

# New Media and Digital Diplomacy in Saudi-Iraqi Rapprochement: An Academic Perspective

Ahmed Rafea Ali Al-Dulaimi

Faculty of Media and Communication  
King Abdulaziz University, Saudi Arabia

Abdulwahab Mastor. Alsulami

Faculty of Media and Communication  
King Abdulaziz University, Saudi Arabia  
aduleimi@stu.kau.edu.sa

Received:27/1/2026

Accepted:27/4/2026

## Abstract:

shaping mutual perceptions and expanding cultural and social interaction beyond formal diplomacy. Using a qualitative design, the study draws on interviews with academic elites from Saudi and Iraqi universities and analyzes the data through Qualitative Analysis. Findings indicate that platforms such as X (formerly Twitter), TikTok, and Facebook help reduce psychological and informational gaps between the two societies by circulating shared values and everyday cultural narratives. Official digital channels strengthen institutional communication, while popular platforms foster social proximity and empathy. Academics emerge as influential actors in moderating digital discourse, correcting misconceptions, and producing credible knowledge-based content. Citizens also participate as active creators, using digital platforms to represent their culture and daily life, which makes new media a dynamic space for human interaction. However, the effectiveness of new media is constrained by limited media literacy, weak institutional coordination, and uneven digital skills. The study recommends developing joint digital communication strategies, strengthening academics' digital engagement capacities, and supporting community-driven initiatives that promote cross-cultural understanding.

**Keywords:** New Media, Soft Power, Saudi-Iraqi Relations, Digital Diplomacy.

# الإعلام الجديد والدبلوماسية الرقمية في التقارب السعودي العراقي: رؤية أكاديمية

أحمد رافع علي الدليمي

عبد الوهاب بن مستور السلمي

كلية الإعلام والاتصال

كلية الإعلام والاتصال

جامعة الملك عبدالعزيز - المملكة العربية السعودية جامعة الملك عبدالعزيز - المملكة العربية السعودية

amsulami@kau.edu.sa

الاستلام: 2026/1/27

القبول: 2026/4/27

## الملخص:

تتناول الدراسة دور الإعلام الجديد في توظيف القوة الناعمة لتعزيز العلاقات السعودية-العراقية، من خلال تفسير كيفية استخدام المنصات الرقمية في بناء صورة ذهنية متبادلة أكثر إيجابية، وتوسيع مساحات التواصل الثقافي والاجتماعي خارج القنوات الرسمية. واعتمدت الدراسة المنهج النوعي عبر مقابلات مع نخبة أكاديمية من جامعات سعودية وعراقية. وتشير النتائج إلى أن منصات مثل X وتيك توك وفيسبوك، أسهمت في تقليص الفجوات المعرفية والنفسية بين المجتمعين عبر إبراز القيم المشتركة وتبادل الخبرات اليومية، حيث دعمت القنوات الرسمية التواصل المؤسسي، بينما عززت المنصات الشعبية الألفة الاجتماعية. كما ظهر دور الأكاديميين بوصفهم فاعلين مؤثرين في ترشيد الخطاب الرقمي، وتصحيح المفاهيم، وإنتاج محتوى معرفي مُترن. كما تبين أن المواطنين أصبحوا شركاء فاعلين في إنتاج المحتوى الذي يعبر عن الثقافة اليومية؛ مما حول الإعلام الجديد إلى مساحة مفتوحة للتفاعل الإنساني. وتواجه هذه الفاعلية تحديات تتعلق بضعف الوعي الإعلامي، وغياب التنسيق المؤسسي، وتفاوت المهارات الرقمية. وتوصي الدراسة بتطوير إستراتيجيات اتصال رقمية مشتركة، وتدريب الأكاديميين على المشاركة الرقمية الفاعلة، ودعم المبادرات المجتمعية التي تعزز التفاهم الثقافي بين البلدين.

**الكلمات المفتاحية:** الإعلام الجديد، القوة الناعمة، العلاقات السعودية-العراقية، الدبلوماسية الرقمية.

## المقدمة:

كما تنبع أهمية هذه الدراسة من كونها تسعى إلى تقديم قراءة تحليلية جديدة للعلاقات السعودية العراقية من منظور إعلامي معاصر، يربط بين التحولات التقنية في بيئة الاتصال، وبين أبعاد الدبلوماسية الثقافية والاجتماعية. كما تقدم رؤية عملية لصناع القرار، والمؤسسات الأكاديمية والإعلامية حول كيفية استخدام الإعلام الجديد كمنصة لبناء جسور الثقة، وتعزيز مكانة الدول في محيطها العربي من خلال القوة الناعمة الرقمية.

### مشكلة الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى معالجة فجوة معرفية تتمثل في محدودية الدراسات السابقة التي تناولت دور الإعلام الجديد، كأداة للقوة الناعمة في العلاقات السعودية-العراقية، خاصة من منظور نوعي يستند إلى تصورات النخب الأكاديمية.

كما تبرز مبررات اختيار الحالة السعودية-العراقية، في كونها تمثل نموذجاً لتحول العلاقات من التباعد إلى التقارب في ظلّ المتغيرات الإقليمية؛ مما يجعلها بيئة مناسبة لدراسة أثر الإعلام الجديد في إعادة بناء الصورة المتبادلة.

يشهد الاتصال الدولي تحولاً متسارعاً في ظلّ انتشار الإعلام الجديد، الذي أصبح فضاءً تفاعلياً يسهم في تشكيل الصور الذهنية، وبناء العلاقات بين الشعوب. وفي هذا السياق، برزت المنصات الرقمية بوصفها أدوات فاعلة في توظيف القوة الناعمة والدبلوماسية الرقمية، لما توفره من تواصل مباشر وتفاعلي يدمج بين الخطاب الرسمي والتفاعل الشعبي. وتكتسب هذه التحولات أهمية خاصة في العلاقات السعودية-العراقية، التي شهدت في السنوات الأخيرة تقارباً ملحوظاً، حيث أسهم الإعلام الجديد في دعم هذا المسار، عبر إبراز القواسم الثقافية المشتركة، وتوسيع مجالات التواصل المجتمعي. وفي هذا الإطار، يبرز دور الأكاديميين في توجيه الخطاب الرقمي نحو المعرفة والاعتدال، إلى جانب مشاركة المواطنين في إنتاج محتوى يعكس الحياة اليومية، بما يعزز من مفهوم الدبلوماسية الشعبية الرقمية. وانطلاقاً من ذلك، اعتمدت الدراسة المنهج النوعي، حيث تستند هذه الدراسة إلى مفاهيم الإعلام الجديد والقوة الناعمة والدبلوماسية الرقمية، إضافة إلى نظرية ثراء الوسيلة، لتحليل طبيعة التفاعل الرقمي في العلاقات السعودية-العراقية، واستكشاف أدوار الفاعلين المختلفين، والتحديات المرتبطة بهذا التحول.

3. **أهمية مجتمعية:** تسلط الدراسة الضوء على الدور الجديد للمواطن والمؤثر والأكاديمي في صناعة التواصل الإنساني عبر المنصات الرقمية؛ مما يعزز وعي الأفراد بأهمية المشاركة المسؤولة في بناء الخطاب الوطني والإقليمي. كما تُظهر كيف يسهم الإعلام الجديد في كسر الصور النمطية، وفتح قنوات للتفاهم والتعاون بين الشعبين.

**أهداف الدراسة:**

1. توضيح كيفية إسهام الإعلام الجديد في بناء صورة إيجابية مشتركة بين المجتمعين السعودي والعراقي.
  2. تحليل دور المنصات الرقمية كأداة من أدوات القوة الناعمة في تطوير العلاقات الثقافية والاجتماعية بين البلدين.
  3. تحديد الأدوار التي يقوم بها الأكاديميون في توظيف الإعلام الجديد لتعزيز التواصل الفكري والمعرفي بين الشعبين.
  4. دراسة آليات إشراك المواطنين في الحوار الثقافي والاجتماعي عبر المنصات الرقمية، ورصد تأثير هذا التفاعل في تقوية الروابط الشعبية.
  5. الكشف عن أبرز التحديات التي تواجه استخدام الإعلام الجديد في تحقيق التقارب الثقافي والاجتماعي بين السعودية والعراق.
  6. المقارنة بين التفاعلات الرسمية والشعبية في الإعلام الجديد لتحديد طبيعة التكامل بين الخطابين المؤسسي والمجتمعي.
  7. تقديم مقترحات عملية لتوظيف الإعلام الجديد ضمن إستراتيجيات القوة الناعمة، بما يخدم بناء علاقات سعودية عراقية مستقرة ومستدامة.
- الإطار النظري.**

#### أولاً: مفهوم الإعلام الجديد ودوره في الاتصال الدولي:

يُعرف عبد الله ثاني (Thani,2024) الإعلام الجديد بأنه مُبتكر في البيئة الرقمية، حيث يُتيح هذا الوسيط التواصل بين الناس، سواءً مع بعضهم بعضاً، أم مع مجموعات صغيرة، وتبادل المعلومات والمنافع في مساحة مفتوحة تُتيح للجميع التعبير عن آرائهم ونقل الأخبار؛ حيث يعدّ الإعلام الجديد منصةً متعدّدة الوسائط، تجمع بين الصوت والصورة والنص، بما في ذلك المدونات، ووسائل التواصل الاجتماعي، والأخبار الرقمية، كما يتميز بالحرية والتنوع والتفاعل والشمول.

ومن هنا فإنّ الإعلام الجديد أحدث تحوُّلاً جذرياً في بنية العملية الاتصالية من حيث أدوات الإرسال والاستقبال، وأنماط إنتاج المحتوى وتداوله، وحدود الزمان والمكان، ودور الجمهور الذي انتقل من متلقٍ إلى مشارك ومنمّج للمحتوى. وفي سياق الاتصال الدولي تحديداً، تتضاعف أهمية الإعلام الجديد؛ لأنّه يخلق فضاءات تواصل عابرة للحدود، تتيح تبادل الأفكار والثقافات والمواقف بين شعوب ودول مختلفة، بما يؤثر في تشكيل الرأي العام الدولي والصور الذهنية المتبادلة. ويرى الباحثان أنّ الإعلام الجديد، أصبح بنية اتّصال دولي،

وفي هذا السياق، تحاول هذه الدراسة بيان الدور الذي يؤديه الإعلام، بوصفه عاملاً مساعداً في تعزيز التقارب الثقافي والاجتماعي، دون أن يكون بديلاً عن الأدوار السياسية والدبلوماسية الرسمية. بهذا تطرح الدراسة سؤالها الرئيس: كيف يسهم الإعلام الجديد، بوصفه أداةً للقوة الناعمة، في تحويل العلاقات السعودية العراقية وتطويرها على المستويات الرسمية والشعبية؟

#### تساؤلات الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة عن سؤالها الرئيس: كيف يسهم الإعلام الجديد في تعزيز القوة الناعمة للعلاقات السعودية العراقية؟ الذي تتبنّى منه مجموعة من التساؤلات الفرعية التي توضح دور الإعلام الجديد في دعم القوة الناعمة للعلاقات السعودية العراقية، وذلك على النحو الآتي:

1. ما آليات بناء الصورة الإيجابية وتعزيز التمثيل المتوازن بين البلدين عبر المنصات الرقمية؟
2. كيف تُستثمر المنصات الرقمية في تعزيز الحوار الثقافي والاجتماعي لخدمة التقارب السعودي العراقي؟
3. ما الأدوار التي يؤديها الأكاديميون والمتقنون في توظيف الإعلام الجديد لتعزيز سريّات التعاون بين البلدين؟
4. كيف تُترجم مشاركات المواطنين على وسائل التواصل الاجتماعي إلى تقوية الروابط الشعبية والثقافية – من وجهة نظر الأكاديميين؟
5. ما المعوقات التي تحول دون تحقيق الإعلام الجديد لأهداف التقارب الثقافي والاجتماعي المنشودة؟
6. ما الفروق الجوهرية بين الخطاب الرسمي والتفاعل الشعبي على المنصات الرقمية، وكيف تؤثر في ديناميكيات العلاقة؟
7. ما الإجراءات المقترحة لتحسين استخدام الإعلام الجديد، كأداة فعالة للقوة الناعمة تدعم التواصل المستدام بين البلدين؟

#### أهمية الدراسة:

1. **أهمية علمية:** تقدم الدراسة إطاراً نظرياً وتطبيقياً لفهم دور الإعلام الجديد في دعم القوة الناعمة، وتسدّ فجوة معرفية في الأدبيات المتعلقة بالعلاقات السعودية العراقية. كما تسهم في إثراء البحوث الإعلامية العربية، من خلال دمج مفاهيم الدبلوماسية الرقمية والتقارب الثقافي والاجتماعي في سياق واقعي معاصر.

2. **أهمية عملية:** تساعد النتائج في تطوير السياسات الاتصالية والإعلامية في كلّ من السعودية والعراق، من خلال إبراز كيفية استخدام المنصات الرقمية في بناء الصورة الذهنية الإيجابية، وتفعيل التواصل الشعبي والثقافي. كما تتيح لصناع القرار فهماً أدقّ لآليات التأثير الرمزي التي يمكن توظيفها في تعزيز الشراكة بين البلدين.

الجديد أداة إيجابية تعزز التقارب، وتدعم الشراكة، وتُرسخ صورة أكثر إشراقاً للعلاقات السعودية العراقية على المستويين الشعبي والنخبوي.

### ثانياً: القوة الناعمة في العلاقات الدولية وأهميتها:

عرّف جوزيف ناي (Nye, 2023) القوة الناعمة بأنها القدرة على تحقيق الأهداف، من خلال الجاذبية الثقافية والإقناع بدلاً من الإكراه أو استخدام القوة العسكرية. وتعتمد هذه القوة على ثلاثة مصادر رئيسية، هي: الثقافة الوطنية الجاذبة، والقيم السياسية، والسياسات الخارجية التي تتمتع بالمصداقية. ويرى "ناي" أنّ نجاح القوة الناعمة يعتمد على قدرتها في التأثير في الرأي العام. وقد تطوّر مفهوم القوة الناعمة في الأدبيات الحديثة ليشمل ليس فقط مصادر الجاذبية التقليدية، بل أيضاً آليات إنتاج المعنى في الفضاء الرقمي، حيث يؤكد "ناي" (Nye, 2023) أنّ فاعلية القوة الناعمة تعتمد على القدرة على "سرد القصة" (Narrative)، بشكل مقنع يعكس هوية الدولة وقيمتها. وفي هذا السياق، لم تعد الحكومات هي الفاعل الوحيد في إنتاج هذه السرديات، بل أصبح الأفراد والمؤسسات غير الرسمية جزءاً من عملية تشكيل التأثير؛ مما يحول القوة الناعمة إلى عملية تفاعلية متعددة المستويات، تتداخل فيها الأبعاد الثقافية والإعلامية والاتصالية في بيئة رقمية مفتوحة. وهو ما تحقق اليوم عبر المنصات الرقمية التي منحت الشعوب فرصاً مباشرة للمشاركة في الخطاب الدولي. وتؤكد الدراسات الحديثة أنّ القوة الناعمة أصبحت عنصراً مكملاً للقوة الصلبة في إدارة العلاقات الدولية (Al-Fahdawi, 2023 & Malki, 2021). فالدول التي تتمكن من نشر سرديات إيجابية عن نفسها في الإعلام العالمي، تمتلك قدرة أكبر على بناء شراكات وتحالفات طويلة الأمد. وتستند القوة الناعمة في الأساس إلى ثلاثة مصادر رئيسية، تُعد محور التأثير غير القسري في العلاقات الدولية، وهي:

1. **الثقافة:** تمثل الثقافة جذر الهوية الوطنية، ورأس المال الرمزي للدولة، بما تتضمنه من الفنون، واللغة، والعادات، والمعتقدات، وأنماط الحياة، والمنتجات الإبداعية. وتزداد قوة الثقافات القادرة على النفاذ إلى وجدان الشعوب الأخرى، وإلهامها دون استخدام أدوات الضغط أو الإكراه، خصوصاً في ظل الانتشار العالمي للمحتوى الثقافي عبر المنصات الرقمية.

2. **القيم السياسية:** تشمل القيم السياسية المبادئ التي تتبنّاها الدولة، مثل: حقوق الإنسان، والشفافية، والمساءلة، وسيادة القانون. وتكتسب هذه القيم قوتها عندما تُجسّد واقعاً في السياسات الداخلية والخارجية للدولة، فالمصداقية الأخلاقية ترفع من قدرة الدولة على الإقناع، وتزيد من احترامها دولياً، بينما يؤدي غياب الاتساق بين الخطاب والممارسة إلى إضعاف صورتها الخارجية.

3. **الإعلام:** يُعدّ الإعلام وخاصة الإعلام الجديد، أداة مركزية في تعزيز القوة الناعمة، وفي هذا الإطار، ترتبط القوة الناعمة ارتباطاً وثيقاً

تُعيد توزيع التأثير بين الدول والمؤسسات والأفراد، وتُدخل المجتمع مباشرة في صناعة الانطباع الخارجي عن الدولة. وهذا التحول جعل الرسالة الإعلامية أكثر قابلية للتأثير الدولي؛ لأنها لا تُبثّ فقط، بل تُناقش وتُعاد صياغتها عبر تفاعلات جماهيرية تمتدّ إلى مجتمعات مختلفة؛ لأنّ جوهر الإعلام الجديد في الاتصال الدولي هو التشاركية، فالتأثير لم يعد محصوراً في الخطاب الرسمي أو المؤسسات الكبرى، بل أصبح نتاجاً لتفاعل جماعي يصنع سرديات ويمنحها شرعية رقمية (Al-Shawash, 2025).

ويتميّز الإعلام الجديد بخصائص جوهرية مكنته من أن يتميّز عن وسائل الاعلام التقليدية، وهذه الخصائص هي:

1. **التفاعلية:** يتميز الإعلام الجديد بكونه اتصالاً تفاعلياً يسمح بتبادل الرسائل بين المرسل والمتلقي بصورة لحظية، بحيث لا يقتصر دور الجمهور على الاستقبال، بل يشارك بالتعليق، وإبداء الرأي، والتصويت، والمناقشة، مما يجعل العملية الاتصالية تبادلية ومتجددة.

2. **اللامركزية:** تقوم بيئة الإعلام الجديد على بنية لا مركزية، نقلّ فيها هيمنة المؤسسات الإعلامية الكبرى على إنتاج وتوزيع المحتوى، إذ أصبح بإمكان الأفراد والمجموعات المحلية إنشاء منصاتهم الخاصة، ونشر رسائلهم مباشرة للجمهور، بما يتيح تنوعاً أكبر في المصادر والخطابات الإعلامية.

3. **مشاركة المستخدمين في إنتاج المحتوى:** يتيح الإعلام الجديد للمستخدمين إمكانية إنتاج المحتوى ونشره بأنفسهم، من خلال الوسائط الرقمية المختلفة، كمنصات التواصل الاجتماعي، والمدونات والقنوات الشخصية، الأمر الذي أدّى إلى بروز ما يُعرف بصحافة المواطن، وتحوّل الجمهور من متلقٍ سلبي إلى طرف فاعل يساهم في صناعة الرسالة الإعلامية وتداولها.

تتجلى أهمية خصائص الإعلام الجديد بوضوح في إطار الاتصال الدولي، وفي سياق العلاقات السعودية العراقية، إذ يوفر الإعلام الجديد مساحة رقمية قادرة على إنتاج سرديات إيجابية مشتركة، تُبرز القواسم الثقافية والاجتماعية، وتدعم بناء صورة ذهنية متوازنة للطرفين. كما تمنحه طبيعته التفاعلية فرصاً واسعة لتوسيع الحوار خارج الإطار الرسمي، وتعزيز الثقة، وتنمية الإحساس بالمصالح المشتركة، بما يخدم ترسيخ القوة الناعمة في مسار العلاقات الثنائية (Faraj, 2022). حيث يرى الباحثان أنّ فاعلية الإعلام الجديد كوسيلة دبلوماسية، تتعاظم عندما يتّصدر المشهد فاعلون يمتلكون المصداقية والرصانة المعرفية، خاصة الأكاديميين في الجامعات السعودية والعراقية؛ لما لهم من قدرة على تقديم خطاب مُترن، وتفسير القضايا المشتركة، وتصحيح الصور النمطية، وصياغة محتوى يعتمد على المعرفة والحوار الراقي. وأنّ الإدارة الواعية للسردية الرقمية المبنية على محتوى علمي، وتفاعل محترم، ومبادرات معرفية مشتركة، يمكن أن تجعل من سرعة انتشار الإعلام

تكلفة من الحرب التقليدية؛ مما أدى إلى ظهور مفهوم جديد للقوة الناعمة كوسيلة لإدارة العلاقات الدولية (Al-Hassanat,2022). وقد بات واضحاً أنّ التأثير في سلوك الدول والشعوب، لا يتحقق دائماً عبر القوة القسرية، بل قد يكون عبر وسائل أكثر جاذبية، مثل: نشر الثقافة، والقيم السياسية، والمؤسسات الشرعية. ومع التطور التكنولوجي والانفتاح الإعلامي الذي شهده العالم، ازدادت أهمية القوة الناعمة، حيث أصبح التأثير الثقافي والإعلامي وسيلة فعالة في تشكيل الرأي العام العالمي، وتعزيز النفوذ دون اللجوء إلى الإكراه (Al-Raidi,2020). وتجدر الإشارة إلى أنّ مفهوم القوة الناعمة أصبح أوسع نطاقاً من مفهوم القوى التقليدية، بل أصبح أسلوباً تسعى العديد من الدول إلى استخدامه؛ لتعزيز مكانتها الدولية، وتحقيق أهدافها من خلال الثقافة والقيم والسياسات الإيجابية، وكلها تهدف إلى تعزيز شعبيتها الدولية. ومن هنا تطور مفهوم القوة في العلاقات الدولية، من الاعتماد كلياً على الموارد العسكرية والاقتصادية، إلى توازن متناسب بين القوة الصلبة والقوة الناعمة، وهو ما يسمى بالقوة الذكية.

وفي العصر الحالي، أصبحت القوة الناعمة اليوم ركيزة إستراتيجية في إدارة العلاقات الدولية؛ لأنّ أدوات الهيمنة التقليدية لم تعد وحدها كافية لبسط النفوذ، بينما بات التأثير غير المباشر عبر الثقافة والقيم والصورة الذهنية عنصراً حاسماً في معادلة القوة الشاملة، وبناء الشرعية إقليمياً ودولياً. كما أنّ فاعلية القوة الناعمة تتغذى من مصادر رئيسة تتمثل في التأثير الثقافي، والمصادقية القيمة، والسياسات الخارجية التي تعزز المصالح المشتركة، بما يمكن الدولة من التأثير دون قسر أو عقوبات (Al-Fahdawi,2023). حيث يرى الباحثان أنّ أهمية القوة الناعمة، لا تكمن فقط في كونها بديلاً أقلّ تكلفة، بل في كونها استثماراً طويل الأمد في السمعة والقبول والثقة، وهي عناصر تتحول عملياً إلى فرص تعاون وشراكات واستقرار في البيئات الإقليمية المتداخلة. وأنّ قيمة القوة الناعمة في الحالة السعودية العراقية، تتضاعف حين تتحول منصات الإعلام الجديد إلى مساحة لإظهار النجاحات التنموية، والتبادل العلمي والثقافي؛ لأنّ ذلك يبني الثقة تدريجياً، ويجعل التقارب أكثر رسوخاً واستدامة من أيّ تقارب قائم على المصالح الآنية فقط. يُعدّ توظيف الإعلام الجديد بشكل مؤسسي ومنسق بين البلدين، مدخلاً لتفعيل الدبلوماسية الرقمية، وتعزيز التكامل بين الرؤى السياسية والثقافية، خصوصاً عبر دور الأكاديميين بوصفهم فاعلين معرفيين قادرين على إنتاج محتوى رصين، يساند بناء صورة إيجابية مشتركة.

### ثالثاً: الإعلام الجديد في السياق السعودي العراقي:

شهدت العلاقات السعودية العراقية منذ عام (2014)، تحولاً إيجابياً ملحوظاً تتمثل في فتح قنوات اتصال دبلوماسية وثقافية جديدة، وهو ما هيأ بيئة مواتية لظهور الإعلام الجديد، كوسيلة مؤثرة في تقارب وجهات النظر، وتعزيز التواصل الشعبي بين البلدين (Jaloud,2021). ومع

بأدبيات الدبلوماسية العامة، التي شهدت تحولاً من أنموذج الاتصال الأحادي، إلى أنموذج تفاعلي قائم على الحوار والمشاركة (Al-Fahdawi,2023).

ومع تطور البيئة الرقمية، برز مفهوم الدبلوماسية الرقمية (Digital Diplomacy) بوصفه امتداداً لهذا التحول، حيث تعتمد الدول على المنصات الرقمية في التواصل المباشر مع الجمهور الدولي، وإدارة صورتها الذهنية، وتعزيز حضورها العالمي. ويشير هذا التحول إلى أنّ ممارسة الدبلوماسية لم تعد حكراً على القنوات الرسمية، بل أصبحت عملية مفتوحة يشارك فيها فاعلون متنوعون؛ مما يعزز من دور الإعلام الجديد في دعم القوة الناعمة ضمن العلاقات الدولية. إذ يمكن الدول من بناء صورتها الذهنية، والتأثير في الرأي العام العالمي عبر سرديات رقمية مرئية وتفاعلية. ويتعزز دور الإعلام الجديد في بناء الصورة الذهنية الدولية من خلال طبيعته التشاركية، التي تتيح للمستخدمين إنتاج المحتوى وتداوله بشكل واسع؛ مما يجعلهم فاعلين في تشكيل التصورات والانطباعات عن الدول. وتشير أدبيات بناء الصورة الذهنية (Nation Branding) إلى أنّ الصورة الدولية لم تعد تُبنى فقط عبر الخطاب الرسمي، بل من خلال التفاعل اليومي والمحتوى الذي ينتجه المستخدمون. وقد أسهمت وسائل التواصل الاجتماعي في تحويل الاتصال من أنموذج أحادي الاتجاه، إلى أنموذج تفاعلي متعدد الاتجاهات؛ مما يعزز من مصداقية الخطاب، ويجعل الصورة الذهنية أكثر واقعية وتعدداً، وهو ما يدعم توظيف الإعلام الجديد كأداة فعالة للقوة الناعمة. وقد أدّت رقمنة الاتصال إلى توسيع دور الأفراد والمؤثرين والمجتمع المدني في صياغة صورة الدولة؛ مما جعل الإعلام قناة مشتركة بين المجتمع والدولة في إنتاج التأثير الناعم (Alzaabi, 2025).

وفي ضوء ما سبق، يرى الباحثان أنّ فاعلية القوة الناعمة في العصر الرقمي، لا تعتمد على امتلاك عناصر الجاذبية فحسب، بل على القدرة على توظيفها ضمن منظومة اتصال رقمية تفاعلية، تُحوّل الثقافة والقيم والإعلام إلى أدوات تأثير مستدامة. وفي هذا السياق، يشكّل الإعلام الجديد وسيطاً محورياً لإعادة بناء الإدراك المتبادل، وتعزيز الثقة بين المجتمعات، خصوصاً من خلال التفاعل التشاركي الذي يدمج بين الفاعلين الرسميين والمجتمعيين، وعلى رأسهم الأكاديميون بوصفهم منتجين للمعرفة وموجهين للخطاب. كما تؤكد النتائج أنّ خصائص الوسائط الرقمية، وفق نظرية ثراء الوسيلة، تعزز وضوح الرسائل، وتدعم بناء صورة ذهنية إيجابية طويلة الأمد، بما يجعل القوة الناعمة أداة إستراتيجية أكثر فاعلية واستدامة مقارنة بأنماط التأثير التقليدية.

إلا أنّ التغيرات السريعة التي شهدها العالم، خاصةً بعد نهاية الحرب الباردة، دفعت الباحثين وصناع القرار إلى إعادة النظر في أساليبهم للتأثير في الشؤون الدولية، وبرزت الحاجة إلى أدوات أكثر ليونة وأقلّ

(Gharib,2023)، على إسهام مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب السعودي، وأظهرت أنّ المنصات الرقمية أصبحت قناة رئيسة لاكتساب المعرفة ومتابعة القضايا الوطنية، وأنها أسهمت في رفع مستوى النقاش المجتمعي بين الشباب. أما دراسة نواف العتيبي (Al-Otaibi,2021) التي بحثت دور الإعلام الجديد في تشكيل اتجاهات الرأي العام السعودي، نحو تولي المرأة المناصب القيادية، قد وجدت أنّ منصة إكس تمثل مجالاً خصباً لتبادل الآراء والتعبير عن المواقف، وأنها ساعدت على تغيير الاتجاهات الاجتماعية نحو مزيد من القبول بالمشاركة النسائية في القيادة. أما دراسة تركي نجم (Najm,2021) بشأن دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي إزاء المشاركة السياسية في العراق، فقد أظهرت أنّ مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت مصدراً رئيسياً للمعلومات السياسية لدى الشباب العراقي، وأسهمت في زيادة وعيهم بالقضايا الوطنية. كما تناولت دراسة الشلهوب (Al-Shalhoub,2020) مدى اعتماد الجمهور السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة قضايا المجتمع، حيث أشارت إلى أنّ تويتير تُعد المنصة الأكثر تأثيراً في متابعة الأحداث المحلية. كما أظهرت دراسة حارث محمد إبراهيم (Ibrahim,2020) أنّ الشباب العراقي يستخدم المنصات الرقمية للتعبير عن آرائه السياسية والاجتماعية، وأنّ مواقع التواصل أصبحت أداة للتعبير الذاتي، وتبادل الرؤى حول مستقبل بلاده. وركزت دراسة Darmastuti (2019) على استخدام شبكات التواصل كوسائل للمشاركة السياسية في إطار الدبلوماسية العامة، وأكدت أنّ التفاعل المباشر بين الحكومات والمواطنين عزز ممارسات الشفافية والمساءلة. وقد أظهرت هذه الدراسات أنّ الإعلام الجديد ساهم في تحويل طبيعة الاتصال من النمط الأحادي إلى التفاعلي؛ مما جعله وسيلة فعالة في بناء الوعي وتشكيل القيم الاجتماعية والسياسية.

#### ب. دراسات تناولت الإعلام الجديد كأداة للقوة الناعمة والدبلوماسية الرقمية:

أظهرت الدراسات الحديثة اهتماماً متزايداً بتأثير الإعلام الجديد في السياسة الخارجية، وصناعة الصورة الذهنية للدول. وتناولت دراسة آيات أكرم شهاب الفهداوي (Al-Fahdawi,2023)، المعنونة بالقوة الناعمة في الإعلام الدولي، تحليلاً لمنشورات وزارة الخارجية الأمريكية على موقع إكس، وأكدت أنّ الولايات المتحدة توظف الإعلام الجديد في تعزيز قوتها الناعمة عبر خطاب رقمي يقوم على الجاذبية الثقافية، وتقديم صورة إيجابية عن المجتمع الأمريكي. أما دراسة نواف المالكي (Al-Malki,2021) بعنوان: "إسهام شبكات التواصل الاجتماعي في تدعيم القوة الناعمة للمملكة العربية السعودية"، كشفت عن إسهام هذه الشبكات في تعزيز صورة المملكة عالمياً، عبر إبراز إنجازاتها في مجالات التنمية

التوسع المتزايد في استخدام المنصات الرقمية، برزت قدرة هذا النوع من الإعلام على إشراك المواطنين والأكاديميين في الخطاب الثقافي والسياسي؛ الأمر الذي أسهم في تصحيح الصور النمطية المتبادلة، وإعادة بناء الثقة (Al-Shamali,2018). وقد رصدت دراسة شرقي (Sharqi,2022) أنّ الحوار الرقمي بين السعوديين والعراقيين، أدى دوراً مهماً في تخفيف آثار الانقسامات السابقة؛ ممّا ساعد في نقل العلاقة من مستوى رسمي يعتمد على التحركات السياسية، إلى مستوى مجتمعي واسع قائم على التفاعل الإنساني، وتبادل الاهتمامات المشتركة. ومن هنا فإنّ هذا الانتقال من الرسمي إلى المجتمعي يشكل جوهر القوة الناعمة في الحالة السعودية-العراقية، إذ إنّ الثقة عندما تُبنى على مستوى المجتمع، تصبح أكثر رسوخاً واستدامة، وتنعكس إيجاباً على مسارات التعاون السياسي والاقتصادي والثقافي. ويُعدّ الإعلام الجديد المرشح الأبرز لصناعة هذه الحاضنة المجتمعية؛ نظراً لقدرته على نشر رسائل إيجابية متكررة، وصناعة سرديات تبني الانجذاب المتبادل، وتخلق مساحات تواصل يومية تسهم في ترسيخ التقارب بين الشعبين. وفي إطار الرؤية التطورية الحالية للجمهورية العراقية، وما تفرضه من أولويات إعادة البناء وجذب الشراكات، تتّضح أهمية القوة الناعمة، بوصفها مساراً داعماً للعلاقات الثنائية على أساس المنفعة المتبادلة. فمرحلة ما بعد الصراعات فتحت المجال لإعادة الإعمار، وإعادة تشكيل التوازنات، بالتزامن مع حاجة العراق المتزايدة إلى استثمارات خليجية ودولية. وعلى الجانب السعودي، تشكّل رؤية المملكة (2030)، إطاراً يعزّز الانفتاح والتحديث وتوسيع الحضور الثقافي والإعلامي، الأمر الذي انعكس على تنامي قوة السعودية الناعمة، وتحسّن صورتها وتفاعلها الخارجي. ويرى الباحثان أنّ التلاقي بين التحول التنموي العراقي، ومنجزات التحديث السعودي، يخلق نافذة إستراتيجية لبناء قوة ناعمة مشتركة تُترجم إلى تعاون ملموس. ومن هذا المنطلق، يبرز الإعلام الجديد بوصفه أداة دبلوماسية محورية، لتعزيز القوة الناعمة في العلاقات السعودية-العراقية، إذ تكشف التجارب أنّ الدول التي تستثمر في ثقافتها، وتدير خطابها الإعلامي بفاعلية، تكون أقدر على بناء علاقات طوعية قائمة على الاحترام والتفاهم (Al-Ismail,2024 & Hassanat,2022). كما يُعدّ الإعلام الجديد نقطة اللقاء مثالية بين الثقافة والقيم والسياسة؛ لأنّه قادر على نقل الرسائل الوطنية بصيغ مرئية وتفاعلية قابلة للمشاركة، بينما يؤدي غياب إدارته إلى ترك فراغ قد تملؤه سرديات مضادة.

#### رابعاً: الدراسات السابقة:

##### أ. دراسات تناولت الإعلام الجديد في تشكيل الوعي والرأي العام:

تناولت العديد من الدراسات العربية والأجنبية العلاقة بين الإعلام الجديد وبناء الرأي العام، ودوره في تعزيز المشاركة السياسية والاجتماعية. حيث ركزت دراسة منصور بن علي الغريب (Al-Ghrib,2023) على



الاقتصادي والثقافي في بناء الشراكات الإقليمية المستدامة. وتناولت دراسة حارث قحطان عبد الله وعباس فاضل عطوان ( Abdullah, 2019)، الخطاب السياسي العراقي وتأثيره في العلاقات العربية، وأشارت إلى أن الخطاب المعتدل ساعد في تحسين العلاقات مع السعودية ودول الخليج. كما أظهرت دراسة الشامي ( Al-Shamali, 2018)، أن العلاقات العراقية السعودية تأثرت بالعوامل الأمنية، لكنها شهدت تحسناً ملحوظاً في السنوات الأخيرة بفضل المبادرات الدبلوماسية والثقافية المشتركة. وتناولت دراسة جواد كاظم خطاب ( Hattab, 2022)، العلاقات العراقية السعودية (2003-2017)، وأوضحت أن تطورها يعتمد على الإرادة السياسية والوعي المشترك بأهمية التكامل العربي. أما دراسة نهرين جواد شرقي ( Sharqi, 2022) ناقشت محددات العلاقات بين البلدين، وأكدت أن التعاون الثقافي والإعلامي يمثل ركيزة مهمة لإعادة بناء الثقة. تبين هذه الدراسات أن العلاقات السعودية العراقية تشهد تحولاً إيجابياً نحو الانفتاح والتعاون، إلا أن معظمها ركز على البعد السياسي والدبلوماسي، ولم يتناول بصورة كافية الدور الإعلامي والثقافي، خصوصاً في ظل التحولات الرقمية المعاصرة.

**د. التعقيب على الدراسات السابقة:**

تشير مراجعة الأدبيات المتعلقة بالإعلام الجديد والقوة الناعمة، إلى تزايد الاهتمام الأكاديمي بهذا المحور، ضمن حقل الدراسات الإعلامية والسياسية. ومع ذلك، تكشف هذه المراجعة عن وجود تفاوت منهجي وموضوعي بين الدراسات السابقة، أسفر عن ثغرات معرفية واضحة. ويمكن إبراز هذه الثغرات من خلال المحاور الآتية:

- نزعة نحو التعميم في ثنائية الإعلام الجديد، والقوة الناعمة، وغياب السياق الثنائي العربي، حيث ركزت غالبية الدراسات التي تناولت الإعلام الجديد كأداة للقوة الناعمة كدراسات المالكي ( Al-Malki, 2021)، والفهداوي (Al-Fahdawi, 2023)، والعامودي (Al-Amoudi, 2018)، على النماذج الغربية (الأمريكية والأوروبية) كحالات دراسة. وقد اتسمت هذه الدراسات بطابع وصفي أو تحليلي عام، ولم تخضع التجارب العربية الثنائية، ولا سيما في السياق الخليجي أو العراقي، للفحص المتعمق الذي يربط النتائج بطبيعة العلاقات بين الشعوب.

- قصور في إيضاح تجاوز الحدود الوطنية للإعلام الجديد ودوره في الرأي العام، حيث أبرزت الدراسات السابقة كالغريب ( Al-Gharib, 2023)، والعتيبي (Al-Otaibi, 2021)، ونجم (Najm, 2021)، الدور المحوري لشبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الاتجاهات المجتمعية على المستوى الوطني. إلا أن تركيزها انحصر في الإطار الداخلي، متجاهلاً الدور العابر للحدود للإعلام الجديد في بناء الجسور الثقافية بين الشعوب، أو التأثير في العلاقات الدولية. وبذلك،

وتمكين المرأة، كما أوضحت أن الإعلام الجديد أصبح وسيلة إستراتيجية لترسيخ الهوية الوطنية، وبناء الثقة مع الجمهور الدولي. أما دراسة سالم جاسم محمد وفاطمة عبد كاظم حمد (Mohammed, 2018)، فقد ركزت على مؤشرات القوة الناعمة في منشورات وزارة الخارجية الأمريكية، وأظهرت أن الخطاب الإعلامي الأمريكي عبر المنصات الرقمية، يسعى إلى ترويج صورة الولايات المتحدة كقوة ثقافية وإنسانية؛ مما يعكس توظيفاً متقناً للقوة الناعمة في العلاقات العامة الدولية. وتأتي دراسة معاذ حسن العامودي (Al-Amoudi, 2018)، المعنونة بالدبلوماسية الرقمية وتأثيرها في السياسة الخارجية، لتبرز أهمية الإعلام الجديد في الدبلوماسية الفلسطينية، إذ أظهرت أن الاستخدام المنظم لوسائل التواصل مكن الفلسطينيين من إيصال صوتهم للعالم، ومواجهة الخطاب المعادي. كما أكدت على فاعلية المؤشرات الرقمية في قياس الحضور والتفاعل الجماهيري والسياسي. أما دراسة (Domsioivianne, 2016)، التي كانت حول الدبلوماسية التويترية في ليتوانيا، فقد أظهرت أن شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت ركيزة للدبلوماسية العامة، حيث يستخدم القادة والسياسيون المنصات الرقمية لتشكيل السياسات الخارجية، وتحسين صورة الدولة. أما دراسة مارتن Naggel (Naggel, 2015)، التي تساءلت عن إمكانية استخدام الفعّال لوسائل التواصل الاجتماعي، لزيادة القوة الناعمة للدول الصغيرة جيوجرافياً، فقد أوضحت الدراسة أن الاستخدام المنهجي للمنصات الرقمية مكن الدولة من تحسين صورتها ومواجهة الدعاية الخارجية، مؤكدة أن الدبلوماسية الرقمية أصبحت وسيلة إستراتيجية للدول ذات الموارد المحدودة. تضاف إلى ذلك دراسة صالح (Saleh, 2015)، التي تناولت استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الدبلوماسية العامة، وبيّنت أن ظهور الدبلوماسية الرقمية فتح مجالات جديدة للحوار الشعبي بين الدول والمجتمعات، وأن الإعلام الجديد منح المواطنين دوراً مؤثراً في تعزيز صورة بلدانهم خارجياً. من خلال هذه الدراسات يتضح للباحث أن الإعلام الجديد أصبح مكوناً رئيسياً في القوة الناعمة للدول، وأن المنصات الرقمية تمثل أدوات اتصال فعالة في بناء الثقة، وتعزيز الحوار العابر للحدود.

#### ج. دراسات تناولت العلاقات السعودية العراقية:

تناولت مجموعة من الدراسات تطور العلاقات بين المملكة العربية السعودية وجمهورية العراق، من زوايا سياسية واجتماعية وثقافية. وأوضحت دراسة ميثاق خير الله جلود (Jaloud, 2021) حول السياسة الخارجية السعودية تجاه العراق (2015-2019)، أن مرحلة الانفتاح بين البلدين مثلت نقطة تحول إيجابية في العلاقات الإقليمية، وأن التعاون السياسي والاقتصادي ساهم في تخفيف التوترات السابقة. أما دراسة أحمد مشعان النجم (Al-Najm, 2019)، فقد بحثت المتغيرات المؤثرة في العلاقات العراقية الخليجية بعد عام (2003)، مشيرة إلى أهمية التكامل

من الجامعات العراقية، وذلك استناداً إلى معايير علمية تمثلت في الانتماء إلى مؤسسات أكاديمية، والتخصص في مجالات الإعلام أو الاتصال، إضافة إلى الإلمام بطبيعة الإعلام الجديد وتأثيراته. كما روعي تحقيق قدر من التنوع الجغرافي والمؤسسي، حيث شملت العينة أكاديميين من جامعات ومدن مختلفة داخل البلدين، بما يعزز تمثيل البيئة الأكاديمية، ويحد من التحيز الجغرافي.

واعتمدت الدراسة على المقابلات أداة رئيسة لجمع البيانات، حيث أعد دليل مقابلة يتضمن خمسة محاور مفتوحة، تعكس أهداف الدراسة وتساؤلاتها. وقد أجريت المقابلات عبر البريد الإلكتروني، بما يتيح مرونة في التواصل مع المبحوثين في مواقع جغرافية متباعدة، ويوفر لهم الوقت الكافي للتأمل في إجاباتهم، الأمر الذي يساهم في الحصول على بيانات نوعية أكثر عمقاً ودقة، مع الحفاظ على سرية المشاركين وتعزيز حرية التعبير.

#### رابعاً: حدود الدراسة:

تحدد هذه الدراسة بعدد من الحدود التي تسهم في تنظيم نطاقها العلمي، وتوضيح مدى إمكانية تعميم نتائجها. إذ تتمثل الحدود البشرية في اقتصار الدراسة على عينة من الأكاديميين العاملين في الجامعات السعودية والعراقية، بوصفهم فئة تمتلك القدرة على تقديم رؤى تحليلية متخصصة حول موضوع الدراسة. أما الحدود المنهجية فتتمثل في اعتماد المنهج النوعي وأداة المقابلات، وهو ما يوجّه الدراسة نحو تفسير الظواهر وتحليلها بعمق، دون استهداف التعميم الإحصائي للنتائج. في حين تتمثل الحدود الزمنية في الفترة التي جُمعت خلالها البيانات، التي امتدت من شهر يناير عام (2025)، حتى شهر يناير عام (2026).

#### خامساً: أسلوب تحليل البيانات:

اعتمدت الدراسة على التحليل النوعي للمضمون (Qualitative Content Analysis)، من خلال توظيف تحليل الموضوعات (Thematic Analysis)، وذلك عبر مجموعة من الخطوات المنهجية:

1. تفرغ المقابلات الأربعين نصياً بشكل كامل.
  2. قراءة البيانات قراءة متعمقة ومتكررة.
  3. ترميز البيانات (Coding) واستخراج الوحدات الدلالية.
  4. تصنيف الرموز ضمن محاور رئيسة وفرعية.
  5. تحديد الأنماط المتكررة والعلاقات بين المفاهيم.
  6. إجراء مقارنة تحليلية بين إجابات الأكاديميين السعوديين والعراقيين.
  7. تفسير النتائج في ضوء الإطار النظري، ولا سيما نظرية تراء الوسيلة.
- كما اعتمد التحليل التكراري (Iterative Analysis)، الذي يتيح مراجعة البيانات بشكل مستمر؛ مما يساهم في تعزيز دقة التفسير، واكتشاف الأنماط بصورة تدريجية.

بقيت عاجزة عن تقديم تفسير شامل للدور الإقليمي المشترك للمنصات الرقمية في الفضاء العربي.

■ إغفال للبعد الثقافي والإعلامي في الدراسات الثنائية السعودية العراقية، حيث حظيت العلاقات السعودية العراقية باهتمام الدراسات السابقة كجلود (Jaloud, 2021)، والشمالي (Al-Shamali, 2018). ومع ذلك، انصبّ جهدها بشكل رئيس على التحليل السياسي والدبلوماسي، مع إهمال واضح للبعد الثقافي والإعلامي، كرافد أساسي لبناء الثقة المتبادلة بين الشعبين. كما لم تواكب هذه الدراسات التحولات التكنولوجية الحديثة التي جعلت من الإعلام الجديد فاعلاً رئيساً في تشكيل الرأي العام والصور الذهنية.

■ هيمنة المناهج الوصفية على حساب العمق التحليلي، حيث تميزت بعض الدراسات السابقة بقوة منهجيتها التحليلية وثراء بياناتها، إلا أن السمة الغالبة كانت الاعتماد على المنهج الوصفي، أو تحليل المحتوى الكمي. وقد أدى هذا التوجّه إلى قصور في استكشاف التجارب الواقعية للمستخدمين والفاعلين الرقميين، وفهم المعاني والدلالات الاجتماعية العميقة الكامنة وراء تفاعلاتهم.

وعليه، تُجمع هذه المحاور على وجود فجوة بحثية جوهريّة، تتمثل في غياب الدراسات التي تدمج بين الإعلام الجديد والقوة الناعمة في إطار العلاقات السعودية العراقية، رغم توافر بيئة رقمية نشطة في البلدين، وتساعد أهمية الدبلوماسية الشعبية الرقمية.

#### الإطار المنهجي للدراسة:

##### أولاً: منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على المنهج النوعي (Qualitative Approach)؛ نظراً لملاءمته طبيعة موضوع البحث، الذي يتناول دور الإعلام الجديد في تعزيز القوة الناعمة ضمن العلاقات السعودية-العراقية، وهو موضوع يتطلب فهماً معمقاً للتصورات والخبرات الإنسانية، وليس مجرد قياس كمي للظواهر. ويأتي هذا المنهج استكشاف المعاني والدلالات المرتبطة باستخدام المنصات الرقمية، وتحليل أبعادها الثقافية والاجتماعية من منظور تفسيري (Creswell, 2019).

##### ثانياً: مجتمع الدراسة:

يتكوّن مجتمع الدراسة من الأكاديميين العاملين في الجامعات السعودية والعراقية، بوصفهم فئة تمتلك خبرة معرفية وتحليلية تمكنها من فهم طبيعة الإعلام الجديد وتأثيراته، وتقييم دوره في العلاقات الدولية من منظور علمي. ويستند اختيار هذا المجتمع إلى إسهامه في إنتاج المعرفة، وتوجيه الخطاب الفكري، فضلاً عن قدرته على تحليل التحولات الرقمية وتأثيرها في بناء الصورة الذهنية المتبادلة بين الشعوب.

##### ثالثاً: عينة الدراسة وأدواتها:

تكوّنت عينة الدراسة من (40) أكاديمياً، اختيروا بأسلوب العينة العشوائية، بواقع (20) أكاديمياً من الجامعات السعودية و(20) أكاديمياً



**سادساً: صدق الدراسة وثباتها:****أولاً: الصدق:**

تم التحقق من صدق الدراسة من خلال:

- بناء أداة المقابلة في ضوء مشكلة الدراسة وأهدافها.
- عرض الأداة على عدد من المحكمين المتخصصين؛ للتأكد من وضوحها ومناسبتها.
- مراجعة إجابات المشاركين والتأكد من دقة تفسيرها (Member Checking).
- الاستناد إلى نصوص المشاركين عند عرض النتائج.

**ثانياً: الثبات:**

تم تعزيز ثبات الدراسة من خلال:

- توحيد دليل المقابلة ومحاورها لجميع المشاركين.
- استخدام آلية جمع البيانات (البريد الإلكتروني) نفسها.
- توثيق خطوات التحليل بشكل منهجي.
- الحفاظ على اتساق إجراءات الترميز والتصنيف.

**نتائج الدراسة:****أولاً: دور منصات الإعلام الجديد في بناء صورة ثقافية واجتماعية إيجابية بين السعودية والعراق:**

أظهرت إجابات الأكاديميين السعوديين والعراقيين (عينة الدراسة)، العلاقة بين نوع المنصة ومستوى المشاركة، حيث أظهرت النتائج تقدّم تيك توك أولاً بنسبة (27%)، يليه فيس بوك بنسبة (26.5%)، ثم إنستغرام بنسبة (22.5%)، ثم يتبعه يوتيوب بنسبة (13%)، وأخيراً منصة إكس بنسبة (11%)؛ ما يشير إلى أنّ المنصات القائمة على المحتوى السريع والتفاعلي؛ تحفّز المشاركة الشعبية بدرجة أعلى من المنصات ذات التفاعل النوعي المحدود. كما أظهرت إجابات المشاركين أنّ منصات الإعلام الجديد، أصبحت وسيطاً فاعلاً في تشكيل صورة متبادلة أكثر إيجابية بين المجتمعين السعودي والعراقي، عبر إتاحة تواصل مباشر يقرب الفهم، ويحدّ من الصور النمطية. وقد اتّضح وجود تمايز وظيفي بين المنصات، إذ ارتبطت منصة إكس بالتفاعل النخبوي والرسمي بوصفها فضاءً للنقاشات المتخصصة، وتداول المواقف والمؤشرات الداعمة للتعاون الأكاديمي والمؤسسي، بينما برزت تيك توك وفيسبوك كمنصّتين محوريّتين للتفاعل الشعبي، حيث يسهم المحتوى اليومي في تعزيز الألفة، وتقليص الحواجز النفسية.

وفي هذا السياق، عبّر أحد المشاركين عن أثر المحتوى التفاعلي بقوله: "المحتوى في تيك توك يعكس الحياة اليومية بشكل بسيط وقريب، وهذا يجعلنا نشعر أنّ المجتمع الآخر يشبهنا كثيراً" (المشارك 12)، كما أشار مشارك آخر إلى أنّ: "فيسبوك يسهّل التواصل المباشر بين الناس ويجعل الحوار أكثر عفوية وقرباً" (المشارك 8).

وتُصنّف هذه النتيجة بوصفها نتيجة سلوكية؛ لأنّها تعكس ممارسات فعلية للتفاعل والمشاركة عبر المنصات الرقمية، وليس مجرد إدراك نظري لدورها.

كما أشار بعض المشاركين إلى أهميّة المنصات البصرية، مثل: إنستغرام ويوتيوب في عرض التراث والمشاهد الثقافية والفنية، بما يعزّز "الصدقية الإدراكية" عبر الشاهد البصري، حيث ذكر أحد المشاركين: "الفيديوهات في يوتيوب وإنستغرام تعطي صورة حقيقية عن ثقافة المجتمع، وهذا يساعد على فهمه بشكل أفضل" (المشارك 21)، وهذه النتيجة تتوافق مع (Zulli & Zulli, 2022). ويبين الجدول (1) أنّ المنصات الأكثر تأثيراً تتوزّع بين مستويين متكاملين: مستوى رسمي/أكاديمي (تمثله إكس) يرتبط ببناء الثقة المؤسسية، ومستوى شعبي/وجداني (تمثله تيك توك وفيسبوك)، يرتبط بتعزيز التقارب الإنساني.

**الجدول (1): المنصات الأكثر تأثيراً في بناء الصورة الإيجابية بين المملكة العربية السعودية وجمهورية العراق حسب إجابات الأكاديميين السعوديين والعراقيين (عينة الدراسة)**

| المنصة             | نوع التأثير       | الفئة الأكثر استخداماً       | نسبة الإشارة في إجابات الأكاديميين |
|--------------------|-------------------|------------------------------|------------------------------------|
| إكس (تويتر سابقاً) | رسمي وأكاديمي     | النخب الأكاديمية والمسؤولون  | 27.5%                              |
| تيك توك            | شعبي شبابي        | الشباب والطلبة               | 20%                                |
| فيسبوك             | تواصل اجتماعي عام | فئات عمرية متنوعة            | 17.5%                              |
| إنستغرام           | ثقافي وبصري       | فئة الشباب والمهتمون بالفنون | 15%                                |
| يوتيوب             | توثيقي وتعليمي    | الأساتذة والطلاب             | 12.5%                              |
| سناپ شات           | اجتماعي وترفيهي   | المستخدمون اليوميون          | 7.5%                               |

وعند المقارنة بين العيّنتين السعودية والعراقية، يوضح الجدول (2) تقارباً في الهدف العام الذي يتمثّل في دعم التقارب، مع اختلاف في زاوية التعبير، إذ يميل الجانب السعودي إلى إبراز التحوّل الاجتماعي والنضلة التنموية الحديثة، بينما يركّز الجانب العراقي على إبراز العمق الثقافي والحضاري، دون أن ينعكس ذلك على اختلاف في النية الاتصالية بقدر ما يرتبط بأنماط الاستخدام والانتشار، وهذه النتيجة تتوافق مع (Pamment, 2023).

الجدول (2): مقارنة الإدراك السعودي والعراقي لتأثير منصات التواصل الاجتماعي في تشكيل الصورة المتبادلة حسب إجابات الأكاديميين السعوديين والعراقيين (عينة الدراسة)

| البعد            | الجانب السعودي                 | الجانب العراقي                   | الملاحظة العامة                |
|------------------|--------------------------------|----------------------------------|--------------------------------|
| التوجه العام     | تعزيز الصورة الحضارية الحديثة. | إبراز القيم الثقافية المشتركة.   | تقاطع في هدف التقارب.          |
| تقييم المنصات    | إكس وتيك توك الأكثر تأثيراً.   | تيك توك وفيسبوك الأكثر انتشاراً. | فروق في الاستخدام لا في النية. |
| طبيعة الخطاب     | رسمية متزنة                    | وجدانية وعفوية                   | توازن بين الرسمي والعاطفي.     |
| النظرة إلى الآخر | انفتاح وتقدير للتنوع.          | احترام وتطلع للتعاون.            | توافق في الاتجاه الإيجابي.     |

ويمكن تفسير اختلاف فاعلية المنصات في ضوء نظرية ثراء الوسيلة، حيث يوضح الجدول رقم (3) أنَّ المنصات المعتمدة على الفيديو والصوت والمؤثرات البصرية مثل: (تيك توك، إنستغرام، يوتيوب)، تتمتع بثراء اتصالي مرتفع؛ لكونها تنقل المعنى عبر قنوات حسية متعددة، بما يعزز بناء الانطباعات وتقليل سوء الفهم، في حين يمتلك إكس ثراءً متوسطاً إلى مرتفع يرتكز على النص والتفاعل الفوري، ما يجعله مناسباً لتشكيل المواقف، وبناء الثقة في الخطاب الرسمي، وهذا يتوافق مع دراسة (Al-Zahrani, 2025).

الجدول (3): علاقة خصائص المنصات الرقمية بمستوى الثراء الاتصالي وأثره في بناء الصورة الذهنية حسب إجابات الأكاديميين السعوديين والعراقيين (عينة الدراسة)

| المنصة   | نوع الرموز المستخدمة      | مستوى الثراء الاتصالي | أثرها في بناء الصورة          |
|----------|---------------------------|-----------------------|-------------------------------|
| إكس      | نصوص وروابط وتفاعل مباشر. | متوسط إلى مرتفع       | بناء الثقة الرسمية.           |
| تيك توك  | فيديو وصوت ومؤثرات بصرية. | مرتفع                 | تعزيز التقارب الشعبي.         |
| فيسبوك   | نصوص وصور وروابط تفاعلية. | مرتفع                 | دعم الحوار الاجتماعي.         |
| إنستغرام | صور وفيديو قصير.          | مرتفع                 | نشر القيم الجمالية والثقافية. |
| يوتيوب   | فيديو طويل وتحليل محتوى.  | مرتفع                 | توثيق التجارب الواقعية.       |

وفي ضوء ذلك، يمكن تفسير النتائج أيضاً في إطار نظرية ثراء الوسيلة، حيث تسهم الوسائط الغنية: (الفيديو والصوت والصورة)، في تعزيز وضوح الرسائل وقربها الوجداني؛ مما يدعم بناء صورة ذهنية إيجابية، ويعزز من فاعلية الإعلام الجديد بوصفه أداة من أدوات القوة الناعمة الرقمية في العلاقات السعودية-العراقية. وتشير النتائج إلى أنَّ الإعلام الجديد أسهم في إحداث تحول في طبيعة الاتصال السعودي-العراقي من نمط الوساطة الإعلامية التقليدية، إلى نمط التفاعل المتبادل،

بما أنتج صورة أكثر توازناً تمزج بين الثقة المؤسسية: (التفاعل الرسمي/النخبوي)، والألفة الاجتماعية: (التفاعل الشعبي). وبذلك يمكن النظر إلى منصات الإعلام الجديد بوصفها إحدى أدوات القوة الناعمة، التي تعزز التقارب الثقافي والاجتماعي، وتدعم فرص التعاون على المدى الطويل.

### ثانياً: دور الأكاديميين في توجيه الخطاب الرقمي:

تبين إجابات المشاركين أنَّ مساهمة الأكاديميين تتجسد في إنتاج محتوى معرفي مُرتنن يستند إلى الدقة والموضوعية، ويسهم في تصحيح المفاهيم الخاطئة، والحد من الانفعال في القضايا الحساسة. كما يتخذ هذا الدور أشكالاً متعددة تتراوح بين الكتابة والتحليل عبر المنشورات المطولة، وبين تقديم محتوى مبسط بصيغ بصرية تتناسب مع خصائص منصات التواصل وجمهورها. وفي الحالتين، يبرز اتجاه واضح نحو توظيف المعرفة بوصفها أداة لتحسين جودة التفاعل، وربط النقاش العام بإطار علمي يقلل الاستقطاب، ويعزز الثقة بالمؤسسات التعليمية والثقافية، وهذا يتوافق مع دراسة (Al-Zayed, 2026). وفي هذا السياق، أشار أحد المشاركين إلى أنَّ: "الأكاديمي لديه مسؤولية في توضيح الحقائق وتصحيح المعلومات المغلوطة المنتشرة في المنصات" (المشارك 7)، بينما ذكر مشارك آخر أنَّ: "وجود الأكاديميين في النقاشات الرقمية يرفع مستوى الحوار ويجعله أكثر توازناً وموضوعية" (المشارك 15)، كما أضاف مشارك ثالث: "عندما يقدم الأكاديمي المحتوى بطريقة مبسطة، يصبح تأثيره أكبر على الجمهور" (المشارك 22).

وتُصنّف هذه النتيجة على أنَّها إدراكية-سلوكية، إذ تعكس إدراك المشاركين لأهمية الدور الذي يؤديه الأكاديميون، إلى جانب ممارسات فعلية تتمثل في إنتاج المحتوى والمشاركة في التفاعل الرقمي. ويوضح الجدول (4) أنَّ أدوار الأكاديميين في الإعلام الجديد يمكن تصنيفها إلى خمسة أدوار متكاملة، هي: الدور المعرفي: (إنتاج التحليلات والمقالات)، والدور التفاعلي: (المشاركة في الحوارات والتعليقات)، والدور التوجيهي: (تصحيح المعلومات ومواجهة الخطاب السلبي)، والدور النقدي: (تبسيط المعرفة للجمهور العام)، والدور التشاركي: (المساهمة في المبادرات والحملات الرقمية). ويعكس هذا التصنيف انتقال الدور الأكاديمي من إنتاج المعرفة بوصفه نشاطاً نخبويًا، إلى ممارسة رقمية ذات امتداد اجتماعي، بما يدعم بناء الثقة، وتوسيع مساحات التفاهم بين المجتمعين.

## الجدول (4): تصنيف أدوار الأكاديميين في الإعلام الجديد حسب

## إجابات الأكاديميين السعوديين والعراقيين (عينة الدراسة)

| نوع الدور      | الوصف                                              | دلالة الدور في التقارب الثقافي والاجتماعي                  |
|----------------|----------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|
| الدور المعرفي  | إنتاج مقالات وتحليلات علمية على المنصات الرقمية.   | يرفع مستوى الوعي وينقل النقاش إلى سياق علمي وموضوعي.       |
| الدور التفاعلي | المشاركة في النقاشات والتعليقات والحوارات الرقمية. | يخلق تفاعلاً مباشراً مع الجمهور ويزيد من الثقة الأكاديمية. |
| الدور التوجيهي | تصحيح المعلومات الخاطئة ومواجهة الخطاب السلبي.     | يسهم في تقليل التوتر وبناء الثقة المتبادلة.                |
| الدور التثقيفي | نشر محتوى مبسط بلغة عامة للجمهور.                  | يربط المعرفة الأكاديمية بالحياة اليومية.                   |
| الدور التشاركي | التعاون في مبادرات أو حملات رقمية تعليمية وثقافية. | يعزز روح العمل الجماعي ويعمق العلاقات الإنسانية.           |

تُظهر النتائج أنّ التحول نحو الاتصال الأفقي جعل الأفراد شركاء في إنتاج المعنى وبناء الصورة المتبادلة، بدل بقائهم مجرد متلقين للخطاب الإعلامي. وقد أسهمت المنصات الرقمية في فتح مساحة يومية للتفاعل الشعبي، يتبادل فيها المواطنون التجارب والعادات والمناسبات والرموز الثقافية بصورة عفوية وغير رسمية، ما عزّز القبول المتبادل، وقلّل من الحواجز النفسية التي كانت تحدّ من التواصل المباشر سابقاً. وفي هذا السياق، أشار أحد المشاركين إلى أنّ: "التفاعل بين الناس في التعليقات والمقاطع اليومية جعلنا نشعر بقرب أكبر من المجتمع الآخر" (المشارك 19)، كما ذكر مشارك آخر أنّ: "المحتوى الشعبي يعكس الحياة الحقيقية أكثر من الإعلام الرسمي، وهذا يساعد على فهم الطرف الآخر بشكل أفضل" (المشارك 23). وتُصنّف هذه النتيجة بوصفها سلوكية؛ لأنّها تعكس ممارسات فعلية للمشاركة والتفاعل الرقمي من قبل الأفراد، وليس مجرد إدراك نظري لدورهم. كما بيّنت إفادات المشاركين أنّ المشاركة الشعبية عبر الإعلام الجديد تتسم بالسرعة والمرونة، إذ أصبح المواطن منتجاً للمحتوى عبر أنماط بسيطة، مثل: مشاركة الصور، والمقاطع القصيرة، والتعليقات، وإبداء الرأي حول الحياة اليومية. ويعزّز ذلك مفهوم الدبلوماسية الشعبية الرقمية، حيث يظهر المواطن بوصفه "سفيراً غير رسمي" لثقافته ينقلها كما يعيشها، بما يمنح الخطاب الشعبي مصداقية وتأثيراً بفعل طابعه الواقعي وسهولة انتشاره. وفي هذا الإطار، أشار أحد المشاركين إلى أنّ: "كلّ شخص أصبح يمثل ثقافته من خلال ما ينشره، وهذا له تأثير كبير في صورة المجتمع" (المشارك 14). وفي المقابل، أشار الأكاديميون إلى أنّ هذا الانفتاح يتطلب وعياً رقمياً ومسؤولية، إذ قد يؤدي غياب الضبط أو التوجيه إلى سوء فهم أو تضخيم مواقف فردية لا تعبّر عن الاتجاه العام، حيث ذكر أحد المشاركين: "بعض المحتوى قد يُفهم بشكل خاطئ إذا لم يكن هناك وعي بكيفية عرضه أو تفسيره" (المشارك 28)، إلّا أنّ التقييم العام اتّجه إلى أنّ مكاسب المشاركة تفوق مخاطرها عندما تُدار بوعي، وهذه النتائج تتوافق مع دراسة (Al-Zahrani, 2025) وتُصنّف هذه النتيجة على أنّها إدراكية-سلوكية، لكونها تجمع بين وعي المشاركين بطبيعة التحديات، وملاحظتهم للممارسات الفعلية في البيئة الرقمية. ويشير الجدول (5) إلى أنّ المشاركة تدرج من المستوى الوجداني إلى المعرفي والرمزي ثمّ التفاعلي والإبداعي، بما يوسّع أثر الإعلام الجديد من مجرد تواصل عابر، إلى شراكة ثقافية قائمة على تبادل الرموز والمعاني وإنتاج محتوى مشترك.

ومن منظور نظرية ثراء الوسيلة، تشير النتائج إلى أنّ تأثير الأكاديميين يتعاظم عندما يوظفون وسائط أكثر ثراءً (نص/صورة/صوت/فيديو) مع تفاعل مباشر؛ لأنّ ذلك يزيد وضوح الرسالة، ويقلل احتمالات سوء الفهم، ويحسن قابلية المحتوى للتداول والوصول إلى جمهور أوسع. وقد أشار أحد المشاركين إلى هذا البعد بقوله: "استخدام الفيديو أو الشرح المبسط يجعل الفكرة أوضح وأسهل في الوصول للجمهور" (المشارك 18)؛ ممّا يؤكد أنّ فاعلية الخطاب الأكاديمي لا ترتبط بالمضمون العلمي فقط، بل أيضاً بكفاءة تقديمه بما يتلاءم مع طبيعة البيئة الرقمية. وفي ضوء ذلك، يمكن تفسير هذه النتائج في إطار القوة الناعمة، حيث يسهم الأكاديميون في إنتاج سرديات معرفية قائمة على الإقناع والجاذبية الفكرية، بما يعزّز الصورة الإيجابية للمجتمعين، ويدعم التقارب الثقافي والمعرفي بينهما. وتخلص النتائج إلى أنّ الأكاديميين يمتلكون قدرة تأثير عالية في توجيه الخطاب الرقمي نحو المعرفة والاعتدال، وتدعيم التقارب الثقافي والمعرفي بين المجتمعين السعودي والعراقي، إلّا أنّ هذا الدور ما يزال دون مستوى الاستثمار الأمثل؛ بسبب محدودية الدعم والتنسيق المؤسسي. وقد أشار أحد المشاركين إلى ذلك بقوله: "دور الأكاديميين مهم، لكنه يحتاج إلى دعم مؤسسي وتنظيم أكبر حتى يكون تأثيره مستداماً" (المشارك 30). وعليه، فإنّ تعزيز أثر الأكاديميين يتطلب مسارات متكاملة تشمل تمكيناً مؤسسياً واضحاً، وتدريباً إعلامياً ورقمياً متخصصاً، وبناء وحدات اتصال رقمي داخل الجامعات والمؤسسات الثقافية؛ بما يحوّل الحضور الأكاديمي من جهود فردية متفرقة، إلى خطاب منظم ومستدام يدعم القوة الناعمة والتفاهم المتبادل.

ثالثاً: مشاركة المواطنين وإشراكهم في التقارب الثقافي:

الجدول (5)Error! No text of specified style in document.): أنواع

مشاركة المواطنين عبر منصات الإعلام الجديد وأثرها في تعزيز العلاقات بين

## المملكة العربية السعودية وجمهورية العراق حسب إجابات الأكاديميين السعوديين

## والعراقيين (عينة الدراسة)

| نوع المشاركة   | الوصف                                                | الأثر في العلاقات الثقافية والاجتماعية         |
|----------------|------------------------------------------------------|------------------------------------------------|
| مشاركة وجدانية | التعبير عن مشاعر التقدير والإعجاب بالمحتوى الإيجابي. | تعزيز التقارب الإنساني وإزالة الحواجز النفسية. |
| مشاركة معرفية  | نشر معلومات أو ملاحظات ثقافية وتاريخية.              | رفع الوعي وتعميق الفهم المتبادل.               |
| مشاركة رمزية   | استخدام الصور والشعارات المشتركة بين الشعبين.        | تقوية الهوية العربية المشتركة.                 |
| مشاركة تفاعلية | تبادل التعليقات والمناقشات حول القضايا اليومية.      | بناء حوار اجتماعي مباشر.                       |
| مشاركة إبداعية | إنتاج محتوى فني أو تراثي مشترك.                      | إحياء القيم الثقافية وتعزيز الاعتزاز بالتراث.  |

توثيق التعاون، وإبراز المواقف والإنجازات ضمن خطاب مهني/دبلوماسي، ويسهم هذا النمط في ترسيخ الثقة بالمؤسسات، وتقديم إطار مرجعي مستقر للعلاقات. في المقابل، يتميز التفاعل الشعبي بالعفوية والسرعة وبساطة اللغة، وينطلق من الأفراد والمؤثرين والمستخدمين العاديين، ويركز على التجارب اليومية والانطباعات الإنسانية، بما يعزز القبول المتبادل، ويقلل الحواجز النفسية، ويعيد تشكيل الصورة الذهنية بصورة أقرب إلى المعاشية. وقد عبر أحد المشاركين عن هذا التمايز بقوله: "الخطاب الرسمي يعطي معلومات دقيقة ومنظمة، لكنه أقل تفاعلاً من المحتوى الشعبي" (المشارك 10)، في حين أشار مشارك آخر إلى أن: "المحتوى الشعبي أقرب للناس لأنه يعكس مشاعرهم وتجاربهم اليومية" (المشارك 27). وتُصنّف هذه النتيجة بوصفها إدراكية-تحليلية؛ لأنها تعكس فهم المشاركين للفروق بين أنماط التفاعل، وليس مجرد وصف سلوك مباشر فقط. وتظهر المقابلات كذلك أن توزيع التفاعل عبر المنصات يعكس هذا التمايز، إذ تميل منصات مثل إكس إلى احتضان الخطاب الرسمي والنخبوي بسبب طبيعتها النقاشية، بينما تزداد كثافة التفاعل الشعبي على منصات مثل: تيك توك وفيسبوك وإنستغرام، بما توفره من انتشار واسع ومحتوى بصري/تفاعلي قريب من الحياة اليومية. وفي هذا السياق، أشار أحد المشاركين إلى أن: "إكس مناسب للنقاشات الرسمية والتحليل، بينما تيك توك وإنستغرام أقرب للتفاعل الشعبي اليومي" (المشارك 16). ويُلاحظ أن هذا الاختلاف لا يعني تعارضاً بين النمطين، بل إن التفاعل الرسمي يضبط "الإطار المعرفي" للعلاقات ويعزز موثوقيتها، بينما يمدّ التفاعل الشعبي العلاقات بزخم إنساني يجعلها أكثر قرباً وواقعية. وقد أشار أحد المشاركين إلى هذا التكامل بقوله: "التفاعل الرسمي يوضح الصورة، لكن التفاعل الشعبي يجعلها محسوسة وقريبة من الناس" (المشارك 24). وتُصنّف هذه النتيجة على أنها إدراكية-سلوكية؛ لأنها تجمع بين إدراك طبيعة العلاقة بين النمطين وملاحظة أثرهما في الواقع التفاعلي. ومن منظور نظرية ثراء الوسيلة، يمكن تفسير هذا التكامل بأن المنصات الرقمية تتيح تعدد الرموز (نص/صورة/صوت/فيديو) مع التفاعلية الفورية، ما يسمح بنقل الرسائل الرسمية بوضوح، وفي الوقت نفسه نقل المشاعر والخبرات الشعبية بصدق. وقد أشار أحد المشاركين إلى ذلك بقوله: "المحتوى الذي يجمع بين النص والصورة والفيديو يكون أكثر تأثيراً سواء أكان رسمياً أم شعبياً" (المشارك 11)؛ مما يؤكد أن ثراء الوسائط يعزز من فاعلية الاتصال بمختلف أنماطه. وعليه، فإن الجمع بين هذين المسارين، يحدّ من سوء الفهم ويرفع جودة الاتصال، ويؤدي إلى بناء صورة أكثر توازناً بين البعد المؤسسي والبعد الاجتماعي، وهذه النتيجة تتفق مع دراسة (Darmastuti, 2021 & Perdani, 2024). ويوضح الجدول (7) أن الفوارق بين التفاعل الرسمي والشعبي، تتصل بمنطق الإنتاج واللغة والأهداف والجمهور المستهدف وطبيعة الأثر،

ومن منظور نظرية ثراء الوسيلة، يمكن تفسير فاعلية التفاعل الشعبي عبر المنصات الرقمية، بأنها تتيح اتصالاً غنياً ومتعدّد الرموز يجمع بين الصورة والصوت والنص والتعليق الفوري، وهو ما يعزز وضوح الرسائل وقربها الوجداني، ويقلّل احتمالات سوء الفهم والتأويل. وقد أشار أحد المشاركين إلى ذلك بقوله: "المحتوى الذي يجمع بين الصورة والصوت يكون أوضح وأسهل في الفهم والتفاعل" (المشارك 17)؛ مما يؤكد أن ثراء الوسائط يسهم في تعزيز جودة التفاعل الرقمي. وفي الوقت نفسه، يكشف هذا التحول عن بُعد أعمق في الاتصال الثقافي والاجتماعي، إذ لم يعد المواطن مجرد متلقٍ، بل أصبح فاعلاً يسهم في تشكيل الصورة المتبادلة، وتعزيز التقارب الإنساني عبر محتوى بسيط وعفوي سريع الانتشار، مستنداً إلى آليات مشاركة واضحة، مثل: استخدام الوسوم المشتركة، واللبث المباشر للفعاليات، والتعاون بين المؤثرين من الطرفين، ونشر قصص النجاح والمبادرات التطوعية ذات البعد الإنساني، بما يرفع مستوى الفهم المتبادل، ويقلّل المسافات النفسية. وفي ضوء ذلك، يمكن تفسير هذه النتائج في إطار الدبلوماسية الشعبية الرقمية والقوة الناعمة، حيث يتحول التفاعل الشعبي إلى مصدر تأثير حقيقي في العلاقات بين الشعوب، من خلال بناء صورة ذهنية قائمة على التجربة اليومية والتواصل الإنساني المباشر، مع ضرورة تعزيز الوعي الرقمي؛ لضمان استدامة هذا التفاعل في اتجاه إيجابي يخدم العلاقات الثقافية والاجتماعية على المدى الطويل.

## رابعاً: الفروقات بين التفاعل الرسمي والتفاعل الشعبي:

تُظهر نتائج المقابلات أن التفاعل الرقمي لا يعمل بوصفه مساراً واحداً، بل يتحقق عبر منظومة مزدوجة تجمع بين خطاب مؤسسي منظم، وخطاب مجتمعي تلقائي، وهو ما ينعكس على طبيعة الرسائل ومستويات التأثير المتحققة، تشير البيانات إلى أن التفاعل الرسمي يتسم بطابع مؤسسي وانضباط لغوي ووضوح في المقاصد الاتصالية، إذ يصدر غالباً عن جهات أكاديمية أو حكومية أو إعلامية، ويستهدف

عدم التحقق منها قبل نشرها" (المشارك 25)، كما ذكر مشارك آخر: "المحتوى السلبي ينتشر بسرعة أكبر من المحتوى العلمي أو التوضيحي" (المشارك 9). وتُصنّف هذه النتيجة بوصفها إدراكية-سلوكية؛ لأنها تعكس وعي المشاركين بطبيعة المشكلة، إلى جانب ملاحظتهم لسلوكيات فعلية في البيئة الرقمية. وفي هذا السياق، أكدت إجابات المشاركين الحاجة إلى تأهيل مجتمعي يعزّز التفكير النقدي والقراءة الواعية للمحتوى، وهذا يتفق مع دراسة (Hwang, 2025). كما يبرز التحدي المؤسسي بوصفه عائقاً بنيوياً يتمثل في غياب خطط وإستراتيجيات وطنية أو أكاديمية واضحة لتوجيه الخطاب الرقمي نحو أهداف التقارب، وهو ما يترك المجال لمبادرات فردية متقطعة وغير منسقة. ويؤدي هذا القصور إلى ضعف الاستدامة وضعف التراكم، بحيث تبقى الجهود الإيجابية محكومة بمستوى الحماس الفردي لا بمنطق البرامج المؤسسية المنظمة. وقد أشار أحد المشاركين إلى ذلك بقوله: "الجهود موجودة لكنها فردية، ولا توجد جهة تنظّم هذا العمل بشكل واضح" (المشارك 31). ويتصل بذلك أيضاً ضعف التدريب الإعلامي لبعض الأكاديميين، إذ يمتلكون القدرة العلمية دون امتلاك أدوات العرض الرقمي والتفاعل الجماهيري، حيث ذكر أحد المشاركين: "بعض الأكاديميين لديهم محتوى قوي لكنهم لا يعرفون كيف يقدمونه بطريقة جذابة للجمهور" (المشارك 18)، بما يقلل من قدرتهم على التأثير في بيئة عالية التنافسية، وهذا يتوافق مع دراسة (Hill, 2022). وتُصنّف هذه النتائج بوصفها إدراكية-تنظيمية، لكونها ترتبط بفهم بنيوي لطبيعة الخلل المؤسسي. وعلى المستوى التقني، أشار المشاركون إلى تفاوت البنية التحتية والمهارات الرقمية بين المستخدمين، ما يخلق فجوة في فرص الوصول والمشاركة المتوازنة. وفي هذا السياق، أشار أحد المشاركين إلى أنه: "ليس كلّ المستخدمين لديهم القدرة نفسها على استخدام المنصات بشكل فعال، وهذا يؤثر على مستوى التفاعل" (المشارك 20). وتتعاكس هذه الفجوة على شمولية التفاعل الثقافي والاجتماعي، إذ تُستبعد شرائح من المشاركة الفاعلة، أو تظلّ في مستوى تفاعل محدود. أمّا على المستوى الاجتماعي، فتظلّ بعض البيئات الرقمية متأثرة بتحيزات أو انفعالات سياسية/ فكرية، بما يحدّ من الحوار الهادئ، ويبعد إنتاج الاستقطاب في لحظات معينة، وهو ما يضعف مناخ الثقة، ويُبطئ بناء صورة إيجابية مستقرة. وقد أشار أحد المشاركين إلى ذلك بقوله: "بعض النقاشات تتحوّل بسرعة إلى جدل أو صراع بسبب اختلاف الآراء" (المشارك 28)، وهذا يتسق مع دراسة (Rodrigues, 2025)، وتُصنّف هذه النتيجة بوصفها سلوكية-اجتماعية؛ لأنها تعكس أنماط تفاعل واقعية داخل البيئة الرقمية. ومن منظور نظرية ثراء الوسيلة، يمكن تفسير جانب من هذه التحديات، بأنّ سوء توظيف الإمكانيات الاتصالية الغنية للمنصات (تعدد الرموز والتفاعلية)؛ يؤدي إلى رسائل أقل وضوحاً وأكثر قابلية لسوء التأويل،

فالتفاعل الرسمي يُنتج الثقة المؤسسية عبر محتوى منظم، بينما يحقق التفاعل الشعبي الألفة الإنسانية عبر محتوى تلقائي سريع الانتشار، وهو ما يفسّر اختلاف دور كل نمط في دعم التقارب.

الجدول (7) الفوارق بين التفاعلات الرسمية والشعبية في منصات الاعلام الجديد حسب البعد التحليلي حسب إجابات الأكاديميين السعوديين والعراقيين (عينة الدراسة)

| البعد التحليلي   | التفاعل الرسمي                              | التفاعل الشعبي                       |
|------------------|---------------------------------------------|--------------------------------------|
| الجهة المنتجة    | مؤسسات أكاديمية، إعلامية، أو حكومية.        | أفراد، مؤثرون، ومستخدمون عاديون.     |
| طبيعة اللغة      | رسمية ومنضبطة.                              | عفوية وبسيطة.                        |
| الهدف الاتصالي   | توثيق التعاون، نشر المواقف، عرض الإجازات.   | التعبير عن التجارب والمشاعر اليومية. |
| نوع المحتوى      | بيانات، أخبار، فعاليات رسمية.               | قصص، صور، ومقاطع حياتية قصيرة.       |
| أسلوب النشر      | منظم ومخطط.                                 | تلقائي وسريع.                        |
| الجمهور المستهدف | النخب، الباحثون، المهتمون بالسياسات العامة. | عامة الناس، خصوصاً الشباب.           |
| التأثير الأساسي  | بناء الثقة المؤسسية والرسائل الدبلوماسية.   | تعزيز الألفة والتقارب الإنساني.      |

تخلص النتائج إلى أنّ نجاح الإعلام الجديد في تقوية العلاقات الثقافية والاجتماعية، لا يرتبط بأحد نمطي التفاعل منفرداً، بل يعتمد على تكامل التفاعل الرسمي والشعبي، فالتفاعل الرسمي يوفر إطاراً مؤسسياً يرسخ الثقة والائتمان، بينما يمنح التفاعل الشعبي العلاقات بعدها الإنساني، ويقرب المسافات النفسية عبر التجربة اليومية. ويعزّز هذا التكامل قدرة الإعلام الجديد على أداء دور القوة الناعمة الرقمية عبر صياغة صورة متبادلة تجمع بين الموثوقية المؤسسية، والدفء الاجتماعي، بما يدعم التقارب على المستويين المعرفي والوجداني، ويؤسّس لعلاقات أكثر عمقاً واستقراراً. وفي ضوء ذلك، يمكن تفسير هذه النتائج في إطار القوة الناعمة، حيث يسهم التكامل بين التفاعل الرسمي والشعبي، في إنتاج تأثير تراكمي يعزّز الجاذبية الثقافية، ويقوّي الثقة المتبادلة، بما يجعل الخطاب الرقمي أداة إستراتيجية في دعم العلاقات بين المجتمعات.

#### خامساً: التحديات التي تعوق توظيف الإعلام الجديد:

تشير المقابلات إلى أنّ التحدي المعرفي يمثل محوراً مركزياً في تفسير ضعف الاستفادة من الإعلام الجديد، إذ يؤدي انخفاض الوعي الإعلامي وغياب ثقافة التحقق؛ إلى انتشار محتوى انفعالي أو مضلل، بما يرفع مستوى التوتر الرقمي، ويعيد إنتاج صور نمطية تضعف الثقة. ويرتبط هذا التحدي كذلك بسرعة تداول المعلومات في المنصات، حيث تتقدّم قابلية الانتشار على معايير الدقة، ما يجعل الرسائل السلبية أحياناً أسرع من الاستجابة الأكاديمية أو المؤسسية. وفي هذا السياق، أشار أحد المشاركين إلى أنّ: "المشكلة ليست في توفر المعلومات، بل في



تتفق نتائج الدراسة مع الأدبيات الحديثة (2020-2026)، التي تؤكد الدور المتنامي للإعلام الجديد في تعزيز القوة الناعمة، وبناء الصورة الذهنية. إذ تشير دراسة (Al-Malki, 2021) إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي تسهم في تحسين صورة الدول عبر إبراز الإنجازات التنموية، وتعزيز التفاعل مع الجمهور، وهو ما يتقاطع مع نتائج هذه الدراسة في الحالة السعودية-العراقية. كما تؤكد دراسة (Al-Fahdawi, 2023)، أن المنصات الرقمية أصبحت أداة مركزية في الدبلوماسية الرقمية، من خلال بناء خطاب قائم على الجاذبية الثقافية والتواصل المباشر، وهو ما ينسجم مع ما أظهرته النتائج من دور المنصات في تقليل الفجوات المعرفية والنفسية بين المجتمعين.

وتتسق النتائج أيضاً مع دراسات (Ibrahim, 2020؛ Al-Shalhoub, 2020؛ Al-Gharib, 2023)، التي بينت أن الإعلام الجديد أسهم في تشكيل الوعي الاجتماعي والسياسي، وتعزيز التفاعل المجتمعي، حيث دعمت هذه الدراسة فكرة انتقال الجمهور من متلقٍ إلى فاعل مشارك في إنتاج المحتوى. كما تتوافق مع دراسة (Al-Zahrani, 2025) التي أكدت أن خصائص المحتوى الرقمي، وثرأ الوسيلة تعزز التفاعل وبناء الانطباعات الإيجابية.

ومع ذلك، تختلف هذه الدراسة عن الأدبيات السابقة في تركيزها على خصوصية العلاقات السعودية-العراقية، حيث تُظهر أن التقارب لا يعتمد على الخطاب الرسمي فقط، بل على تكامل التفاعل المؤسسي والشعبي ضمن سياق ثقافي مشترك. كما تضيف بُعداً تحليلياً يتمثل في إبراز دور الأكاديميين بوصفهم فاعلين معرفيين في توجيه الخطاب الرقمي، وهو جانب لم يُعالج بعمق في الدراسات الحديثة. كذلك تكشف عن تحديات معاصرة، مثل: ضعف الوعي الإعلامي، وغياب التنسيق المؤسسي، وهو ما يتفق مع (Hill, 2022؛ Hwang, 2025) في التأكيد على أن فاعلية الإعلام الجديد ترتبط بكفاءة الاستخدام والتنظيم، وليس فقط بتوافر الأدوات؛ مما يمنح الدراسة طابعاً تفسيرياً مرتبطاً بالسياق الإقليمي.

#### التوصيات:

1. تعزيز الوعي الإعلامي لدى الأكاديميين والمجتمع عبر برامج تدريبية متخصصة تدعم الاستخدام المسؤول للإعلام الجديد.
2. تفعيل دور الجامعات ومراكز البحث في إنشاء وحدات اتصال رقمي لإنتاج محتوى معرفي وثقافي يعزز الصورة الإيجابية.
3. تمكين الأكاديميين من مهارات الاتصال الرقمي وصياغة الخطاب الإعلامي؛ لزيادة تأثيرهم في الفضاء الرقمي.
4. دعم المبادرات الرقمية المشتركة التي تعزز القيم الإنسانية والتقارب الثقافي بين الشعوب.
5. تطوير سياسات وطنية للإعلام الجديد ضمن إستراتيجيات القوة الناعمة، موجهة نحو الدبلوماسية الثقافية.

خصوصاً عندما يُقدّم المحتوى بطريقة أحادية الاتجاه، أو فقيرة بالرموز التفاعلية. وقد أشار أحد المشاركين إلى ذلك بقوله: "طريقة عرض المحتوى أحياناً تكون غير واضحة؛ مما يؤدي إلى سوء فهم الرسالة" (المشارك 13)؛ مما يؤكد أن المشكلة لا ترتبط فقط بالمحتوى، بل بطريقة تقديمه. وعليه، فإن رفع جودة التفاعل لا يرتبط فقط بالمضمون، بل كذلك بكفاءة تقديمه، وبناء سياق تواصل يحد من الالتباس، ويعزز الفهم المشترك. ويعرض الجدول (8) تصنيفاً لأنواع التحديات الخمسة: (المعرفي، والمؤسسي، والتقني، والاجتماعي، والاتصالي)، مع توصيف كلٍّ وأثره في عملية التقارب.

الجدول (8): أنواع التحديات التي تعوق توظيف الإعلام الجديد في تعزيز العلاقات المشتركة بين المملكة العربية السعودية وجمهورية العراق حسب إجابات الأكاديميين السعوديين والعراقيين (عينة الدراسة)

| نوع التحدي       | الوصف                                                               | الأثر في عملية التقارب الثقافي والاجتماعي              |
|------------------|---------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|
| التحدي المعرفي   | ضعف الوعي الإعلامي وغياب ثقافة التحقق من المحتوى.                   | يؤدي إلى انتشار المفاهيم الخاطئة وزيادة التوتر الرقمي. |
| التحدي المؤسسي   | غياب الخطط والإستراتيجيات الوطنية والأكاديمية لتوجيه الخطاب الرقمي. | يقلل من استدامة الجهود الإيجابية ويجعلها فردية ومقطعة. |
| التحدي التقني    | تفاوت في البنية التحتية والمهارات الرقمية بين المستخدمين.           | يحد من المشاركة المتوازنة ويخلق فجوة رقمية.            |
| التحدي الاجتماعي | تأثر بعض المستخدمين بالتحيزات أو الانفعالات السياسية أو الفكرية.    | يضعف مناخ الثقة ويعيد إنتاج الصور النمطية.             |
| التحدي الاتصالي  | ضعف استخدام الأدوات التفاعلية الغنية في بعض المنصات.                | يحد من وضوح الرسالة ويقلل فاعلية التواصل.              |

تخلص النتائج إلى أن تحديات استثمار الإعلام الجديد ليست تقنية فحسب، بل هي منظومة متداخلة تقودها تحديات الوعي والتنظيم قبل تحديات الأدوات. فضعف الثقافة الإعلامية، وغياب التنسيق المؤسسي؛ يحذان من الاستفادة من الإمكانيات الرقمية، بينما يسهم التفاوت التقني والاستقطاب الاجتماعي وضعف التوظيف الاتصالي، في تقليل جودة التفاعل واستدامته. وفي ضوء ذلك، يمكن تفسير هذه النتائج في إطار القوة الناعمة، حيث يؤدي ضعف إدارة الخطاب الرقمي، إلى إضعاف القدرة على بناء صورة إيجابية مؤثرة، في حين أن تحسين جودة التفاعل يسهم في تعزيز الجاذبية الثقافية والثقة المتبادلة بين المجتمعات. وبناءً على ذلك، يتطلب تحسين أثر الإعلام الجديد في التقارب الثقافي والاجتماعي مساراً تكاملياً، يقوم على رفع الوعي الإعلامي والتحقق النقدي، وبناء سياسات وإستراتيجيات مؤسسية داعمة ومنسقة، وتطوير البنية والمهارات التقنية، وتفعيل آليات تحقق ورصد إيجابي تقلل التضليل، وتدعم بيئة رقمية أكثر ثقة وانفتاحاً.

#### مناقشة النتائج:

4. Al-Fahdawi, A. A. S. (2023). Soft power in American media: An analytical study of the U.S. Department of State's Twitter page. *Al-Farahidi Journal of Arts*, 15, 155–172.
5. Al-Gharib, M. B. A. (2023). The contribution of social media to developing political awareness among Saudi youth. *Journal of Humanities and Administrative Sciences*, (31), 151–190.
6. Al-Hassanat, R. A. I., & Al-Miqdad, M. A. (2022). The impact of soft power on foreign policy: Qatar as a model (2011–2021). Al al-Bayt University, Mafrq.
7. Al-Malki, N. (2021). The contribution of social networking sites to strengthening the soft power of the Kingdom of Saudi Arabia. King Saud University.
8. Al-Najm, A. M. (2019). The impact of Arabian Gulf security on Iraqi national security in the first quarter of the twenty-first century. Center for Strategic Studies, University of Karbala. [kerbalacss.uokerbala.edu.iq](http://kerbalacss.uokerbala.edu.iq)
9. Alotaibi, N. K. (2021). The role of social networking sites in shaping Saudi public opinion towards women officiating leadership positions "Twitter as a model" - A field study - Saudi Arabia. *Journal of Humanities & Social Sciences*, 5(4), 90-111.
10. Al-Raidi, M. (2020). Soft power in public administration: The Saudi experience as a model. *Arab Journal for Scientific Research*, 26, 94.
11. Al-Shalhoub, A. A. (2020). Saudi public reliance on social media for knowledge about societal issues: A survey study in Riyadh. *King Abdulaziz University Journal: Arts and Humanities*, 28(4), 75–122.
12. Al-Shamali, M. H. O. (2018). Iraqi–Saudi relations after 2003. *Journal of the College of Education for Women*, 29(1), 1973–1984.
13. Al-Shawash, H. (2025). Reception transformations in the era of new media: An analytical approach in light of reception theory. *Comprehensive Sciences Journal*, 10, 1007–1021 .
14. Alzaabi, I. H. I. (2025). The influence of soft power through media: An analysis of efforts by the UAE News Agency (WAM) in the international scene. *Egyptian Journal of Mass Communication Research*, 91(3).
15. Al-Zahrani, A. M. Q. (2025). The role of digital content characteristics in enhancing audience engagement with cultural heritage: A content analysis of Al-Sadu art posts on Instagram in light of media richness theory. *King Abdulaziz*

6. تحسين البنية التقنية وتنظيم البيئة الرقمية، بما يحدّ من التضليل ويعزز جودة المحتوى.
7. تعزيز التكامل بين التفاعل الرسمي والشعبي؛ لتحقيق توازن بين الثقة المؤسسية والألفة الاجتماعية.
8. توجيه توصيات تطبيقية إلى وزارات الإعلام والجامعات ومراكز الدبلوماسية العامة؛ لتفعيل أدوارها في بناء خطاب رقمي منظم ومستدام.
9. تشجيع الدراسات المستقبلية حول الإعلام الجديد والدبلوماسية الرقمية في السياقات العربية.

### خاتمة الدراسة:

تخلص الدراسة إلى أنّ الإعلام الجديد تحوّل إلى فاعل محوري في تعزيز التقارب الثقافي والاجتماعي بين المجتمعين السعودي والعراقي، عبر إعادة تشكيل الصورة الذهنية من خلال تفاعل رقمي يجمع بين الخطاب الرسمي والمشاركة الشعبية. وقد أظهرت النتائج أنّ فاعلية هذا الدور ترتبط بتكامل المنصات واختلاف وظائفها، حيث تسهم المنصات النخبوية في بناء الثقة المؤسسية، بينما تعزز المنصات الشعبية الألفة الاجتماعية، وتقليل الحواجز النفسية. كما بيّنت الدراسة أنّ الأكاديميين يمثلون عنصراً نوعياً في توجيه الخطاب الرقمي نحو المعرفة والاعتدال، في حين يشكل المواطنون امتداداً للدبلوماسية الشعبية الرقمية، من خلال إنتاج محتوى يعكس القيم المشتركة، ويعزز التفاهم الإنساني. وتؤكد النتائج، في ضوء نظرية ثراء الوسيلة، أنّ نجاح الإعلام الجديد يعتمد على قدرته على توظيف التفاعلية وتعدد الرموز، بما يعزز وضوح الرسائل وعمق تأثيرها. وفي المقابل، تظلّ فاعلية الإعلام الجديد رهينة بجملة من التحديات، أبرزها ضعف الوعي الإعلامي، وغياب التنسيق المؤسسي، والتفاوت في المهارات الرقمية. وعليه، فإنّ تعظيم أثره يتطلب تبني مقاربة إستراتيجية متكاملة تقوم على تمكين الفاعلين المعرفيين، وتعزيز الثقافة الإعلامية، وتنظيم الجهود المؤسسية، بما يحول التفاعل الرقمي إلى أداة مستدامة لدعم القوة الناعمة، وبناء علاقات أكثر توازناً واستقراراً.

### References:

1. Abdullah Thani, Q. (2024). Media education: The challenges of cyber control in new media. *Wisdom Journal for Studies & Research* 4(06), 873–893.
2. Abdullah, H. Q., & Atwan, A. F. (2019). Iraqi political discourse and its impact on Arab relations: Saudi Arabia as a model. *Political and International Journal*, (39–40), 485–498.
3. Al-‘Amoudi, M. (2018). Official digital diplomacy and its impact on foreign policy: A comparative study between Palestine and Israel. *Rouya Turkiyyah*, (7)4.

26. Mohammed, S. J., & Hamad, F. A. (2018). Employing public relations for soft power through social media: An analytical study of U.S. Department of State posts on Twitter. *Al-Farahidi Journal of Arts*, 10(34), 297–329.
27. Naggel, M. (2015). Social Media and Soft Power: Case Study of Estonia. *European Communication Review*.
28. Najm, T. H. (2021). The role of social media in shaping university students' attitudes toward political participation in Iraq. *Journal of the College of Law for Legal and Political Sciences*, 10(37), 538–567.
29. Nye, J.S. (2023). Soft Power. In: *Soft Power and Great-Power Competition. China and Globalization*. Springer, Singapore.
30. Pamment, J., Fjällhed, A., & Smedberg, M. (2023). The 'logics' of public diplomacy: In search of what unites a multidisciplinary research field. *The Hague Journal of Diplomacy*, 19(1), 49–83.
31. Saleh, S. (2015). Social media use in public diplomacy. In *Proceedings of the Social Media Conference: Applications and Methodological Issues*. Imam Muhammad ibn Saud Islamic University.
32. Sharqi, N. J. (2022). Determinants and foundations of Iraqi–Saudi relations after 2003: An analytical study. *Political Issues*, (71), 186–200.
33. Ushra Domsioviannne (2016). Twitter Diplomacy: The Role of Social Networks in Shaping Public Diplomacy and Foreign Policy in Lithuania. *Lithuanian Journal of International Affairs*.
34. Vieira Rodrigues, Tiegue. (2025). Navigating the Fake News Environment: Enhancing Media Literacy in the Digital Age. *International Journal for Innovation Education and Research*. 13. 18-39.
35. Zulli, D., & Zulli, D. J. (2022). Extending the Internet meme: Conceptualizing technological mimesis and imitation publics on the TikTok platform. *New media & society*, 24(8), 1872–1890.
- University Journal: *Communication and Media Studies*, 2(2), 37–82.
16. Al-Zayed, I. A. (2026). Elite use of dialogue via social media: A semiotic analytical study of Saudi and American cases. *Egyptian Journal of Mass Communication Research*, 9(1), 199–221.
17. Darmastuti, Ari & Inayah, Astiwi & Simbolon, Khairunnisa & Nizar, Moh. (2021). Social Media, Public Participation, and Digital Diplomacy. 10.2991/assehr.k.211206.006 .
18. Faraj, M. O. (2022). The role of new media in activating citizen journalism: A study of a sample of Tobruk University students. *Journal of the Faculty of Arts and Media*, (6)14.
19. Hattab, J. K. (2022). Iraqi–Saudi relations (2003–2017). *Historical Studies Journal*, (32), 199–230.
20. Hill, J. (2022), “Policy responses to false and misleading digital content: A snapshot of children’s media literacy”, *OECD Education Working Papers*, No. 275, OECD Publishing, Paris.
21. Hwang, J. Y) .2025.(Misinformation and public trust: Investigating the role of media literacy in combating fake news in the digital age. *International Journal of Science and Research Archive*, 15(1), 1263–1272.
22. Ibrahim, H. M. (2020). Iraqi youth use of Arabic-language social media and its relationship to their attitudes toward political issues. *University of Baghdad*.
23. Ismail, M. M. T., Yahya, D., & Faraj, I. A. (2024). Diplomacy and diplomatic media. *Buhuth Journal*, 4(7), 27–34.
24. Jaloud, M. K. (2021). Saudi foreign policy toward Iraq (2015–2019): A phase of openness and regional competition. *Arabian Gulf*, 49(3), 1–22
25. Khusnu Perdani, M., Afandi, R., Lusa, S., Indra Sensuse, D., Wibowo Putro, P., & Indriasari, S. (2024). Social Media as an Instrument of Public Diplomacy in the Digital Era: A Systematic Literature Review. *Policy & Governance Review*, 8(3), 284–302.