/978-3-319-11815-4_256) Obal M., Krey N., Bushardt C. (eds) Let's Get Engaged! Crossing the Threshold of Marketing's Engagement Era. Developments in Marketing Science: Proceedings of the Academy of Marketing Science. Springer, Cham
26. Hoffman, h. (2013), Twitter as an Instrument of Public Diplomacy: A Case Study of Sweden and Germany, Master of Arts Thesis, University of Gothenburg, Stockholm
27. Hofstede, G. (2004), Diplomats as cultural bridge builders, In: H. Slavik, Intercultural Communication and Diplomacy, Diplo Foundation.
28. Khakimova, L.F. (2013), Public diplomacy at Arab embassies: Fighting an uphill battle. *International Journal of Strategic Communication* 7 (1): 21–42.
29. Kiambi, D.M. (2010), Public Relations in Kenya: An Exploration of Public Relations Models and Cultural Influences, Master of Arts, Miami University Oxford , Ohio, USA
30. McNamara, J. (2016), Organizational listening: Addressing a major gap in public relations theory and practice. *Journal of Public Relations Research* 28 (3–4): 146–169. <https://doi.org/10.1080/1062726X.2016.1228064>.
31. Manor, (2019), From Targeting to Tailoring—The Two Stages of Public Diplomacy's Digitalization, Palgrave Macmillan Series in Global Public Diplomacy, [https://doi.org/10.1007/978-3-030-04405-3\\_4](https://doi.org/10.1007/978-3-030-04405-3_4), p. 101
32. Saleh, S. (2017), The role of public relations and public diplomacy in building Libyan relationships with Italy in the Gaddafi and post-Gaddafi era. Doctoral thesis, North Umbria University.
33. Sandre, A. (2013), Twitter for diplomats. Diplofoundation and Istituto Diplomatico. [https://issuu.com/diplo/docs/twitter\\_for\\_diplomats](https://issuu.com/diplo/docs/twitter_for_diplomats). Accessed March 2018
34. Szondi, G. (2010), From image management to relationship building: a public relations approach to nation branding *Place Branding and Public Diplomacy*, 6 (4) (2010), pp. 333-343
35. Tam, L. (2019), Interpersonal approaches to relationship building diplomat as a human agent of public diplomacy. *Place Branding and Public Diplomacy*, 15(2), p.11-12,

URL: <https://link.springer.com/article/10.1057%2Fs41254-018-0101-2>  
DOI: 10.1057/s41254-018-0101-2.

36. Tam, L., & Kim, J.-N. (2019). Who are publics in public diplomacy? Proposing a taxonomy of foreign publics as an intersection between symbolic environment and behavioral experiences, *Place Branding and Public Diplomacy*, 15(1), p.5, DOI:10.1057/s41254-018-0104-z  
URL: <http://link.springer.com/article/10.1057/s41254-018-0104-z>
37. Uysala, N. & Schroederb, J, (2019), Turkey’s Twitter public diplomacy: Towards a “new” cult of personality , *Public Relations Review*, [https://en.m.wikipedia.org/wiki/Twitter\\_diplomacy](https://en.m.wikipedia.org/wiki/Twitter_diplomacy) 9/21/19, 5:27PM.  
Review, <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2019.101837>
38. Vanc, A. (2012), Post-9/11 US Public diplomacy in Eastern Europe: Dialogue via new technologies or face-to-face communication, *Global Media Journal*, <https://www.researchgate.net/publication/289688152>
39. Vanc, A. M., & Fitzpatrick, K. R. (2015), Scope and status of public diplomacy research by public relations scholars, 1990–2014. *Public Relations Review*, 42(3), 432–440. <http://dx.doi.org/10.1016/j.pubrev.2015.07.012>.
40. Zaharna, R.S., and N. Uysala. (2016), Going for the jugular in public diplomacy: How adversarial publics using social media are challenging state legitimacy. *Public Relations Review* 42 (1): 109–119.
41. Zhong, X., and J. Lu. (2013), Public diplomacy meets social media: A study of the U.S. Embassy’s blogs and micro-blogs. *Public Relations Review* 39 (5): 542–548.