



المجلة الإلكترونية الشاملة متعددة المعرفة لنشر الأبحاث العلمية والتربوية

العدد السابع والستين شهر ( ديسمبر ) 2023

ISSN: 2617-9563

الدبلوماسية العامة الرقمية في الأزمات  
تحليل الاستمالات الإقناعية في تغريدات رئيس الجمهورية الفرنسية إيمانويل  
ماكرون حول حادثة انفجار مرفأ بيروت في لبنان على منصة تويتر

دراسة تحليلية

أسماء بنت عبدالله بن شديد الصياح

جامعة الملك سعود

٢٠٢٣



## المخلص:

هدفت الدراسة إلى تحليل الرسائل الذي بثها الرئيس الفرنسي إيمانويل ماكرون عبر حسابه الرسمي على منصة تويتر حول حادثة انفجار مرفأ بيروت في لبنان، ذلك في الرابع من أغسطس من عام ٢٠٢٠، ووظفت لذلك منهج المسح باستخدام أداة تحليل المضمون، خلال الفترة الزمنية من ٤ أغسطس ٢٠٢٠ حتى ١٧ سبتمبر ٢٠٢٠ بمجموع ٤٥ يوم كحصر شامل لكافة تغريدات الحساب الرسمي للرئيس الفرنسي إيمانويل ماكرون والتي بلغت ١٩١ تغريدة خلال هذه الفترة، والتي تستوعب الرسائل التي شملت يوم الحادثة وتبعاتها- و تم استخلاص ٥٦ تغريدة ذات العلاقة بقضايا انفجار مرفأ بيروت، وتم ترجمة التغريدات باللغة غير العربية أو الإنجليزية ترجمة تامة من خلال الاستعانة بمختصين في الترجمة من الفرنسية – شمل ذلك ترجمة نصوص الخطابات الرسمية التي تضمنتها بعض التغريدات التي حملت مقاطع مصورة لتصريحات الرئيس الفرنسي، والتي وصل عدد كلماتها إلى ٢٢٦٣ كلمة، تم تحليلها للإجابة عن تساؤلات الدراسة، وقد توصلت الدراسة إلى أن الاستمالات الإقناعية التي استخدمها الرئيس الفرنسي خلال فترة العينة للحادثة اعتمدت على الاستمالات الإقناعية العقلانية في رسائل التغريدات الموجهة للمجتمع الدولي ثم المجتمع اللبناني ثم الاستمالات الإقناعية العاطفية بالمقام الثاني للمجتمع اللبناني، الأمر الذي ترافق مع الوضع الاجتماعي والاقتصادي للمجتمع اللبناني والعلاقات الفرنسية اللبنانية، ذلك يشير إلى أن النهج المتكامل في بناء الرسائل يقوم على الوضع العام للمجتمع المستهدف والتوازن في استخدام الاستمالات الإقناعية بحسب حالة الحدث ووضع القائم بالاتصال وجمهوره والاداة الاتصالية الرقمية.

الكلمات المفتاحية: تويتر، الدبلوماسية الرقمية، مرفأ بيروت



## **Abstract**

The study analyzes messages from the Twitter account of Emanuel Macron, the French president, about the Beirut port explosion on August 4, 2020. Following the descriptive approach, it analyses the content of 191 tweets from Macron's official account over 45 days, from August 4 to September 17, 2020, including tweets from the day of the incident and its consequences. Fifty-six tweets concerned the Beirut port explosion, and the tweets were translated in a language other than Arabic or English, a complete translation through the assistance of specialists in translation from French – this included translating the texts of official speeches included in some tweets that carried video clips of the French President's statements, whose words reached 2263 words, which were analyzed to answer the study's questions.

The study concludes that during the crisis, the French president's tweets to the international community relied on rational and emotional persuasive appeals to the Lebanese community, addressing the Lebanese community's economic and social situation in addition to French and Lebanese relations. In conclusion, the messages building integrated approach is based on the overall status of the target society and the balanced use of persuasive appeals depending on the event status. Nevertheless, it depends on communicator and audience status and communication digital tool status.

**Keywords:** Twitter, digital diplomacy, Beirut Port



## المقدمة:

يعد وصول الرسالة الاتصالية للمستقبل وتأثره بها هو الهدف الأساسي من العملية الاتصالية، في أي نشاط انساني، من ذلك النشاط الإعلامي الذي يقف عند قدرته في الوصول إلى جماهيره وإبلاغ رسالته، الأمر الذي طالما ارتبط بالوسيط الاتصالي كأن يتم بث الرسالة عبر محطة متلفزة أو محطة بث إذاعي، مما جعل ثروة الاعلام الرقمي تصنع فارقاً خصوصاً مع ظهور منصات التواصل الاجتماعي كأحد الأدوات الرئيسية في بث الرسائل الاتصالية، التي أتاحت النشر بلا قيود خارجية، ومكنت مستخدميها من حرية البث والنشر.

مع ظهور كل وسيط اتصالي جديد، كان على العملية الاتصالية والإعلامية في المؤسسات والمنظمات أن تعمل على تجديد أسلوبها الاتصالي، عبر مواكبة المستجدات، من خلال دراسة الوسيط الاتصالي وكيفية توظيفه في استراتيجيات الاتصال والإعلام، من ذلك ما يجب على مؤسسات الدولة من القيام به، ومنها وزارات الخارجية؛ التي تعنى بالمقام الأولي على الاتصال بالعالم الخارجي من شعوب وحكومات دول، ذلك ما حدى بمنصات التواصل الاجتماعي إلى أن تكون هي الوسيط الاتصالي والإعلامي الأكثر أهمية في الوقت الراهن؛ لما تمتاز به من سرعة الوصول والانتشار بدون قيود تحد الناشر كان فرداً أو منشأة من الإفصاح عن خبر أو معلومة أو رأي، وكونها منصة عالمية لا تتطلب أي شروط على مستخدميها من وصوله لأي معلومة أياً كان مصدر ناشرها أو موقعه، فأصبح بالإمكان إيصال أي رسالة بغرض تحقيق أهداف تتعلق بالسياسة الخارجية، وبالصورة الذهنية للدولة، والقدرة على التدخل في الشؤون الداخلية لدولة ما، واحتمالية التأثير على الرأي العام للشعب في أي من المجالات الداخلية أو الخارجية.

## مشكلة الدراسة:

في السنوات الأخيرة كان توظيف منصات التواصل الاجتماعي ضمن السياسة الخارجية لحكومات الدول أكثر وضوحاً من خلال الحسابات الرسمية التي تتبع للجهات الحكومية للدول، وتحديداً للجهات التي تعنى بالشأن الخارجي من ذلك وزارات الخارجية، التي عملت بعض الدول على



استخدام منصات التواصل الاجتماعي كأداة للتواصل مع الجمهور الخارجي في دول أخرى، ويبرز ذلك في الأدوار التي ترتبط بالعمل الدبلوماسي المنوط بالسفارات والقنصليات، وقد اتضح أن ذلك الدور بدأ يتسع ليشمل رؤساء الدول الذين اتخذوا من منصات التواصل الاجتماعي وسيلة يمكن من خلالها نشر تصريحاتهم وخطاباتهم مباشرة دون أي وسيط خارجي، الأمر الذي يجعل من سرعة الوصول والتأثير أكبر وأعمق مقارنة بوسائل أخرى، في حال التركيز على صناعة رسائل تتلاءم مع الأهداف المحددة لذلك التواصل المنظم والذي تمثل فيه الرسائل مخرجاً نهائياً لدراسة احتياجات ورغبات الجمهور والأهداف الخاصة بالقائم بالاتصال، وتختلف الرسائل باختلاف المرسل وأهدافه والمستقبل واحتياجاته، مما يحيل إلى ضرورة دراسة الرسائل نظراً للتأثير الذي قد تحدثه، لذلك تسعى هذه الدراسة للعمل على دراسة هذه المجال عبر تحليل الرسائل الذي بثها الرئيس الفرنسي إيمانويل ماكرون عبر حسابه الرسمي على منصة تويتر حول حادثة انفجار مرفأ بيروت في لبنان، ذلك في الرابع من أغسطس من عام ٢٠٢٠، حيث تسعى الباحثة لتحليل هذه الرسائل عبر الإجابة عن التساؤلات التالية:

١. ما القضايا التي تضمنتها الرسائل التي بثها الرئيس الفرنسي حول حادثة انفجار مرفأ بيروت في لبنان؟
٢. ما الجمهور المستهدف في الرسائل التي بثها الرئيس الفرنسي حول حادثة انفجار مرفأ بيروت في لبنان؟
٣. ما الاستمالات الاقناعية التي تضمنتها الرسائل التي يبثها الرئيس الفرنسي حول حادثة انفجار مرفأ بيروت في لبنان؟
٤. ما أهداف الرسائل التي بثها الرئيس الفرنسي حول حادثة انفجار مرفأ بيروت في لبنان؟
٥. ما اللغة المستخدمة في كتابة الرسائل التي بثها الرئيس الفرنسي حول حادثة انفجار مرفأ بيروت في لبنان؟



### أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة في الإسهام بالتالي:

- الإضافة للأبحاث العربية التي تغنى بدراسة الرسالة الإعلامية السياسية في منصات التواصل الاجتماعي.
- تعزيز الاهتمام بمجال صناعة الرسائل الإعلامية التي من الممكن أن يحملها أي وسيط، إذا يتعلق التأثير بعدمه من جودة صناعة الرسالة الإعلامية.
- الإضافة للأبحاث العربية التي تدرس التوجهات الأجنبية الحكومية بالمجتمعات العربية إعلامياً عبر الوسائط الرقمية.
- الإضافة للأبحاث العربية التي تعالج الأزمات الداخلية للشعوب العربية وطريقة تعاطي الحكومات الأجنبية إعلامياً مع تلك الشعوب.

### الدراسات السابقة:

عند البحث عن دراسات سابقة في مجال الرسائل الإعلامية عبر منصات التواصل الاجتماعي لقادة الدول نحو شعوب دول أخرى خلال أزمات تعيشها تلك الشعوب، كان من الصعب العثور عليها في الموروث البحثي، وخلال البحث تم الوصول لتصنيفين تتصل بمشكلة الدراسة:

- الاستخدام السياسي لمنصة تويتر
- تحليل استخدامات تويتر تجاه قضايا محددة.

### 1. دراسات في تحليل استخدامات تويتر تجاه قضايا محددة

استخدام قادة العالم لمنصة تويتر لغرض الاستجابة لتداعيات جائحة فيروس كورونا ٢٠٢٠

World leaders' usage of Twitter in response to the COVID-19 pandemic:  
a content analysis. 2020

Sohaib R. Rufai, Catey Bunce



- هدفت الدراسة لتحليل مضمون تغريدات قادة دول مجموعة ٧G (فرنسا، والولايات المتحدة الأمريكية، والمملكة المتحدة، وألمانيا، واليابان، وإيطاليا، وكندا) للوصول للتدابير الفاعلة التي عمل على تحفيزها هؤلاء القادة عبر حساباتهم الرسمية لشعوبهم، توصلت الدراسة إلى نتائج مفادها أن ثمانية من أصل تسعة من قادة الدول نشطوا خلال فترة الجائحة على منصة تويتر، وأن التغريدات بنسبة ٨٢% كانت تغريدات اعلامية، و ٢٨% كانت روابط الكترونية لمصادر حكومية، و ٩% كانت معنوية و ٦% كانت سياسية، الأمر الذي أثبت مدى قوة منصة تويتر كأداة اتصال سريعة تجاه الشعوب في الأزمات الصحية.

الدعوة التنظيمية للعدالة العرقية: تحليل موضوعات المحتوى لتصاريح الشركة على تويتر ٢٠٢٢

## Organizational Advocacy for Racial Justice: A Thematic Content Analysis of Corporate Twitter Statements 2022

Chad M. Wertley, Sara J. Baker

تحلل هذه الدراسة وتصنف محتوى رسائل الدعوة التنظيمية باستخدام تحليل موضوعات المحتوى، حيث تم جمع التصريحات من خلال منصة تويتر والصادرة عن أفضل ١٠٠ علامة تجارية أمريكية ردًا على مقتل جورج فلويد في مايو ٢٠٢٠. وكشفت النتائج أن البيانات احتوت على موضوعين رئيسيين: التأطير والتمثيل. قامت الشركات بتأطير دعمها للعدالة العرقية من خلال تسمية القضية، والتعبير عن التضامن، ونشر لقطة الحدث، كما أشارت الشركات إلى اتخاذ إجراءات محددة بما في ذلك مواجهة الذات (على سبيل المثال، التدريب على تقبل التنوع)، والتعامل مع الآخر (مثل التبرعات)، والترويج للعلامة التجارية (على سبيل المثال: دمج قيم العلامة التجارية والشعارات).



المجلة الإلكترونية الشاملة متعددة المعرفة لنشر الأبحاث العلمية والتربوية

العدد السابع والستين شهر ( ديسمبر ) 2023

ISSN: 2617-9563

## 2. الاستخدام السياسي لمنصة تويتر

عصر تويتر: دونالد جيه ترامب وسياسة الانحطاط ٢٠١٧

The age of Twitter: Donald J. Trump and the politics of debasement 2017

Brian L. Ott

هدفت الدراسة لتحليل مضمون تغريدات الرئيس الاميركي السابق دونالد ترامب خلال الفترة من اكتوبر ٢٠١٥ وحتى مايو ٢٠١٦ واستنتجت التالي: اولاً يستخدم الرئيس الاميركي معجم بسيط ومتكرر يستخدم فيه كلمات أحادية وصفية مثل جيد، حزين، سيء، ثانياً تغريدات ترامب سلبية من حيث الدلالة ومعظمها عبارة عن إهانات، ثالثاً يستخدم ترامب علامات التعجب بكثرة، تعزز هذه الممارسات المشاعر السلبية في تغريداته وتزيد من تأثيرها العاطفي، والذي ينعكس بدوره في الانفعال الشديد لأتباعه.





تويتر و ترامب والقاعدة: تحول إلى شكل جديد من المحادثات الرئاسية؟ ٢٠١٨

Twitter, Trump, and the Base: A Shift to a New Form of Presidential  
Talk? 2018

Galen Stolee, Steve Caton

سعت الدراسة لتركيز على استخدام الرئيس الأمريكي السابق ترامب لمنصة تويتر والتحول الذي أحدثته في الاستراتيجية الخطابية من التوجه إلى الجمهور الأوسع مبني على الائتلافات إلى التوجه لدائرة انتخابية واحدة مبنية على قاعدة، قدمت الدراسة تحليلاً لغوياً أنثروبولوجياً للرسائل التي بثها الرئيس الأمريكي الأسبق دونالد ترامب على تويتر خلال وبعد حملته الانتخابية ٢٠١٦، واستخلصت الدراسة نتائجها إلى أنه من المهم الأخذ بالاعتبار ٣ نقاط رئيسية عند تحليل الصعود للسلطة : الرسالة، والوسيط الناقل لها، والتوجه المعتمد نحو القاعدة الجماهيرية.

التواصل السياسي على تويتر في برلمانات أوروبا الغربية ٢٠٢١.

Politicians unleashed? Political communication on Twitter and in  
parliament in Western Europe. 2021

Bruno Castanho Silva, Sven-Oliver Proksch.

سعت الدراسة للبحث في تحديد الغرض من استخدام تويتر من قبل سياسيين من أعضاء برلمانات ٧ دول من الاتحاد الأوروبي وهي: الدنمارك وأسبانيا وفرنسا وألمانيا وإيطاليا والسويد والمملكة المتحدة. باستخدام أداة StreamR package for R لتحليل ٢,٠٨٨,٣٨٣ تغريدة من فبراير وحتى ديسمبر ٢٠١٨



كما استخدمت الدراسة the Lexicoder sentiment dictionary لتحليل الخطب والسياق المشاعري لكافة لغات الاتحاد الأوروبي لتحديد مواقف أعضاء البرلمانات عبر تغريداتهم. استنتجت الدراسة أن أعضاء البرلمانات الأوروبية يستخدمون منصة تويتر لغرضين: إما لتعزيز خطاب الحزب الذي ينتمون إليه، أو يتيح لهم تويتر فرصة أكبر للتعبير عن وجهات نظرهم وآراءهم التي لا يمكنهم التعبير عنها في البرلمان.

### الإطار المعرفي

#### الرسالة في مواقع التواصل الاجتماعي

تعد الرسالة هي أحد العناصر الأساسية في العملية الاتصالية (مرسل- رسالة- وسيلة- مستقبل- رجع الصدى- التأثير) وهذه الرسالة هي المحور الأساسي التي تقوم عليه العملية الاتصالية، وتتغير درجة أهمية الرسالة بتغير مرسلها، وسائل نقلها، وخصائص مستقبلها، وأهدافها النهائية، وتتضمن الرسالة معلومات وآراء وأفكاراً يتم التعبير عنها في شكل رموز، قد تكون هذه الرموز في صورة لغوية فيما يعرف بالاتصال اللفظي Verbal وقد تكون صورة غير لفظية ( Makki and Mohammed,2003:28-29) Non Verbal

ويرتبط محتوى الرسائل عادة بالقدرة على الإقناع، كأرضية ثابتة تنطلق منها أهدافها، مستخدمةً بذلك قوة الوسائل الإعلامية التي يتم توظيفها لبث هذه الرسائل، ومهارات مصدر الرسالة، فمع وجود وسيلة اتصال يتم استخدامها لأغراض إعلامية تحقق الوصول للجمهور بصورة سريعة وثابتة وحررة دون قيود، ووجود مصدر ماهر، ورسالة إعلامية محكمة؛ تتلقى الجماهير المستهدفة رسائل تحمل استمالات إقناعية تعمل على التأثير وتحقيق الأهداف المنشودة للمصدر.

يتحمل القائم بالاتصال مهمة أن يولي اهتماماً بكافة الاعتبارات ذات العلاقة بخليفة الجمهور الذي يستهدفه، لتلبي الرسالة الموجهة احتياجات ورغبات هذا الجمهور بما يحقق أهداف المرسل ( V. Akilandeswari and others, 2015: 44)، والأهم في ذلك هو أن على القائم بالاتصال اتخاذ



قرارات مثل: تحديد الأدلة التي سوف يستخدمها في رسالته وتلك التي يستبعداها، والحجج التي سيسهب فيها، نوعية الاستمالات التي يستخدمها ومدى قوتها، فكل رسالة إقناعيه هي نتاج للعديد من القرارات بالنسبة لشكلها ومحتواها، وأغلب تلك القرارات لا يملئها الهدف الإقناعي للرسالة فقط، ولكن يملئها أيضا خصائص المتلقي ومهارات القائم بالاتصال ( Makkawi and Alsayed, 2006: 187 ) ، تحمل الرسالة الاتصالية استمالات إقناعيه الهدف منها التأثير على المتلقي، ولهذه الاستمالات 3 أنواع: استمالات عاطفية Emotional Appeal ، استمالات عقلانية Rational Appeals ، استمالات تخويف، ولكل نوع منها يندرج عدد من الأساليب التي يمكن توظيفها في الرسالة حسب خصائص كل عنصر للعملية الاتصالية، من ذلك خصائص الوسيلة الاتصالية. ( Makkawi and Alsayed, 2006: 188 )

ويغلب في الوقت الحالي وضع مواقع التواصل الاجتماعي ضمن أبرز الوسائل الاتصالية التي يتم الاستعانة بها لبث رسائل بعدد لانهائي، ولجماهير لا حدود لها، وإمكانية توظيفها في كافة الأنشطة التي تهدف إلى الاتصال والتأثير على الجمهور، نظراً لتوفيرها مجالاً واسعاً للانتشار والوصول، ما لا توفره قنوات التلفزة أو المحطات الإذاعية أو الصحف المطبوعة، الأمر الذي يضيف لها الأولوية في قائمة الوسائل الاتصالية التي توظفها الدول لتحقيق سياساتها الخارجية وتحقيق أهدافها للاتصال بالجماهير في الخارج.

لكل حكومة من حكومات الدول أهداف خارجية تعنى بالمقام الأول لكسب التأييد من حكومات وشعوب الدول الأخرى، الوسيلة الأسرع في تحقيقها هو وجود رابط اتصالي يوفر سرعة وسهولة الوصول، يحمل رسالة اتصالية موافقة لخصائص المصدر والمتلقي ، الأمر الذي يزيد من ضرورة صناعة رسالة اتصالية موائمة لهذه الخصائص، كما هو الحال حين تعتمد الدول لصناعة خطابات رسمية سياسة للقادة والمسؤولين، تحمل هذه الخطابات رسائل اتصالية تهدف للتأثير عبر طرح قضايا واحتياجات تتصل مباشرة بالمتلقي، فأصبح بالإمكان بث مثل هذه الرسائل من حساب رسمي خاص برئيس دولة ما في مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة - كمنصة "تويتر" - لعدد لا محدود



من المستخدمين ممن ينتمون لهذه المنصات دون حدود تعيق الوصول لهذه الرسائل والقدرة على التفاعل معها.

فمع ظهور وانتشار جائحة فيروس كورونا، باعتبارها أزمة عالمية، أظهرت دراسة Rufai and Bunce عدد من النتائج بعد تحليل مضمون الحسابات الرسمية لقادة مجموعة الدول الصناعية السبع عبر منصة تويتر حول جائحة فيروس كورونا، والكشف عن استخداماتهم لمنصة تويتر للاستجابة للجائحة خلال الفترة من ١٧ نوفمبر ٢٠١٩ حتى ٢٧ مارس ٢٠٢٠، وكان من أبرزها ظهور ٣ سمات رئيسية للتغريدات وهي: تثقيفي، رفع المعنويات، سياسي

وأظهرت الدراسة أن الرئيس الفرنسي ايمانويل ماكرون اتخذت تغريداته في المقام الأول سمة الاخبار والتثقيف حول الجائحة ومشاركة المعلومات أو التحديثات ثم سمة رفع المعنويات والسعي إلى رفع الروح المعنوية أو التحفيز وكانت اللغة الفرنسية هي اللغة الأولى في نشر هذه التغريدات (Rufai and Bunce, ٥١١:٢٠٢٠-٥١٢)

### الدبلوماسية الرقمية الأوروبية في الشرق الأوسط

أثبتت العلوم السياسية أن الإعلام هو إحدى الأدوات المهمة في مجال تنفيذ السياسة؛ لأنها قادرة على إيصال الرسائل إلى أكبر عدد عبر مؤثرات عديدة، تؤثر على مفاهيم الآخرين ورموزهم الداخلية، سواء كانوا أفراد أو أحزاب أو رموز خارجية كحكومات أو سياسات دولة. (Mustafa and Darwish, ٢٨:٢٠١٦)

فمنذ بروز الدور التي تسهم من خلاله مواقع التواصل الاجتماعي لإحداث التغيير على الرأي العام والوصول فائق السرعة في العالم العربي إبان أحداث ثورات الربيع العربي ٢٠١٠-٢٠١١، تظهر أدوار الدبلوماسية الرقمية الأوروبية نتائج متفاوتة غير ثابتة، فحسبما أظهرته نتائج دراسة AI-



Rawi (٢٠٢٠) أن الدبلوماسية البريطانية الرقمية لم تكن فعالة ولاقت ردود فعل سيئة نتيجة ضعف استراتيجية توجيهها للشعوب العربية خلال أحداث الربيع العربي.

في المقابل تظهر نتائج تجربة السفير البريطاني السابق إلى لبنان توم فليتشير الذي عمد في تجربته الدبلوماسية عبر توظيف حسابه الرسمي على منصة تويتر إلى الحديث عن القضايا الاجتماعية التي يحتضنها المجتمع اللبناني، منها حقوق العمال والعمالات المنزليات في لبنان، صداً إيجابياً، ذلك بعد نشره صوراً يظهر بها كمساعد لعمالته المنزلية خلال مهامها اليومية في العام ٢٠١٤م.

وقد ذكر توم فليتشير في مقابلة له أنه "يأمل أن يشجع ذلك العمالات الأجنبية في لبنان على المطالبة بحقوقهن، وأن يشجع مستخدميهن على تفهم أوضاعهن وحقوقهن ومعاملتهم باحترام أكبر."، ويذكر أن السفير البريطاني كان قد قام سابقاً بتناول الغداء في إحدى الحفلات مع مجموعة من العمالات، بعدما طلبت إدارة الحفل منهن تناول الطعام في مكان منفصل عن مكان تواجد الضيوف (Arabic CNN, ٢٠١٤) ويبرز الإطار العام للهدف الرئيسي من الدبلوماسية الرقمية فيما أشار له خالد الرويتع (٢٠١٣) بأن كل دولة تحاول - عبر دبلوماسيتها العامة الرقمية - ترويج رؤيتها وإضعاف رؤية الدول المنافسة لها تجاه تلك القضايا. (Al-Ruwaita, ٢٠١٣)

الأمر الذي تظهره السياسة الخارجية الفرنسية في تمكين دبلوماسيتها بالتصريح عن آراءهم التي يُزعم بأن يتم تمييزها كآراء شخصية، يظهر ذلك في تجربة الدبلوماسي الفرنسي جيرارد أروود الذي عمل سفيراً لبلاده إلى إسرائيل بين ٢٠٠٣-٢٠٠٦ وعمل رئيس للبعثة الدائمة لبلاده للأمم المتحدة في ٢٠٠٩-٢٠١٤ ثم سفيراً لبلاده في الولايات المتحدة الأمريكية في الفترة ٢٠١٣-٢٠١٩.

عمل أروود على التصريح عدة مرات في قضايا تتصل بشأن داخلي لعدد من الدول دون إظهار أي دلالة بأن تلك التصريحات تعود لتوجيه رسمي من الحكومة الفرنسية، في رأي خاص بشأن الإشارة



لدولة إسرائيل بالعنصرية ودفاعه بتوضيح عن رأيه في حسابه عبر تويتر، وكذلك الأمر عندما أشار إلي تخصيب ايران لليورانيوم عبر تغريدات نشرها (Rashad, 2019)، قوله " ليست هناك أسباب تستدعي استمرار طهران في تخصيب اليورانيوم، بعد انتهاء المدة القانونية للاتفاق النووي الإيراني عام ٢٠٢٥"، وأضاف أن "انتهاء الاتفاق لا يعني انتهاء التزام إيران بالبرنامج النووي غير العسكري، حيث من الممكن أن تفرض عليها عقوبات جديدة حال ما أقدمت على فعل هذا الشيء".

هذه التجارب التي لاقت بطبيعة الحال استنكاراً من الدول المعنية الذي أحال الأمر إلى استدعاء سفراء فرنسا إلى هذه الدول طلباً لتوضيح آراء أروود.

أجاب جيرارد أروود في سؤال وجه له أثناء لقاءه مع الإذاعة الفرنسية RFI حول تجربته في مواقع التواصل الاجتماعي كأداة دبلوماسية: "إذا كنت تريد أن تكون موجوداً في وسائل التواصل الاجتماعي، فعليك أن تحدث بعض الضجيج. إذا كنت تنطق بعبارات مبتذلة فلن يتبعك أحد" (Hird, 2019)

نشر موقع الدبلوماسية الفرنسية الرسمي تعريفاً للدبلوماسية الرقمية ضمن أعمال وزارة الخارجية الفرنسية باعتباره امتداداً للدبلوماسية بمفهومها التقليدي، وهي تستند إلى الابتكارات وأنواع الاستعمال الناجمة عن تكنولوجيات المعلومات والاتصالات. بيد أن الأدوات الرقمية لا تمثل إلا مجرد وسيلة لنقل المعلومات، فهي تساهم في تغيير وجه النشاط الدبلوماسي، وألوية من أولويات وزارة الشؤون الخارجية (France Diplomacy, 2019)



وفي الدبلوماسية الرقمية البريطانية، ذكر السفير السابق للمملكة المتحدة إلى لبنان توم فلينتشر (Foreign, Commonwealth and Development Office, ٢٠١٣) بأن للعمل عبر وسائل التواصل الاجتماعي ٣ مبادئ: الأصالة، ومعنى ذلك أن يشعر الناس بالإنسان الذي يستخدم المنصة، والتفاعل، حيث أتاحت وسائل التواصل الاجتماعي للمستخدمين في الدخول نقاشات ويتم السماع لهم ومن الخطأ تجاهلهم بل يجب إشعارهم بأنه يتم السماع لهم، وأخيراً يجب تحديد هدفاً واضحاً لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

يقول توم فلينتشر الذي تم إطلاق عليه لقب "دبلوماسي تويتر Twitter Diplomat؛ لما له من دور مهم في تطوير الدبلوماسية في وسائل التواصل الاجتماعي: "إن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي أصبح مهماً في العمل الدبلوماسي إذ إنها تساعد في عمليات جمع المعلومات والتحليل والتأثير على الأزمات" (Saleh, ٢٠١٤)

### الاستمالات الإقناعية في الرسالة الإعلامية

الرسالة تعتبر عنصراً هاماً في العملية الاتصالية وهي جوهرها حيث تتضمن أفكاراً وأراء يراد إيصالها للجمهور المستهدف، ومعناها يكمن في التغيير الذي تحدثه على الفكر، حيث يمكن القول أن الهدف من إعداد الرسالة الإعلامية هو التأثير، الطريقة التي يُكوّن بمقتضاها المتلقي صورة عن العالم المحيط به (١٥٩-١٦٠:٢٠١٨، فرجاني)

محتوى الرسالة يرتبط عادة بالقدرة على الإقناع، ولقد عرف أفلاطون البلاغة ويقصد بها الرسالة على أنها "كسب عقول الناس بالكلمات"، أما أرسطو فيرى أن البلاغة "القدرة على كشف جميع السبل الممكنة للإقناع في كل حالة بعينها، وحين نتطرق إلى دراسة الرسالة سوف نلاحظ أن القائم بالاتصال عليه اتخاذ عدة قرارات مثل : تحديد الأدلة التي سوف يستخدمها وتلك التي يستبعدها، والحجم التي يسهب في وصفها ومدى قوتها فكل رسالة إقناعية هي نتاج للعديد من القرارات بالنسبة



أشكالها ومحتواها، وأغلب تلك القرارات لا يملئها الهدف الإقناعي فقط، ولكن تملئها أيضاً خصائص المتلقي ومهارات القائم بالاتصال. (١٨٧:٢٠١٤، مكاي، السيد)

يعبر مضمون الرسالة الإعلامية عن الهدف الأساسي للحملة أو البرنامج. ونجاح الرسالة في إيصال المعلومات والإرشادات والسلوكيات المطلوبة يؤدي إلى نجاح الحملة ككل، ولهذا فمن العوامل الرئيسية لنجاح الرسالة مدى قدرتها على استخدام الاستمالات الإقناعية المناسبة. (١٦١:٢٠١٨، فرجاني)

### أنواع الاستمالات الإقناعية الإعلامية

يوجد ثلاث أنواع من الاستمالات المستخدمة في الرسالة الإقناعية هي:

١. استمالات عاطفية.

٢. الاستمالات عقلانية.

٣. استمالات التخوف.

#### أ. الاستمالات العاطفية Emotional Appeals :

تستهدف الاستمالات العاطفية التأثير في وجدان المتلقي وانفعالاته وأثار حاجاته النفسية والاجتماعية، ومخاطبة حواسه بما يحقق أهداف القائم بالاتصال، وعادة تعتمد الاستمالات العاطفية على استخدام التقاليد والرموز، واستخدام الأساليب اللغوية: التشبيه، الاستعارة، الكناية، دلالات الألفاظ مثل أفعال ادعى-زعم- اعترف واستبدال كلمة بأخرى، الاستشهاد بمصادر، عرض الرأي على أنه حقيقة، معاني التوكيد مثل " مجدداً- بشدة- بقوة".

#### ب. الاستمالات العقلانية Logical Appeals :

وهي استمالات تعتمد على مخاطبة عقل المتلقي وتقديم الحجج والشواهد المنطقية وتفيد الآراء المضادة بعد مناقشتها وإظهار جوانبها المختلفة وتستخدم في ذلك:





١. الاستشهاد بالمعلومات والأحداث الواقعية.

٢. تقديم الأرقام والاحصائيات.

٣. بناء النتائج على مقدمات.

٤. تقديم وجهة النظر الأخرى.

ت. استمالات التخويف Fear Appeals:

تشير استمالة التخويف إلى النتائج غير المرغوبة التي تترتب على عدم اعتناق المتلقي لتوصيات القائم بالاتصال، وتعمل استمالات التخويف على تنشيط الإثارة العاطفية لدى المتلقي مثل إثارة خوف الناس من الحرب لتبريد زيادة اعتماد ميزانيات الجيوش، وخوف الناس من الأمراض الخطيرة حتى يسارعوا إلى الكشف الطبي الدوري. (١٩١-١٨٨:٢٠١٤، مكوي، السيد)

### الإطار المنهجي:

#### منهج الدراسة وأداتها

وظفت هذه الدراسة منهج المسح في مستواه المتعلق بمسح الرسالة في المحتوى المتعلق بتغريدات الرئيس الفرنسي حول حادثة انفجار مرفأ بيروت في لبنان في منصة تويتر، ونظراً لما تهدف إليه هذه الدراسة من الكشف عن الاستمالات الإقناعية في الرسائل التي تتضمنها تغريدات الرئيس الفرنسي إيمانويل ماكرون، تم اعداد استمارة تحليل المضمون تضمنت فئات الدراسة التالية:

- تم تحديد فئات القضايا المطروحة بما يلي: قضايا حادثة انفجار مرفأ بيروت والتي تضم: قضية المساعدات المقدمة وقضية توحيد الجهود الدولية وقضية إصلاحات حكومية وقضية بناء الأمل وقضية العلاقات الداعمة وقضية تطلعات الشعب اللبناني وقضية العلاقات الفرنسية - اللبنانية وقضية الاضرار الناجمة عن الانفجار وقضية الازمة اللبنانية، وقضية إعادة الإعمار) وقضايا أخرى.

- فئات الجمهور المستهدفة والتي تضم (المجتمع اللبناني والشباب والحكومة اللبنانية والقوى السياسية والمنظمات الدولية والإغاثيين والأطباء والمجتمع الفرنسي والمجتمع الدولي).



فئة الاستمالات الإقناعية المستخدمة والتي تضم (الاستمالات العقلانية: يقصد بها نشر رسالة تحوي: الاستشهاد بالمعلومات والأحداث الواقعة، تقديم الأرقام والإحصاءات وبناء النتائج على مقدمات، والاستمالات العاطفية: يقصد بها نشر رسالة تحوي: الشعارات والرموز والأساليب اللغوية والاستشهاد بالمصادر واستخدام غريزة القطيع، واستمالات التخويف: ويقصد بها نشر رسالة تحوي: توضيح خطورة أو مضار مشكلة معينة).

- فئة هدف الرسائل والتي تضم (تقديم معلومات وإظهار فعل التعاطف. وإظهار فعل الدعم والمساندة وإظهار فعل المبادرة وإظهار المناصرة لقضية ما، واستخدام احتياجات الجمهور واستخدام القيم الوطنية. واستخدام الرموز الوطنية).

- فئة لغة تغريدات الرئيس الفرنسي والتي تضم (اللغة العربية واللغة الفرنسية واللغة الإنجليزية ولغات أخرى).

### عينة الدراسة

خلال فترة زمنية محددة تتمثل في يوم حادثة انفجار مرفأ بيروت في لبنان بتاريخ ٤ أغسطس ٢٠٢٠ و حتى ١٧ سبتمبر ٢٠٢٠ بمجموع ٤٥ يوم كحصر شامل لكافة تغريدات الحساب الرسمي للرئيس الفرنسي ايمانويل ماكرون EmmanuelMacron@ والتي بلغت 191 تغريدة خلال هذه الفترة، والتي تستوعب الرسائل التي شملت يوم الحادثة وتبعاتها- و تم استخلاص ٥٦ تغريدة ذات العلاقة بقضايا انفجار مرفأ بيروت، وتم ترجمة التغريدات باللغة غير العربية أو الإنجليزية ترجمة تامة من خلال الاستعانة بمتخصصين في الترجمة من الفرنسية – شمل ذلك ترجمة نصوص الخطابات الرسمية التي تضمنتها بعض التغريدات التي حملت مقاطع مصورة لتصريحات الرئيس الفرنسي، والتي وصل عدد كلماتها إلى ٢٢٦٣ كلمة، تم تحليلها للإجابة عن تساؤلات الدراسة، وقد تم اختيار منصة تويتر للاعتبارات التالية:

١. سهولة التعرف على الرسائل الإعلامية والاتصالية التي يتم التعبير عنها عبر التغريدات في منصة تويتر نظراً لوجوب تحديدها في ٢٨٠ حرف.



٢. منصة تويتر أحد أبرز وأهم المنصات الرقمية التي يتم اعتبارها وتعريفها كجزء من الدبلوماسية الرقمية بالاستناد على الدراسات السابقة.
٣. اعتماد تكنولوجيا الاتصال كأدوات مهمة في تغيير وجهة النشاط الدبلوماسي بالنسبة لدبلوماسية الفرنسية وألوية من أولويات وزارة الشؤون الخارجية الفرنسية ( France Diplomacy, ٢٠١٩)

### اختبار الصدق والثبات

فيما يخص ثبات تحليل عينة الدراسة، تم التأكد من ثبات التحليل في هذه الدراسة من خلال إعادة الترميز بعد فترة اسبوعين، وتم اختيار عينة عشوائية من التغريدات عينة الدراسة بغرض مقارنتها بين العينتين الزمنيتين، وباستخدام معادلة اقترحها هولستي Holsti لتحديد درجة الثبات في دراسات تحليل المضمون أفضت هذه المعادلة إلى نسبة توافق وصلت إلى ٩٠%.

طبقت الباحثة معادلة معامل الثبات لهولستي على العينة الاستطلاعية

$$\text{معامل الثبات} = \frac{2ن}{1ن + 2ن}$$

$$36 / (20+20) = 36 / 40 = 90\%$$

حيث ت = عدد المفردات المتوافقة في كلا الترميزين

١ ن = عدد الحالات التي رمزتها الباحثة قبل اسبوعين

٢ ن = عدد الحالات التي رمزتها الباحثة بعد اسبوعين

بعد تطبيق المعادلة وجدت الباحثة أن نسبة التوافق بين الترميزين تصل إلى ٩٠% ما يدل على

ثبات قوي للبيانات ويدعم صحة النتائج لتحليل العينة الكاملة.

عملت الباحثة على معالجة الدراسة بعد الانتهاء من ترميز التغريدات، وذلك بإدخالها إلى البرنامج

الإحصائي للعلوم الاجتماعية SPSS V ٢٥، حيث تم إجراء ترميز لمتغيرات أداة البحث، وللإجابة

عن أسئلة البحث، استخدمت الباحثة الأساليب الإحصائية التالية:

١. معامل الثبات باستخدام معادلة هولستي Holsti للتحقق من ثبات الأداة



٢. التكرارات والنسب المئوية لتعرييدات Frequency & Percentage: وتستخدم التكرارات والنسب المئوية لوصف العينة وغالباً ما نحتاجها في وصف عينة البحث أو وصف بشكل عام للدراسة
٣. اختبار مربع كاي للاستقلالية chi-square: ويستخدم هذا الاختبار عندما يكون عندنا متغيرين اسميين ويستخدم لمعرفة هل المتغيرين مستقلين ام لا.

### النتائج:

#### التحليل العام للتعرييدات

تتضمن هذه الفقرة من النتائج عرض النتائج التعرييدات (فئة القضايا والتي اشتملت على فئة قضايا انفجار مرفأ بيروت، وفئة الجمهور المستهدف، وفئة الاستمالات الإقناعية التي اشتملت على الاستمالات العقلانية والعاطفية والتخويفية، ثم اهداف الرسائل، ثم اللغة المستخدمة.

التساؤل الأول: ما القضايا التي تضمنتها الرسائل التي بثها الرئيس الفرنسي حول حادثة انفجار مرفأ بيروت في لبنان؟

#### ١- قضايا انفجار مرفأ بيروت

جدول رقم: (1) توزيع تعرييدات الدراسة وفقاً لقضايا حادثة انفجار مرفأ بيروت

التكرارات والنسب المئوية		قضايا انفجار مرفأ بيروت
%	ك	
33.9	19	المساعدات المقدمة
19.6	11	توحيد الجهود الدولية
12.5	7	بناء الأمل
8.9	5	إصلاحات حكومية



7.1	4	العلاقات الداعمة
5.4	3	تطلعات الشعب اللبناني
5.4	3	الازمة اللبنانية
3.6	2	الاضرار الناجمة عن الانفجار
1.8	1	إعادة الإعمار
1.8	1	أخرى
<b>%100</b>	<b>56</b>	<b>المجموع</b>

اتضح من بيانات الجدول أعلاه على مجموعة من القضايا المطروحة في إطار حادثة انفجار مرفأ بيروت، وقد أظهرت النتائج أن أكثر القضايا المطروحة كانت لصالح قضية المساعدات المقدمة بعدد تغريدات (١٩) تغريدة بنسبة ٣٣,٩%، ثم قضية توحيد الجهود الدولية بعدد (١١) تغريدة بنسبة بلغت ١٩,٦%. أما باقي القضايا فكانت تتمركز في قضية بناء الأمل، وقضية إصلاحات حكومية، العلاقات الداعمة، تطلعات الشعب اللبناني، الازمة اللبنانية، الاضرار الناجمة عن الانفجار، إعادة الإعمار، وقضايا أخرى تراوحت نسبتها بين (١,٨% حتى ١٢,٥%).



لمتغير الجمهور المستهدف تبعاً بيروت مرفأ انفجار قضايا تغريدات بين العلاقة: (2) رقم دول

الاجمالي	الجمهور المستهدف				بيروت مرفأ انفجار قضايا	
	المجتمع الدولي	المجتمع الفرنسي	القوى السياسية	المجتمع اللبناني		
19	6	5	0	8	ك	المقدمة المساعدات
100.0%	31.6%	26.3%	0.0%	42.1%	%	
11	11	0	0	0	ك	الجهود الدولية توحيد
100.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	%	
7	0	1	0	6	ك	الأمل بناء
100.0%	0.0%	14.3%	0.0%	85.7%	%	
5	1	0	3	1	ك	حكومية إصلاحات
100.0%	20.0%	0.0%	60.0%	20.0%	%	
4	3	0	0	1	ك	الداعمة العلاقات
100.0%	75.0%	0.0%	0.0%	25.0%	%	
3	0	0	3	0	ك	اللبناني الشعب تطلعات
100.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	%	
2	0	0	0	2	ك	عن الناجمة الاضرار الانفجار
100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	%	
3	1	0	0	2	ك	اللبنانية الازمة
100.0%	33.3%	0.0%	0.0%	66.7%	%	
1	1	0	0	0	ك	الإعمار إعادة
100.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	%	
1	0	0	0	1	ك	أخرى
100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	%	
56	23	6	6	21	ك	الاجمالي
100.0%	41.1%	10.7%	10.7%	37.5%	%	
** 54.79 = فيشر اختبار قيمة						
0.00 = الدلالة مستوى						



المجلة الإلكترونية الشاملة متعددة المعرفة لنشر الأبحاث العلمية والتربوية

العدد السابع والستين شهر ( ديسمبر ) 2023

ISSN: 2617-9563

يتضح من بيانات الجدول أعلاه ان قيمة اختبار فيشر ٥٤,٧٩ بمستوى دلالة أقل من ٠,٠٥ أي يوجد فروق دالة احصائية بين قضايا انفجار مرفأ بيروت تبعاً للفئة الجمهور المستهدف، وكانت أكثر الفئات التي يخاطبها الرئيس الفرنسي هي فئة المجتمع اللبناني كفئة مخاطبة في قضية المساعدات المقدمة، وفي قضية بناء الأمل، وفي قضية الاضرار الناجمة عن الانفجار، وقضية الازمة اللبنانية، اما فئة المجتمع الدولي تم مخاطبتها في قضايا توحيد الجهود الدولية.



جدول رقم: (3) العلاقة بين تغريدات قضايا انفجار مرفأ بيروت تبعاً لتغير الاستمالات الإقناعية

الاجمالي	الإقناعية الاستمالات			مرفأ انفجار قضايا بيروت	
	استمالات التخويف	الاستمالات العاطفية	الاستمالات العقلانية	ك	%
19	1	4	14	ك	المساعدات المقدمة
100.0%	5.3%	21.1%	73.7%	%	
11	0	3	8	ك	الجهود توحيد الدولية
100.0%	0.0%	27.3%	72.7%	%	
5	0	0	5	ك	إصلاحات حكومية
100.0%	0.0%	0.0%	100.0%	%	
7	0	7	0	ك	الأمل بناء
100.0%	0.0%	100.0%	0.0%	%	
4	0	3	1	ك	الداعمة العلاقات
100.0%	0.0%	75.0%	25.0%	%	
3	0	0	3	ك	الشعب تطلعات اللبناني
100.0%	0.0%	0.0%	100.0%	%	
2	0	2	0	ك	لناجمة الاضرار الانفجار عن
100.0%	0.0%	100.0%	0.0%	%	
3	0	2	1	ك	للبنانية الازمة
100.0%	0.0%	66.7%	33.3%	%	
1	0	0	1	ك	الإعمار إعادة
100.0%	0.0%	0.0%	100.0%	%	
1	0	1	0	ك	أخرى
100.0%	0.0%	100.0%	0.0%	%	
56	1	22	33	ك	الاجمالي
100.0%	1.8%	39.3%	58.9%	%	

**\*\* 38.54 = فيشر اختبار قيمة**

**0.00 = الدلالة مستوى**





يتضح من بيانات الجدول أعلاه ان قيمة اختبار فيشر  $38,54$  بمستوى دلالة أقل من  $0,05$  أي يوجد فروق دالة احصائية بين قضايا انفجار مرفأ بيروت تبعاً للاستمالات الإقناعية، فمن اجمالي التغريدات الخاصة بالحادثة وهي  $56$  تغريدة،  $33$  من تغريدات الحادثة كانت تحمل قضاياها استمالات إقناعيه عقلانية و  $22$  من تغريدات الحادثة كانت تحمل قضاياها استمالات إقناعيه عاطفية وتغريدة واحدة احتوت رسالتها على استمالة إقناعيه تخويفية، وكانت أعلى القضايا التي احتوت رسائلها على استمالات إقناعيه عقلانية هي قضتيّ المساعدات المقدمة وقضية توحيد الجهود الدولية.

بالنسبة للاستمالات الإقناعية العاطفية فكانت أعلى القضايا التي احتوت رسائلها على استمالات إقناعيه عاطفية هي قضية بناء الأمل، وقضية العلاقات الداعمة، ثم قضية الاضرار الناجمة عن الانفجار.



جدول رقم: (4) العلاقة بين تغريدات قضايا انفجار مرفأ بيروت تبعاً لمتغير الاستمالات العقلانية

الاجمالي	العقلانية الاستمالات			مرفأ انفجار قضايا بيروت	
	بناء النتائج على مقدمات	تقديم الأرقام والإحصاءات	الاستشهاد بالمعلومات والأحداث الواقعة		
14	3	1	10	ك	المساعدات المقدمة
100.0%	21.4%	7.1%	71.4%	%	
8	3	0	5	ك	الجهود توحيد الدولية
100.0%	37.5%	0.0%	62.5%	%	
5	3	0	2	ك	إصلاحات حكومية
100.0%	60.0%	0.0%	40.0%	%	
1	0	0	1	ك	الداعمة العلاقات
100.0%	0.0%	0.0%	100.0%	%	
3	0	0	3	ك	الشعب تطلعات اللبناني
100.0%	0.0%	0.0%	100.0%	%	
1	0	0	1	ك	اللبنانية الازمة
100.0%	0.0%	0.0%	100.0%	%	
1	0	0	1	ك	الإعمار إعادة
100.0%	0.0%	0.0%	100.0%	%	
33	9	1	23	ك	الاجمالي
100.0%	27.3%	3.0%	69.7%	%	
<b>** 13.07 = فيشر اختبار قيمة</b>					
<b>0.769 = الدلالة مستوى</b>					



يتضح من بيانات الجدول أعلاه ان قيمة اختبار فيشر ١٣,٠٧ بمستوى دلالة أقل من ٠,٠٥ أي يوجد فروق دالة احصائية بين قضايا انفجار مرفأ بيروت تبعاً للاستمالات العقلانية، وان الاستشهاد بالمعلومات والأحداث الواقعة هي أكثر الاستمالات الإقناعية العقلانية المستخدمة في قضية المساعدات المقدمة وقضية توحيد الجهود الدولية لحادثة انفجار مرفأ بيروت، فيما يخص الاستمالات العقلانية التي تستخدم اسلوب بناء النتائج على مقدمات فتوجد ثلاث تغريدات تخص الاصلاحات الحكومية.

جدول رقم: (5) العلاقة بين تغريدات قضايا انفجار مرفأ بيروت تبعاً لمتغير الاستمالات العاطفية

الاجمالي	العاطفية الاستمالات		بيروت مرفأ انفجار قضايا	
	اللغوية الأساليب	والرموز الشعارات	ك	
4	2	2	ك	المقدمة المساعدات
100.0%	50.0%	50.0%	%	
3	3	0	ك	الجهود الدولية توحيد
100.0%	100.0%	0.0%	%	
7	7	0	ك	الأمل بناء
100.0%	100.0%	0.0%	%	
3	3	0	ك	لداعمة العلاقات
100.0%	100.0%	0.0%	%	
2	2	0	ك	الانفجار عن الناجمة الاضرار
100.0%	100.0%	0.0%	%	
2	0	2	ك	اللبنانية الازمة
100.0%	0.0%	100.0%	%	
1	1	0	ك	أخرى
100.0%	100.0%	0.0%	%	
22	18	4	ك	الاجمالي
100.0%	81.8%	18.2%	%	
<b>* 10.79 = فيشر اختبار قيمة</b>				
<b>0.017 = الدلالة مستوى</b>				



يتضح من بيانات الجدول أعلاه ان قيمة اختبار فيشر ١٠,٧٩ بمستوى دلالة أقل من ٠,٠٥ أي يوجد فروق دالة احصائية بين قضايا انفجار مرفأ بيروت تبعاً للاستمالات العاطفية، وكانت اكثر القضايا التي تحتوي على استمالات العاطفية هي قضية المساعدات المقدمة بالتساوي بين الاستمالات العاطفية التي تحتوي على الشعارات والرموز، والأساليب اللغوية، وبالنسبة للاستمالات العاطفية التي تحتوي على الشعارات والرموز فكانت لصالح قضية الازمة اللبنانية، أما الاساليب اللغوية فكانت مستخدمة في قضية توحيد الجهود الدولية، وقضية بناء الأمل، وقضية العلاقات الداعمة.

جدول رقم: (6) العلاقة بين تغريدات قضايا انفجار مرفأ بيروت تبعاً لمتغير هدف الرسائل

الاجمالي	الرسائل هدف					بيروت مرفأ انفجار قضايا	
	أخرى	استخدام القيم الوطنية	إظهار فعل الدعم والمساندة	إظهار فعل التعاطف	تقديم معلومات		
19	0	1	13	1	4	ك	المقدمة المساعدات
100.0%	0.0%	5.3%	68.4%	5.3%	21.1%	%	
11	0	0	10	0	1	ك	الجهود الدولية توحيد
100.0%	0.0%	0.0%	90.9%	0.0%	9.1%	%	
5	1	0	3	0	1	ك	حكومية إصلاحات
100.0%	20.0%	0.0%	60.0%	0.0%	20.0%	%	
7	0	0	7	0	0	ك	الأمل بناء
100.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	%	
4	0	1	3	0	0	ك	الداعمة العلاقات
100.0%	0.0%	25.0%	75.0%	0.0%	0.0%	%	
3	0	0	3	0	0	ك	اللبناني الشعب تطلعات
100.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	%	



الاجمالي	الرسائل هدف					بيروت مرفأ انفجار قضايا	
	أخرى	استخدام القيم الوطنية	إظهار فعل الدعم والمساندة	إظهار فعل التعاطف	تقديم معلومات		
2	0	0	0	2	0	ك	الانفجار عن الناجمة الاضرار
100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	%	
3	0	2	1	0	0	ك	للبنانية الازمة
100.0%	0.0%	66.7%	33.3%	0.0%	0.0%	%	
1	0	0	1	0	0	ك	الإعمار إعادة
100.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	%	
1	1	0	0	0	0	ك	أخرى
100.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	%	
56	2	4	41	3	6	ك	الاجمالي
100.0%	3.6%	7.1%	73.2%	5.4%	10.7%	%	

**\*\* 49.07 = فيشر اختبار قيمة**

**0.014 = الدلالة مستوى**

يتضح من بيانات الجدول أعلاه ان قيمة اختبار فيشر 49,07 بمستوى دلالة أقل من 0,05 أي يوجد فروق دالة احصائية بين قضايا انفجار مرفأ بيروت تبعاً لهدف الرسائل، حيث كان أكثر الأهداف المستخدمة بالمقام الأول يظهر في قضية المساعدات المقدمة هو هدف إظهار فعل الدعم والمساندة، وهدف تقديم معلومات، وكان الهدف الغالب في قضايا انفجار مرفأ بيروت هو إظهار فعل الدعم والمساندة.



جدول رقم (7): العلاقة بين تغريدات قضايا انفجار مرفأ بيروت تبعاً لمتغير اللغة المستخدمة

الاجمالي	المستخدمة اللغة			بيروت مرفأ انفجار قضايا	
	اللغة الإنجليزية	اللغة الفرنسية	اللغة العربية		
19	1	15	3	ك	المقدمة المساعدات
100.0%	5.3%	78.9%	15.8%	%	
11	3	5	3	ك	الجهود الدولية توحيد
100.0%	27.3%	45.5%	27.3%	%	
5	1	3	1	ك	حكومية إصلاحات
100.0%	20.0%	60.0%	20.0%	%	
7	1	4	2	ك	الأمل بناء
100.0%	14.3%	57.1%	28.6%	%	
4	1	2	1	ك	الداعمة العلاقات
100.0%	25.0%	50.0%	25.0%	%	
3	1	1	1	ك	البناني الشعب تطلعات
100.0%	33.3%	33.3%	33.3%	%	
2	0	1	1	ك	الانفجار عن الناجمة الاضرار
100.0%	0.0%	50.0%	50.0%	%	
3	0	2	1	ك	اللبنانية الازمة
100.0%	0.0%	66.7%	33.3%	%	
1	0	1	0	ك	الإعمار إعادة
100.0%	0.0%	100.0%	0.0%	%	
1	0	0	1	ك	أخرى
100.0%	0.0%	0.0%	100.0%	%	



56	8	34	14	ك	الاجمالي
100.0%	14.3%	60.7%	25.0%	%	
<b>14.05 = فيشر اختبار قيمة</b>					
<b>0.757 = الدلالة مستوى</b>					

يتضح من بيانات الجدول أعلاه ان قيمة اختبار فيشر  $14,05$  بمستوى دلالة أكبر من  $0,05$  أي لا يوجد فروق دالة احصائية بين قضايا انفجار مرفأ بيروت تبعاً للغات المستخدمة، وكانت اللغة الفرنسية هي اللغة الغالبة في كتابة الرسائل وبرز ذلك في تغريدات قضية المساعدات المقدمة ثم في قضية توحيد الجهود الدولية، يليها اللغة العربية ثم اللغة الإنجليزية.

التساؤل الثاني: ما الجمهور المستهدف في الرسائل التي بثها الرئيس الفرنسي حول حادثة انفجار مرفأ بيروت في لبنان؟

جدول رقم (8) توزيع تغريدات الدراسة وفقاً للجمهور المستهدف

التكرارات والنسب المئوية		الجمهور المستهدف
%	ك	
41.1	23	المجتمع الدولي
37.5	21	المجتمع اللبناني
10.7	6	القوى السياسية
10.7	6	المجتمع الفرنسي
<b>100%</b>	<b>56</b>	<b>المجموع</b>

تم في هذه الدراسة الاهتمام بفئة الجمهور المستهدف ويقصد بها الجمهور التي وُجّهت له الرسالة، أوضحت النتائج انه ضمن فئة الجمهور المستهدف للتغريدات التي تبحثها الدراسة، أن المجتمع



الدولي جاء في المرتبة الأولى، تلاه وبفارق قليل المجتمع اللبناني ثم القوى السياسية بالتساوي مع المجتمع الفرنسي، كما هو موضح في الجدول رقم (٨).

جدول رقم (٩): العلاقة بين تغريدات القضايا تبعاً لمتغير الاستمالات الإقناعية

مستوى الدلالة	قيمة اختبار فيشر	الاجمالي	الاستمالات الإقناعية			الجمهور المستهدف	
			استمالات التخويف	الاستمالات العاطفية	الاستمالات العقلانية		
0.024*	12.467	23	1	6	16	ك	الدولي المجتمع
		100.0	4.3	26.1	69.6	%	
		21	0	13	8	ك	اللبناني المجتمع
		100.0	0.0	61.9	38.1	%	
		6	0	3	3	ك	الفرنسي المجتمع
		100.0	0.0	50.0	50.0	%	
		6	0	0	6	ك	السياسية القوى
		100.0	0.0	0.0	100.0	%	
		56	1	22	33	ك	الاجمالي
		100.0	1.8	39.3	58.9	%	

توضح نتائج الجدول السابق أن قيمة اختبار فيشر ١٢,٤٦٧ بمستوى دلالة اقل من (٠,٠٥)، أي يوجد فروقات دالة احصائية بين فئة الجمهور المستهدف في التغريدة والاستمالات الإقناعية، حيث اتضح ان فئة المجتمع الدولي تضمنت التغريدات الموجهة له على استمالات إقناعية عقلانية، واحتوت التغريدات الموجهة لفئة المجتمع اللبناني على استمالات إقناعية عاطفية، كما هو موضح في الجدول رقم (٩).





التساؤل الثالث: ما الاستمالات الإقناعية التي تضمنتها الرسائل التي يبيثها بثها الرئيس الفرنسي حول حادثة انفجار مرفأ بيروت في لبنان؟

جدول رقم (10) توزيع تغريدات الدراسة وفقاً للاستمالات الإقناعية

التكرارات والنسب المئوية		الاستمالات الإقناعية
%	ك	
58.9	33	الاستمالات العقلانية
39.3	22	الاستمالات العاطفية
1.8	1	استمالات التخويف
<b>%100</b>	<b>56</b>	<b>المجموع</b>

اشتملت الدراسة على مجموعة من الاستمالات الإقناعية وهي عبارة عن الاستمالات العقلانية، العاطفية، والتخويف، وقد أظهرت النتائج أن أكثر الاستمالات المطروحة كانت لصالح الاستمالات العقلانية بعدد (33) تغريدة بنسبة 58,9%، من حجم التغريدات التي تم تحليلها في هذه الدراسة، وكان أكثرها لصالح أسلوب الاستشهاد بالمعلومات والأحداث الواقعة، ثم أسلوب بناء النتائج على مقدمات، واخيراً تقديم الأرقام والإحصاءات، أما الاستمالة التالية في الترتيب فكانت لصالح الاستمالات العاطفية بعدد (22) تغريدة بنسبة بلغت 39,3%. وكان أكثرها لصالح الأساليب اللغوية، ثم الشعارات والرموز واخيراً تغريدة واحدة لصالح استخدام غريزة القطيع، وتغريدة واحدة لصالح استمالات التخويف بنسبة 1,8%، كما هو موضح في الجدول رقم (10).



التساؤل الرابع: ما أهداف الرسائل التي بثها الرئيس الفرنسي حول حادثة انفجار مرفأ بيروت في لبنان؟

جدول رقم (11) توزيع تغريدات الدراسة وفقاً لهدف الرسائل

التكرارات والنسب المئوية		هدف الرسائل
%	ك	
73.2	41	إظهار فعل الدعم والمساندة
10.7	6	تقديم معلومات
7.1	4	استخدام القيم الوطنية
5.4	3	إظهار فعل التعاطف
3.6	2	أخرى
<b>100%</b>	<b>56</b>	<b>المجموع</b>

أظهرت النتائج أن هدف إظهار فعل الدعم والمساندة احتل المرتبة الأولى بنسبة اعتماد بلغت 73,2% من مجمل المواد التي ينطبق عليها هذا المتغير، وجاء هدف تقديم معلومات في المرتبة التالية بنسبة 10,7%، ثم هدف استخدام القيم الوطنية بنسبة (7,1%) كما هو موضح في الجدول رقم (11).

التساؤل الخامس: ما اللغة المستخدمة في كتابة الرسائل التي بثها الرئيس الفرنسي حول حادثة انفجار مرفأ بيروت في لبنان؟

جدول رقم (12) توزيع تغريدات الدراسة وفقاً للغة المستخدمة

التكرارات والنسب المئوية		اللغة المستخدمة
%	ك	
<b>60.7</b>	<b>34</b>	<b>اللغة الفرنسية</b>



25.0	14	اللغة العربية
14.3	8	اللغة الإنجليزية
%100	56	المجموع

اشتملت الدراسة على مجموعة من اللغات المستخدمة في كتابة التغريدات، وقد أظهرت النتائج أن أكثر اللغات المستخدمة كانت لصالح اللغة الفرنسية بعدد (٣٤) تغريدة بنسبة ٦٠,٧%، من حجم التغريدات التي تم تحليلها في هذه الدراسة، وجاءت اللغة العربية تحتل المرتبة الثانية وبفارق كبير بعدد تغريدات (١٤) تغريدة ونسبة (٢٥%)، واخيراً (٨) تغريدات لصالح اللغة الانجليزية بنسبة (١٤,٣%)، كما هو موضح في الجدول رقم (١٢).

### مناقشة أبرز النتائج

سعت الدراسة إلى الكشف عن بنية الرسائل الاتصالية التي استخدمها الرئيس الفرنسي إيمانويل ماكرون في تغريداته عبر حسابه الرسمي على منصة تويتر، حول حادثة انفجار مرفأ بيروت في الرابع من أغسطس من عام ٢٠٢٠، واستهدفت الدراسة الرئيس الفرنسي كنموذج كان له حضوره المختلف لأزمة خارج بلده تتصل بدولة وقارة وثقافة مختلفة وتتصل معها في قضايا تعود في حقب تاريخية قديمة تظهر في فترة الاستعمار الفرنسي، إضافة للظهور الإعلامي الذي أدى إلى النظر في دراسة ذلك عبر منصة تويتر تحديداً وطريقة الظهور الإعلامي، وتم اختيار تويتر كمنصة دون غيرها لعدة أسباب أهمها سهولة التعرف على الجوانب التي تهدف الدراسة لتحليلها نظراً لمحدودية النشر في ٢٨٠ حرف، والدراسة ضمت تحليل المضمون للتغريدات كماً وكيفاً، فاستهدفت الدراسة بالمقام الأول الكشف عن الاستمالات الإقناعية المستخدمة في رسائل تغريدات الرئيس الفرنسي والتي تتطلب الكشف عن الصورة كاملة للوصول للاستمالات الإقناعية بدءاً بالقضايا التي تضمنتها الرسائل التي بثها الرئيس الفرنسي حول حادثة انفجار مرفأ بيروت في لبنان، حيث كشفت الدراسة أن قضية المساعدات المقدمة للجرحى والمتضررين من الحادثة والتي قدمتها فرنسا كانت أهم القضايا التي تم طرحها في تغريدات الرئيس الفرنسي بنسبة ٣٣,٩% والتي كانت توجه خطابها



إلى المجتمع اللبناني بالمقام الأول بنسبة ٤٢,١% ، وكانت الرسائل تعتمد في غالبيتها على الاستمالات الإقناعية العقلانية بنسبة ٧٣,٧% والتي تستند على الاستشهاد بالمعلومات والاحداث الواقعة ٧١,٤% حيث كانت تستعرض المساعدات المقدمة للمجتمع اللبناني من مستلزمات طبية وغذائية وغيرها من المساعدات الإنسانية الاغاثية التي قدمتها فرنسا، واستخدمت لذات القضية الاستمالات الإقناعية العاطفية بالمقام الثاني بنسبة ٢١,١% مقاسمةً بين استخدام صياغة متضمنة شعارات ورموز منها قوله (مستقبل لبنان يبدأ الآن) ، (بحبك يا لبنان- وهي شعار من الفن اللبناني مستقى من أغنية تعود لمغنية لبنانية ذات صيت وباع طويل تدعى "فيروز") استخدام مثل هذه الشعارات التي يطلقها القائم بالاتصال وهنا المقصود بها الرئيس الفرنسي ايمانويل ماكرون؛ تساعد في تلخيص هدفه في صيغة مؤثرة وواضحة، بشكل يسهل حفظها وترديدها وتصبح مشحونة بمؤثرات عاطفية تثار في كل مرة تستخدم فيها ، وكذلك استخدام الأساليب اللغوية التي تجسد وجهة نظر القائم بالاتصال – وفي هذه الدراسة يقصد به الرئيس الفرنسي ايمانويل ماكرون-Makkawi ( and Alsayed,2006:188-189) ؛ لكسب المجتمع اللبناني في توجيه الأنظار نحو المساعدات المقدمة دور فرنسا والرئيس الفرنسي بوجه خاص في الحادثة كعبارات منها قوله ( أحمل رسالة الأخوة والتضامن من الفرنسيين) ، (إنه لفخر أن نرى أمتنا تنهض لمساعدة لبنان)، ( لن نترك الشعب اللبناني يسقط)، (أقولها نيابة عن الفرنسيين: سنكون دائماً إلى جانب الشعب اللبناني)، (اللبنانيين أنتم مثل الأخوة للفرنسيين) (لن أترككم)، ( من أجل تمارا الصغيرة التي قابلناها بالأمس يجب أن نظل متحمسين) ذلك يرتبط بشكل وثيق بما أشار له السفير السابق للمملكة المتحدة إلى لبنان توم فليشر بأن للعمل عبر وسائل التواصل الاجتماعي ٣ مبادئ منها الأصالة، ومعنى ذلك أن يشعر الناس بالإنسان الذي يستخدم المنصة ( Foreign, Commonwealth and Development Office, 2013) ، كما أن الاستخدام المتراتب للاستمالات الإقناعية (عقلانية ثم عاطفية) في الرسائل الموجه للمجتمع اللبناني؛ متسقاً مع الوضع الاقتصادي والاجتماعي في لبنان يشمل ذلك انبثاق ثورات داخلية ضد الأوضاع الاقتصادية السيئة والمطالبات الشعبية بحاسبة القوى السياسية وتحسين الأوضاع، ثم بتداعيات حادثة انفجار مرفأ بيروت والتي انتجت خسائر مادية وبشرية فادحة انتجت صدى عالمي، أبرز ذلك ضرورة إظهار مبدأ الشفافية باستخدام رسائل



تحتوي الاستمالات الإقناعية العقلانية ثم العاطفية، فالرسالة الإقناعية هي نتاج للعديد من القرارات، وأغلب تلك القرارات لا يملئها الهدف الإقناعي للرسالة فقط، ولكن يملئها أيضا خصائص المتلقي (Makkawi and Alsayed, 2006: 187) كذلك أظهرت الرسائل هدف إظهار فعل الدعم والمساندة بشكل أكبر بنسبة 68,4% ثم هدف تقديم معلومات تخص الحادثة والدعم الاغاثي ومرآه بنسبة 21,1%، واستخدام القيم الوطنية اللبنانية في مخاطبة المجتمع اللبناني بعبارات منها قوله (الحرية والحوار والتعايش، لبنان قوي بهذه القيم)، وهذا يشير إلى ضرورة أن يتحمل القائم بالاتصال مهمة أن يولي اهتماماً بكافة الاعتبارات ذات العلاقة بخليفة الجمهور الذي يستهدفه، لتلبي الرسالة الموجهة احتياجات ورغبات هذا الجمهور بما يحقق أهداف المرسل (V. Akilandeswari and others, 2015: 44)

تغلب اللغة الفرنسية في طرح الرسائل في قضية المساعدات المقدمة على بقية القضايا بنسبة 78,9% وعلى مستوى القضايا عن بقية اللغات بما نسبته 60,7% الأمر الذي قد يعود لاستهداف المجتمع اللبناني على مستوى كافة القضايا بنسبة 37,5% بعد المجتمع الدولي، وقد يعود ذلك إلى أن لغة لبنان الثانية بعد اللغة العربية هي اللغة الفرنسية الأمر الذي يعود للعلاقات التاريخية بين فرنسا ولبنان (Esseili, 2017: 16)

تلا قضية المساعدات المقدمة، قضية توحيد الجهود الدولية لمساعدة لبنان جراء حادثة انفجار مرفأ بيروت بنسبة 19,6% من الرسائل المطروحة في تغريدات الرئيس الفرنسي ايمانويل ماكرون، الذي وجهت رسائلها بشكل كامل للمجتمع الدولي حيث شملت على استمالات إقناعية عقلانية بنسبة 72,7% برزت فيها استخدام الاستشهاد بالمعلومات والاحداث الواقعة بنسبة 62,5% من ذلك قوله خلال سلسلة تغريدات متصلة توجه فيها الخطاب للمجتمع الدولي ( إن الاحتياجات الأكثر إلحاحًا التي عبر عنها الفاعلون على الأرض تتعلق بالصحة والغذاء والتعليم والإسكان، هذا هو المكان الذي سنعمل فيه كأولوية) ثم الاستناد على أسلوب بناء النتائج على مقدمات بنسبة 37,5% منها قوله (ضاف الضرر الهائل في بيروت إلى الأزمة التي يمر بها لبنان منذ سنوات عديدة) ثم استخدام الاستمالات الإقناعية العاطفية بنسبة 27,3% تمركزت في استخدام الأساليب اللغوية منها



قول (نحن، المجتمع الدولي أقرب الأصدقاء والشركاء للبنان)، (إن مستقبل لبنان يبدأ الآن، من أجل لبنان نفسه، مع شركائه الدوليين الذين يقفون إلى جانبه). وبرز هدف إظهار فعل الدعم والمساندة بشكل واضح بنسبة ٩٠,٩% في قضية توحيد الجهود الدولية، والذي تسعى خلاله فرنسا إلى إبراز جهودها على مستوى دولي وظهور اسهاماتها في الحادثة، وبرزت اللغة الفرنسية في صياغة الرسائل بنسبة ٤٥,٥% ثم بالتساوي بين اللغة العربية والانجليزية بنسبة ٢٧,٣% لكلاً منهما، الأمر الذي قد يعود بالسببية إلى استهداف المجتمع اللبناني في كافة القضايا بنسبة ٣٧,٥% بعد المجتمع الدولي.

تلا ذلك بالمرتبة الثالثة قضية بناء الأمل بنسبة ١٢,٥% من الرسائل المطروحة في تغريدات الرئيس الفرنسي ايمانويل ماكرون في حادثة انفجار مرفأ بيروت، الذي وجهت رسائلها للمجتمع اللبناني بنسبة ٨٥,٧% واستخدمت في الرسائل استمالات إقناعية عاطفية فقط عبر استخدام الأساليب اللغوية بشكل كامل، منها قوله (لبنان ليس وحده)، (نحن معكم ولن نترككم أبداً، يجمعنا الحب والحرية). وأظهرت رسائل القضية هدف إظهار فعل الدعم والمساندة، وجاءت لغة رسائل القضية بالفرنسية في المقام الأول تليها العربية، الأمر الذي يبرز فيه التوجه مباشرة للجمهور اللبناني كشعب عربي ذو خلفية ثقافية تحمل صبغة فرنسية بسبب العلاقات التاريخية بين البلدين.

فيما يخص المستوى العام لمتغيرات الدراسة وبالإجابة على تساؤلاتها، أوضحت النتائج انه ضمن فئة الجمهور المستهدف في الرسائل، أن المجتمع الدولي جاء في المرتبة الأولى، تلاه وبفارق قليل المجتمع اللبناني الذي قد يعود إلى دور التكنولوجيا ووسائل التواصل الاجتماعي الكبير في بداية الثروة الداخلية في لبنان في مطلع ٢٠٢٠، وأدى الاستخدام المكثف للوسائط التكنولوجية إلى إيصال صوت الثورة إلى الرأيين الداخلي والعالمي بسرعة قياسية (Fares, 2019) كذلك ما عمل عليه النشطاء عبر نشر مطالبهم من خلال انشاء الوسوم في تويتر (Iskandarani, 2020) يشكل أعداد مستخدمين مواقع التواصل الاجتماعي في لبنان ٤,٥٧ مليون من أصل ٦,٨٠ مليون نسمة، الأمر الذي يعكس نسبة استخدام والاعتماد على التواصل والوصول للأخبار على هذه المنصات



(Kemp, 2021) كذلك تبعات جائحة فيروس كورونا؛ الأمر الذي يعزز من استهداف المجتمع اللبناني عبر منصة تويتر.

ثم القوى السياسية بالتساوي مع المجتمع الفرنسي. واتضح ان فئة المجتمع الدولي تضمنت رسائل التغريدات الموجهة له على استمالات إقناعية عقلانية، واحتوت التغريدات الموجهة لفئة المجتمع اللبناني على استمالات إقناعية عاطفية، كما أظهرت النتائج أن أكثر الاستمالات المطروحة في عينة الدراسة كانت لصالح الاستمالات العقلانية بنسبة 58,9%، من حجم التغريدات التي تم تحليلها في هذه الدراسة، وكان أكثرها لصالح أسلوب الاستشهاد بالمعلومات والأحداث الواقعة، ثم أسلوب بناء النتائج على مقدمات، واخيراً تقديم الأرقام والإحصاءات، أما الاستمالة التالية في الترتيب فكانت لصالح الاستمالات العاطفية بنسبة بلغت 39,3%. وكان أكثرها لصالح الأساليب اللغوية، ثم الشعارات والرموز.

كما أظهرت النتائج أن هدف إظهار فعل الدعم والمساندة احتل المرتبة الأولى بنسبة اعتماد بلغت 73,2%، وجاء هدف تقديم معلومات في المرتبة التالية بنسبة 10,7%، ثم هدف استخدام القيم الوطنية. كما أظهرت النتائج أن أكثر اللغات المستخدمة كانت لصالح اللغة الفرنسية بنسبة 60,7%، من حجم التغريدات التي تم تحليلها في هذه الدراسة، ثم اللغة العربية بنسبة 25%. وتأتي هذه النتائج متوافقة مع نتائج دراسة Rufai and Bunce التي أظهرت نتائجها يخص تغريدات الرئيس الفرنسي في أزمة جائحة فيروس كورونا أن الرئيس الفرنسي ايمانويل ماكرون اتخذت تغريداته في المقام الأول سمة الاخبار والتنقيف حول الجائحة ومشاركة المعلومات أو التحديثات ثم سمة رفع المعنويات والسعي إلى رفع الروح المعنوية أو التحفيز، وفي هذه الدراسة أظهرت النتائج أن الاستمالات الإقناعية المستخدمة بأن الاستمالات الإقناعية العقلانية هي الأبرز تليها الاستمالات الإقناعية العاطفية، مما يشير لسمات النهج العام للتأثير للرئيس الفرنسي في تويتر.



### الاستنتاج:

تعد منصة تويتر أداة قوية في صناعة التأثير والتغيير، خصوصاً لدى أعلى السلطات في الدول وهم حكام هذه الدول، ويأتي الأمر بتحدٍ أكبر عند محاولة الوصول لجمهور خارجي وفي وقت يمكن وصفه بالأزمة مما يزيد من حساسية كل العناصر الاتصالية بما فيها صناعة الرسائل، ولما لمنصة تويتر من ميزة في تحديد النشر في ٢٨٠ حرف، تأتي هذه العملية بحساسية أكبر يتزامن مع احتمالية تأثير ومخاطرة أكبر.

في أزمة انفجار مرفأ بيروت في الرابع من أغسطس ٢٠٢٠، كان حضور تغريدات وتفاعل الرئيس الفرنسي ايمانويل ماكرون افتراضياً وواقعياً لافتاً، الأمر الذي أوجد هذه الدراسة لبحث خصائص رسائل الرئيس الفرنسي حول الحادثة عبر تغريداته المنشورة على منصة تويتر.

أظهرت هذه الدراسة أن الاستمالات الإقناعية التي استخدمها الرئيس الفرنسي خلال فترة العينة للحادثة اعتمدت على الاستمالات الإقناعية العقلانية في رسائل التغريدات الموجهة للمجتمع الدولي ثم المجتمع اللبناني ثم الاستمالات الإقناعية العاطفية بالمقام الثاني للمجتمع اللبناني، الأمر الذي ترافق مع الوضع الاجتماعي والاقتصادي للمجتمع اللبناني والعلاقات الفرنسية اللبنانية، ذلك يشير إلى أن النهج المتكامل في بناء الرسائل يقوم على الوضع العام للمجتمع المستهدف والتوازن في استخدام الاستمالات الإقناعية بحسب حالة الحدث ووضع القائم بالاتصال وجمهوره والاداة الاتصالية الرقمية.

### المراجع العربية

١. السيد، ليلي؛ مكاي، حسن (٢٠١٤) الاتصال ونظرياته المعاصرة. ط١١. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية
٢. فرجاني، علي (٢٠١٨) العلاقات العامة واستراتيجيات الاتصال. ط١. عمان: دار امجد للنشر والتوزيع





### المراجع الأجنبية

1. Makki,H., & Mohammed, B(2003) *Entrance to communication*,28-29.
2. Saleh, Suleiman (2014) *Media and Public Diplomacy*,196.
3. Makkawi, H., & El-Sayed,L (2006) *Communication and its theories*, 188.
4. Mustafa,R.,& Darwish,A (2016) Political Marketing through Social Media. *The Arab Journal of Media and Communication*, No.16: 28.
5. Qassem,Q (2016) Between Adhering to the Taif Agreement and Calling for a Founding Conference, *The Future of The Lebanese Political System*. *Emirates Journal*. Issue 1245-1244, 19.
6. Akilandeswari, V., Kumar, A. D., Freeda, A. P., & Kumar, S. N (2015) Elements of effective communication. *International Journal of Multidisciplinary Research and Modern Education (IJMRME)*, 1(1), 2452-6119.
7. Berelson, Bernard (1952) *Content analysis in communication research*. New York: Hafner.
8. Bjola, C., & Jiang, L (2015) Social media and public diplomacy. *Digital diplomacy: Theory and practice*, 71-88.
9. del Mar Gálvez-Rodríguez, M., Sáez-Martín, A., García-Tabuyo, M., & Caba-Pérez, C (2018) Exploring dialogic strategies in social media for fostering citizens' interactions with Latin American local governments. *Public relations review*, 44(2), 265-276



10. Rufai, S. R., & Bunce, C (2020) World leaders' usage of Twitter in response to the COVID-19 pandemic: a content analysis. *Journal of public health*, 42(3), 510-516.
11. Al-Rawi, A (2020) The development of British Public Diplomacy in the Arab world.
12. Esseili, F (2017) A sociolinguistic profile of English in Lebanon. *World Englishes*, 36(4), 684-704.
13. Castanho Silva, B., & Proksch, S. O. (2022). Politicians unleashed? Political communication on Twitter and in parliament in Western Europe. *Political Science Research and Methods*, 10(4), 776-792.
14. Ott, B. L. (2017). The age of Twitter: Donald J. Trump and the politics of debasement. *Critical studies in media communication*, 34(1), 59-68.
15. Rufai, S. R., & Bunce, C. (2020). World leaders' usage of Twitter in response to the COVID-19 pandemic: a content analysis. *Journal of public health*, 42(3), 510-516.
16. Stolee, G., & Caton, S. (2018). Twitter, Trump, and the base: A shift to a new form of presidential talk?. *Signs and society*, 6(1), 147-165.
17. Wertley, C. M., & Baker, S. J. (2022). Organizational Advocacy for Racial Justice: A Thematic Content Analysis of Corporate Twitter Statements. *The Journal of Public Interest Communications*, 6(1), 26-26.



18. Rufai, S. R., & Bunce, C. (2020). World leaders' usage of Twitter in response to the COVID-19 pandemic: a content analysis. *Journal of public health*, 42(3), 510-516.
19. Wertley, C. M., & Baker, S. J. (2022). Organizational Advocacy for Racial Justice: A Thematic Content Analysis of Corporate Twitter Statements. *The Journal of Public Interest Communications*, 6(1), 26-26.
20. Ott, B. L. (2017). The age of Twitter: Donald J. Trump and the politics of debasement. *Critical studies in media communication*, 34(1), 59-68.
21. Stolee, G., & Caton, S. (2018). Twitter, Trump, and the base: A shift to a new form of presidential talk?. *Signs and society*, 6(1), 147-165.
22. Castanho Silva, B., & Proksch, S. O. (2022). Politicians unleashed? Political communication on Twitter and in parliament in Western Europe. *Political Science Research and Methods*, 10(4), 776-792.

#### قائمة روابط الكترونية

- 1 .Arabic CNN (2014) In Pictures, The British Ambassador to Lebanon Plays the Role of a Domestic Worker for a Day, 15 October. <https://arabic.cnn.com/entertainment/2014/10/15/tom-fletcher-house-maid>.
- 2 .Al-Ruwaita, Khaled (2013) Digital public diplomacy and foreign policy, Asharq Alawsat, 29 November. <https://aawsat.com/home/article/11373>



- 3 .Rashad, Hisham (2019) Iran summons French ambassador over tweets about uranium enrichment, Al-Ain, 14 April. <https://al-ain.com/article/iran-nuclear-enrichment-agreement11>
- 4 .Hird, Alison (2019) Gérard Araud: the art of being a French diplomat, RFI, 18 October. <https://www.rfi.fr/en/france/20191017-gerard-araud-straight-talking-french-diplomat> 13.03.2021
- 5 .France Diplomacy (2019) Digital and soft diplomacy, Diplomatie. <https://www.diplomatie.gouv.fr/en/french-foreign-policy/digital-diplomacy/digital-soft-diplomacy/>
- 6 .Foreign, Commonwealth and Development Office (2013) Tom Fletcher on what social media is, Youtube, 20 September. <https://www.youtube.com/watch?v=pTQf4lJm9jU>
- 7 .Fares, Walid (2019) The Lebanese Revolution 2019... its causes and its fate, Independentarabia, 22 october. <https://www.independentarabia.com/node/65726/آراء/الثورة-اللبنانية-2019-أسبابها-ومصيرها>
- 8 .Iskandarani, Aya (2020) The Lebanese state is going after social media activists, The National News, 8 July. <https://www.thenationalnews.com/opinion/comment/the-lebanese-state-is-going-after-social-media-activists-1.1045618>
- 9 .Kemp, Simon (2021) Digital 2021: Lebanon, Data Reportal, 11 February. <https://datareportal.com/reports/digital-2021-lebanon>