

## الاستخدام الدبلوماسي لشبكة تويتر: دراسة تحليلية للحسابات الرسمية لوزارة الخارجية العمانية

د. إيمان محمد زهرة\*

أ. لبنة بنت سليم العلوية\*\*

### المخلص

تسعى الدراسة لتحليل استخدام وزارة الخارجية العمانية لشبكة تويتر في إدارة قضيتي الحرب اليمنية والأزمة الخليجية، حيث تهدف أولاً إلى الكشف عن الخصائص العامة لحساب وزارة الخارجية العمانية وتغريداتها عبر تويتر في سلطنة عمان، ثم تقوم بتوصيف وتحليل إستراتيجيات وزارة الخارجية العمانية في إدارة اتصالات قضيتي الحرب اليمنية والأزمة الخليجية ومقارنتها مع النماذج العلمية واستخلاص مدى كفاءة إدارة اتصالات القضيتين عبر تويتر.

وتستند الدراسة على نظرية الاتصال الحواري ونموذج إستراتيجية إدارة القضايا، وتعد من الدراسات الوصفية وتعتمد على منهج المسح الإعلامي، وتطبق أدوات تحليل المضمون والمقابلة غير المقننة.

وأوضحت النتائج أن وزارة الخارجية العمانية لا تطبق أية إستراتيجيات محددة لإدارة القضايا عبر شبكات التواصل الاجتماعي، حيث إن هذه الشبكات ما هي إلا أداة إعلامية ثانوية لنشر أعمال الوزارة. وأشارت النتائج أيضاً إلى عدم وضوح استغلال إمكانيات شبكة تويتر ومميزاتها الاستغلال الأمثل.

كما أكدت نتائج الدراسة أن وزارة الخارجية العمانية على شبكة تويتر انتهجت نفس الإستراتيجيات المستخدمة في الإعلام التقليدي كإستراتيجية الصمت وعدم القيام برد فعل وإستراتيجية التمسك بالمبدأ وإستراتيجية التعاون بين طرفي الخلاف والتي تتوافق مع أهداف السلطنة وتوجهها الخارجي ومركزاتها السياسية.

وبينت النتائج عدم التزام وزارة الخارجية العمانية بقواعد اتصالات إدارة القضايا في مرحلة ما قبل ظهور القضية وقواعد اتصالات إدارة القضايا في مرحلة التنفيذ، لذلك فتقدير كفاءة اتصالات القضيتين إجمالاً ضعيف، وهو ما لا يتوافق مع استخدام الإعلام الجديد كأداة من أدوات الإصلاح علي كافة المستويات.

\*أستاذ مساعد بقسم الإعلام بقسم العلاقات العامة والإعلان – جامعة القاهرة

\*\* باحثة بكلية الآداب والعلوم الاجتماعية – جامعة السلطان قابوس

## **Utilizing Twitter for Diplomatic Purposes: An Analytical Study of The Omani Ministry of Foreign Affairs Official Social Media Accounts**

### **Abstract:**

The study aims at analyzing the Omani Ministry of Foreign Affairs' use of Twitter in managing the issues of the Yemeni war and the Gulf crisis, via revealing the general characteristics of the Omani Ministry of Foreign Affairs account and its tweets. Then, the research describes and analyses the communication strategies of issues management utilized in the Yemeni war and Gulf crisis compared to various scientific models. Mechanisms utilized to increase effectiveness and efficiency of communication strategies regarding managing the Yemeni war and the Gulf crisis via Twitter in the Sultanate of Oman are also discussed.

This descriptive study relies on media survey methodology through applying content analysis and unstructured interviews tools and adopts the Dialogic Theory and Issues Management Strategy as theoretical frameworks.

The results indicated that the Omani Ministry of Foreign Affairs did not implement strategies utilized specifically for performing issues management via twitter. Twitter is rather utilized as secondary media tool only for disseminating news.

Moreover, the ministry did not exploit the capabilities and advantages of Twitter, in addition to the fact that the Sultanate of Oman did not abide by the principles of issues management communications in the pre-issue phase and implementation phase.

The results of the study also confirmed that the Omani Ministry of Foreign Affairs on Twitter adopted the same strategies used in traditional media, including the strategy of silence and no-reaction, principled strategy, and cooperation between dispute parties, which corresponds to the Sultanate's goals, its external orientation, and its political principles. Finally, the overall assessment of strategic communication efficiency regarding the two issues under study is weak, which is incompatible with the use of new media as a tool of reform at all levels.

## أولاً: مقدمة

منذ سبعينات القرن العشرين بدأ الاهتمام بموضوع إدارة القضايا Issues Management، وازداد الاهتمام بها مع ظهور شبكات التواصل الاجتماعي وتنامي استخدامها، حيث أبرز التطور التقني والانتشار الواسع لشبكات التواصل الاجتماعي بين فئات المجتمع المختلفة، تطور العديد من العلاقات والأعمال التقليدية والممارسات الاتصالية في كافة المجالات ومنها مجال إدارة القضايا، وذلك باعتبار شبكات التواصل الاجتماعي عاملاً محورياً مؤثراً في تشكيل الرأي العام حول قضايا معينة، أو إثارة قضايا جديدة. وزاد الاهتمام مع تعاظم دور مجموعات النشطاء Activist Groups واعتبارهم شريكاً فاعلاً في العلاقات التبادلية بين الدول أو المؤسسات وبين مجموعات المصالح، حيث يعملون على مشاركة آرائهم ومعلوماتهم عن الأحداث والقضايا، مما أبرز دورهم في إدارة القضايا عبر شبكات التواصل الاجتماعي باعتبار هذه الشبكات فضاءات مفتوحة توفر المعلومات والأدوات وتبرز الأخبار والأحداث بمضامين مختلفة تتناسب مع المتفاعلين من خلالها.

وتعد إدارة القضايا من أهم وظائف العلاقات العامة الحديثة التي يتم تعريفها على أنها "العملية التي تبادر من خلالها المؤسسات بتحديد وتحليل وتقدير مدى أهمية القضية الناشئة التي تؤثر أو من المحتمل أن تؤثر على علاقة المؤسسات بمجموعات المصالح باستخدام أساليب بحثية، واختيار وتنفيذ الاستجابة الاتصالية والإدارية الملائمة لها" (Cutlip et al., 2000:17). وتبرز أهمية إدارة القضايا عبر شبكات التواصل الاجتماعي في وقت صار فيه الرأي العام عبر شبكات التواصل الاجتماعي هو القوة الضاغطة التي تصنع القرار أو تؤثر في صنعه أو تعمل على تغييره، حيث تؤدي شبكات التواصل الاجتماعي دورها في تشكيل رأي عام يتأثر بما يُقدم له من مواد، تؤدي بدورها إلى إطلاق و بروز العديد من القضايا، وتتيح منابر واسعة للنقاش والحوار وتبادل الآراء والأفكار، ومن ثم حشد مجموعات المصالح لمناصرة قضية من القضايا أو لتكوين رأي عام حول القائم منها أو لإثارة قضايا لم تُعربها وسائل الإعلام التقليدية الاهتمام أو تمارس الرقابة على من يثيرها أو يطرحها للعلن.

وتقوم السياسة الخارجية لسلطنة عمان على مبدأ الحوار لحل الخلافات بين الأطراف المتنازعة في منطقة الشرق الأوسط، وترفض السلطنة تبني القوة الصلبة في حل الخلافات وفض النزاعات الداخلية والنزاعات الدولية، وتؤمن أن الحوار يجب أن يكون هو اللغة السائدة بين الدول. ومن هذا المنطلق، جاء الفهم العُماني للعلاقات الدولية والتوجهات الدبلوماسية، وبالتالي لمفهوم السياسة الخارجية، وفي ذلك تأكيد على أن المصالح المشتركة بين الدول هي الأساس الذي يجب أن ترتكز عليه السياسات الخارجية، وقد تنامي هذا التوجه مع التوجهات العُمانية للسلم والتفاهم على الصعيدين العام والخاص (حمودي، 1993).

وتُعد سلطنة عُمان الدولة الوحيدة في مجلس التعاون الخليجي التي لم تشارك في التحالف العربي ولم تدعم عملية "عاصفة الحزم" في عام 2015، في الوقت نفسه، أعدت السلطنة مبادرة في إطار إجراء انتخابات برلمانية ورئاسية سريعة باليمن، وتحويل الحوثيين إلى حزب

سياسي، وواصلت جهودها لتحرير الرهائن السعوديين من قبضة الحوثيين، وساعدت في إطلاق سراح عدد من الرهائن الغربيين في عام 2015 (عادل، 2015).

كما عُرفت سلطنة عُمان بدورها في الجمع بين وجهات النظر بين دول الخليج وجيرانها في العديد من القضايا الحساسة، واتخذت مواقف محايدة بشأن عدد من القضايا الإقليمية، بخلاف باقي دول مجلس التعاون، دون التخلي عن رغبتها في الحفاظ على الحوار مفتوحًا مع جميع الأطراف، ففي خضم الأزمة الخليجية، حيث الحصار على دولة قطر منذ يونيو 2017 بقيادة المملكة العربية السعودية، تجنبت سلطنة عُمان النزاع، والتزمت سياستها ودورها التقليدي المتمثل في الحياد الإيجابي.

وبالرغم من ذلك، فقد تم تناول قضيتي الحرب اليمنية "عاصفة الحزم"، والأزمة الخليجية عبر شبكة تويتر من منحنى آخر، حيث اتهمت بعض الجهات الرسمية وغير الرسمية السلطنة بتسهيل تهريب الأسلحة إلى الحوثيين المتمردون في اليمن، وهذا التعاطي عبر شبكات التواصل الاجتماعي وتفاقم تداوله، شكل تهديدًا كبيرًا لمصالح سلطنة عُمان وعلاقتها مع المملكة العربية السعودية ودولة الإمارات العربية المتحدة على الرغم من أن سلطنة عمان فندت هذه الادعاءات عبر وسائلها الدبلوماسية الرسمية ووسائل الإعلام العُمانية. كما فسر بعضهم أن قرار سلطنة عُمان بعدم الانضمام إلى دول الحصار في الأزمة الخليجية هو في حد ذاته إظهار الدعم لدولة قطر، وقد قام المواطنون العمانيون بالتفاعل مع الوسوم والتغريدات وتصويب وجهات النظر والرد على الاتهامات، وتهذنة الأوضاع والخلافات قبل تفاقمها وتحولها لأزمة بين السلطنة ودول مجلس التعاون الخليجي المحاصرة لقطر، ومن ثم كان من المناسب البحث عن الدور الدبلوماسي الرسمي في هذا الصدد.

ولذا تقوم هذه الدراسة برصد وتحليل وتقييم استخدام وزارة الخارجية العمانية لشبكة تويتر دبلوماسيا في إدارة قضيتي الحرب اليمنية والأزمة الخليجية، حيث تقوم بتوصيف وتحليل إستراتيجيات اتصالات إدارة قضيتي الحرب اليمنية والأزمة الخليجية ومقارنتها مع النماذج العلمية، واستخلاص كفاءة اتصالات إدارة قضيتي الحرب اليمنية والأزمة الخليجية عبر تويتر في سلطنة عمان، وتحديات إدارة القضايا السياسية الخارجية عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

#### ثانيا: تحديد المشكلة البحثية:

اتسمت السياسة الخارجية العُمانية بمجموعة من الصفات التي فرضتها حقائق التاريخ والجغرافيا، والإمكانات الأمنية، والاقتصادية، والثقافية. وقد جاءت، في المجمل، سياسة هادئة، ومعتدلة، ومتوازنة، وحيادية، وقد عُرفت سلطنة عُمان بدورها في الجمع بين وجهات النظر على مستوى دول الخليج وجيرانها في العديد من القضايا الحساسة، واتخذت مواقف محايدة بشأن عدد من القضايا الإقليمية والدولية، إلا أنه مع تزايد توظيف شبكة "تويتر" في القضايا السياسية والدولية، تم توجيه انتقادات للسياسة الخارجية العمانية وطريقتها في التعبير عن مواقف محددة إزاء القضايا، وما تفرضه طبيعة الشبكة التي تمكّن مستخدميها من عرض القضية بشكل مفصل، والاستعانة بمختلف الأساليب التوضيحية. وقد برز استخدام تويتر في إدارة القضايا السياسية الخارجية التي أُثيرت بين سلطنة عمان وبعض الدول، وكان منها

الهجوم على سياسات سلطنة عمان لرفضها المشاركة في الحرب اليمنية، واتهامها بالانحياز إلى قطر في الأزمة الخليجية. وقد انتقلت تداعيات هذه القضايا إلى مستوى القاعدة الشعبية من خلال "تويتر" الذي نشط عليه المتابعون من دول الخليج لتداول هذه القضايا، من خلال العديد من الوسوم، منها الداعم لموقف السلطنة والمعارض لها، وأدى ذلك إلى تنامي الاستخدام المتواصل لشبكة تويتر وقوة تأثيرها واعتبارها عاملاً محورياً مؤثراً في تشكيل الرأي العام وما يترتب عليه من تداعيات تنفيذية وتغيير للأساليب والإستراتيجيات التي تستخدمها السلطنة لمواجهة هذا التيار المؤيد تارة والمعارض تارة أخرى.

ومن هنا تتبلور مشكلة الدراسة الحالية في كشف وتوصيف وتحليل استخدام وزارة الخارجية العمانية لشبكة تويتر دبلوماسياً في إدارة قضيتي الحرب اليمنية والأزمة الخليجية ومدى مطابقتها للنماذج العلمية لإدارة القضايا، والتحديات التي تواجهها في إدارة هذه القضايا عبر تويتر، من خلال تحليل مضمون حساب وزارة الخارجية العمانية وتغريداتها عبر تويتر حتى نهاية عام 2020 واستخلاص مدى كفاءة اتصالات إدارة قضيتي الحرب اليمنية والأزمة الخليجية عبر تويتر في سلطنة عمان، وتحديات إدارة القضايا السياسية الخارجية.

#### ثالثاً: أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة لتحقيق هدف رئيسي واحد وهو كشف وتوصيف وتحليل استخدام وزارة الخارجية العمانية لشبكة تويتر دبلوماسياً في إدارة قضيتي الحرب اليمنية والأزمة الخليجية. وينبثق عن هذا الهدف الرئيسي مجموعة من الأهداف الفرعية هي:

- 1- الكشف عن الخصائص العامة لحساب وزارة الخارجية العمانية على شبكة تويتر في سلطنة عمان حتى نهاية عام 2020.
- 2- التعرف على خصائص تغريدات وزارة الخارجية العمانية في قضيتي الحرب اليمنية والأزمة الخليجية على شبكة تويتر حتى نهاية عام 2020.
- 3- كشف وتوصيف وتحليل استخدام وزارة الخارجية العمانية لنظرية الاتصال الحوارية وإستراتيجيات اتصالات إدارة قضيتي الحرب اليمنية والأزمة الخليجية على شبكة تويتر حتى نهاية عام 2020.
- 4- مقارنة إستراتيجيات اتصالات إدارة قضيتي الحرب اليمنية والأزمة الخليجية عبر تويتر في السلطنة بالنماذج العلمية.
- 5- استخلاص مدى كفاءة الاتصالات في إدارة قضيتي الحرب اليمنية والأزمة الخليجية عبر تويتر في سلطنة عمان.
- 6- الكشف عن تحديات إدارة قضايا السياسة الخارجية عبر تويتر في سلطنة عمان.

#### رابعاً: أهمية الدراسة:

- 1- تبرز أهمية هذه الدراسة في كونها على المستوى الخليجي من أوائل الدراسات التي تتناول إدارة القضايا عبر تويتر، وإستراتيجيات إدارة القضايا في سلطنة عمان، وهو ما يجعلها مدخلاً لبحوث أخرى أكثر تخصصاً في مجال إدارة القضايا عبر شبكات التواصل الاجتماعي في سلطنة عمان.

- 2- تفتح هذه الدراسة مجالاً جديداً وحيوياً في ظل الاهتمام المتزايد بتأثير شبكات التواصل الاجتماعي على صياغة سياسات وإستراتيجيات إدارة القضايا عبر شبكات التواصل الاجتماعي.
- 3- تعتبر هذه الدراسة نواة لإطلاق دراسات أخرى تتناول إدارة القضايا ودور شبكات التواصل الاجتماعي في المؤسسات العمانية المختلفة.
- 4- تساعد نتائج الدراسة الحالية القائمين على مراقبة القضايا الخارجية في تطوير اتصالات إدارة القضايا عبر شبكات التواصل الاجتماعي والاستفادة من الإستراتيجيات والنماذج العلمية ومعالجة أوجه القصور لديهم في هذا الصدد.

#### خامساً: الإطار النظري للدراسة

يتضمن الإطار النظري للدراسة استعراض النظريات والنماذج التي تعتمد عليها الدراسة، حيث تم الاعتماد على نظرية الاتصال الحواري ونموذج إستراتيجية إدارة القضايا.

#### 1- نظرية الاتصال الحواري Dialogic Theory:

تعتبر نظرية الاتصال الحواري تطويراً للنموذج المتمثل أو المتوازن ذي الاتجاهين من نماذج Grunig، ويرجع مفهوم الحوار إلى قيام المؤسسة بالاتصال بمجموعات المصالح لمناقشة القضايا المختلفة، ويدعم مفهوم الحوار التحول من إدارة الاتصال إلى التأكيد على الاتصال كأداة للنقاش حول العلاقات بين مؤسسة ما ومجموعات المصالح (الدليمي، 2015).

وتؤكد نظرية الاتصال الحواري على أن المؤسسات يجب أن تكون على استعداد للتفاعل مع مجموعات المصالح بطرق نزيهة وأخلاقية من أجل تكوين قنوات اتصال فعالة بين المؤسسة وبينهم (Kent et al., 2003).

وقد أشار الباحثان (Kent & Taylor, 2002) إلى عدد من المبادئ الشاملة "للحوار"، والتي تعد الخطوة الأولى باتجاه تحديد مفاهيم النظرية الحوارية وهي:

- 1- التبادلية (Mutuality)، أو إدراك العلاقات بين المؤسسة ومجموعات المصالح.
- 2- الاعتراف بأهميتها (Propinquity)، سواء كانت علاقات منسجمة، أم مؤقتة للتواصل مع مجموعات المصالح.
- 3- التقمص (Empathy) من خلال التأكيد على أهداف ومصالح مجموعات المصالح وتدعيمها.
- 4- المخاطرة (Risk) أو الاستعداد للتفاعل مع مجموعات المصالح بحسب متطلباتهم.
- 5- الالتزام (Commitment) إلى الحد الذي تكون فيه المؤسسة قادرة على الاستمرار في التواصل مع مجموعات المصالح.

تم تطبيق نظرية (Kent & Taylor) الحوارية وأطر قياس الاتصال الحواري على مجموعة متنوعة من المواقع الإلكترونية للمؤسسات، فعلى سبيل المثال، درست Taylor كيفية استخدام المؤسسات النشطة شبكة الإنترنت لبناء العلاقات، ووجدت أن معظم المؤسسات الفاعلة قد تسد الحاجة إلى الجوانب التقنية والاتصالية اللازمة لبناء علاقة حوارية من خلال شبكة

الإنترنت، إلا أنها لا تتخرط بشكل كامل مع مجموعات المصالح في مجال الاتصال في اتجاهين، بالإضافة إلى ذلك، وجدت أن المؤسسات الفاعلة كانت أكثر استعدادًا لتلبية احتياجات مجموعات المصالح بدلاً من حرصها على تلبية احتياجات وسائل الإعلام (Wirtz & Ngondo, 2013).

وناقش (Kent & Taylor) كيف يمكن استخدام المواقع الإلكترونية لإطلاق حوار مع مجموعات مصالح المؤسسة، واستعرضا خمسة مبادئ لتسهيل العلاقات الحوارية من خلال شبكة الإنترنت (Kent & Taylor, 1998:321) وهي:

أولاً: سهولة استخدام الموقع والتفاعل من خلاله Ease of Use/Interface.

ثانياً: تقديم معلومات مفيدة لمجموعات المصالح Usefulness of Information.

ثالثاً: الاحتفاظ بالزوار Conservation of Visitors.

رابعاً: تشجيع الزوار على العودة Generation of Return Visits.

خامساً: بناء دائرة العلاقات الحوارية Creation of Dialogic Loop واعتماد مبدأ الاتصال في اتجاهين Two-Way Communication في تعامله مع زواره.

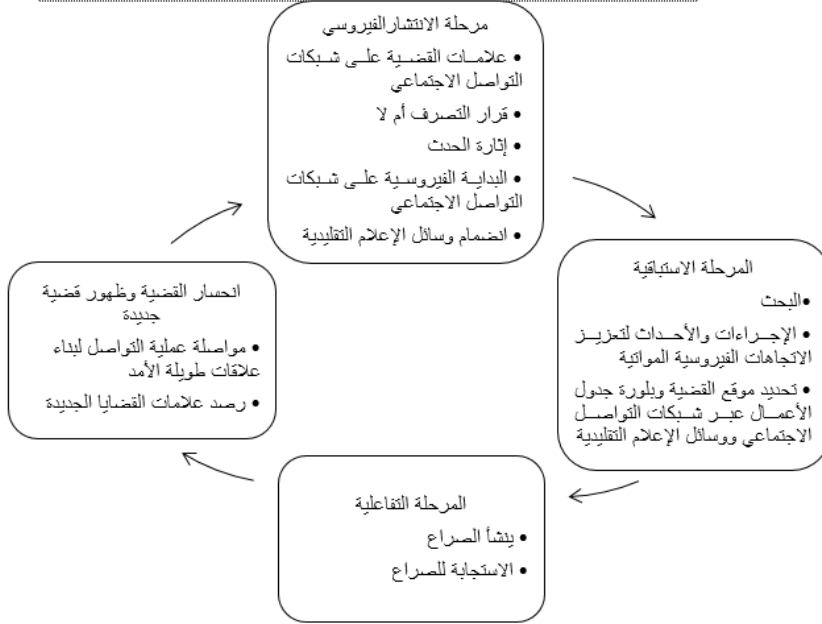
ولقد توسعت نظرية الاتصال الحوارية في توضيح كيفية بناء المؤسسات المختلفة للعلاقات الحوارية مع مجموعات المصالح من خلال المواقع والمدونات، وشبكات التواصل الاجتماعي. وقد بينت الدراسات أن العملية الحوارية التي تمت باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي تساعد في بناء وتسهيل العلاقات بين المؤسسات ومجموعات المصالح بصورة أكثر توازناً (Kent et al., 2003).

وتقوم الدراسة الحالية بالاستفادة مما تضمنته نظرية الاتصال الحوارية من خلال فحواها الذي يؤكد على الاتصال البيئي والتفاعلي الذي تتضمنه أساساً شبكات التواصل الاجتماعي، وأن الحوار عبر شبكات التواصل الاجتماعي يرتبط باهتمام مجموعات المصالح وإيصال المعلومة الصحيحة لهم، بالإضافة إلى المبادئ الاتصالية التي تضمنتها النظرية الحوارية مثل التبادلية، أي إدراك العلاقات بين المؤسسة ومجموعات المصالح، وتأكيد رغباتهم، أو الاستعداد للتفاعل معهم بحسب متطلباتهم.

وتعمل الدراسة الحالية على تفسير التفاعلية الحوارية عبر صفحة وزارة الخارجية العمانية على شبكة تويتر وتفاعل مجموعات المصالح مع قضيتي الحرب اليمنية والأزمة الخليجية التي تتم مناقشتها عبر الشبكة، حيث يتيح الحوار عبر شبكة تويتر ترسيخ مبدأ التفاعلية التي تمكن المتابعين من طرح الأسئلة والمناقشة، وذلك من خلال تقييم مدى ظهور مبادئ نظرية الاتصال الحوارية على الصفحة.

2 - نموذج إستراتيجية إدارة القضايا

يقوم نموذج إستراتيجية إدارة القضايا عبر شبكات التواصل الاجتماعي على أربعة مراحل كما يوضح الشكل التالي وهي: مرحلة التحريض على القضية والانتقال إلى المرحلة الفيروسية (The Issue Fermenting and Going Viral)، المرحلة الاستباقية (The Proactive)، المرحلة التفاعلية (The Reactive)، وانحسار القضية وظهور قضية جديدة (The Issue Receding and New Issue Fermenting).



شكل 1: مراحل إستراتيجية إدارة القضايا عبر شبكات التواصل الاجتماعي (Gilboa, 2008)

يوضح شكل (1) دورة نهج إدارة القضايا عبر شبكات التواصل الاجتماعي، حيث إن الانتشار الفيروسي على شبكات التواصل الاجتماعي هو القناة الرئيسية للاتصال إلا أنها تحتاج إلى دعم وسائل الإعلام التقليدية، وأن شبكات التواصل الاجتماعي تصبح من الأدوات الإستراتيجية في المرحلة الاستباقية والتفاعلية عندما تُستخدم لدفع الاتجاهات والتواصل مع الأحداث والإجراءات المرحلية، والتأكيد على القيم الأساسية وحل النزاعات، أما في مرحلة انحسار القضية فتكون شبكات التواصل الاجتماعي أدوات تكتيكية كونها مرتبطة في الغالب بالإجراءات اليومية والروتينية (Gilboa, 2008).

وفي ضوء الدراسة الحالية يتم استخدام النموذج لتحديد استخدام تويتر دبلوماسيا في إدارة قضيتي الحرب اليمنية والأزمة الخليجية خلال المرحلة الاستباقية والمرحلة التفاعلية، والأدوات الإستراتيجية التي تستخدمها الوزارة في التفاعل والتواصل مع الأحداث، بالتطبيق على صفحة وزارة الخارجية العمانية على شبكة تويتر ومجموعات المصالح المتفاعلة مع قضيتي الحرب اليمنية والأزمة الخليجية وتحديد النهج الذي استخدمته الوزارة في إدارة



القضيتين ومدى التزامها بالأدوات خلال المرحلتين الاستباقية والتفاعلية، وذلك من خلال توصيف وتقييم الإستراتيجيات ومقارنتها بالنموذج.

#### سادسا: مسح التراث العلمي

تعد الدبلوماسية الرسمية في إدارة القضايا عبر شبكات التواصل الاجتماعي من الموضوعات الحديثة في بحوث العلوم الإنسانية، ولاحظت الباحثتان قلة الدراسات العربية التي تناولت إدارة القضايا وندرة الدراسات التي تناولت دور شبكات التواصل الاجتماعي في إدارة القضايا، حيث تبين أن أغلب الدراسات تعرضت لقوة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في صنع السياسة وليس في إدارة القضايا دبلوماسيا. وفيما يلي عرض لعدد من الدراسات التي ارتبطت بموضوع الدراسة الحالية حسب التسلسل الزمني.

هدفت دراسة (Ittefaq, 2019) إلى تحليل استخدام فيسبوك وتويتر من قبل أكبر دولتين في جنوب آسيا (باكستان والهند)، حيث تم اختيار 10 حسابات على شبكتي فيسبوك وتويتر لمسؤولين حكوميين كعينة للتحليل بما في ذلك رؤساء الوزراء والمكاتب الصحفية الوطنية ومكاتب العلاقات العامة العسكرية وأقسام الدبلوماسية العامة ووزارات الخارجية. واعتمدت الدراسة على تحليل المحتوى الكمي ومنهج البحث المقارن، واستخدمت نظرية التواصل الحوارية كإطار نظري للدراسة.

وأشارت النتائج أنه لا توجد مشاركة رقمية وحوار بين الدوائر الحكومية ومجموعات المصالح من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، ولا تتعامل الدوائر الحكومية مع الجماهير المحلية أو الأجنبية من خلال الوسائط الرقمية. كما بينت النتائج أن المحتوى المنشور في كل من حسابات الدولتين يخاطب الجماهير الدولية أكثر من الجماهير داخل البلد، كما أنه لا توجد في كلتا الدولتين خطط واضحة لتنظيم شبكات التواصل الاجتماعي. كما أشارت النتائج إلى أن كلتا الدولتين تؤمن بإمكانات شبكات التواصل الاجتماعي، لكنها تفتقر إلى التواصل مع الجماهير الأجنبية.

وناقشت دراسة (McKeon and Gitomer, 2019) دور شبكات التواصل الاجتماعي في دعم عملية الاحتجاجات السياسية وتعبئة الحركات الاجتماعية، حيث تعالج الدراسة الاحتجاج ضد الاختبارات في نظام التعليم العام في الولايات المتحدة، واستخدمت المجموعات المحتجة شبكات التواصل الاجتماعي لتجنيد الأعضاء الراضين وتقوية الاحتجاج رقميا، ونشر المعلومات ثم التواصل لتنظيم الاحتجاج بالشكل التقليدي. واستندت الدراسة على تحليل المحتوى عبر فيسبوك، بالإضافة إلى مقابلات مع ستة مشاركين.

وأشارت نتائج الدراسة إلى أن معدلات رفض الاختبارات كانت أعلى في المناطق الغنية وأقل في المناطق الفقيرة، وأن الآباء الفقراء لديهم وقت أقل لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي للقيام بنشاط سياسي. وأكدت النتائج أنه على الرغم من أن استخدام تكتيكات شبكات التواصل الاجتماعي كانت حاسمة في التعبئة والتنظيم فإن الأشكال التقليدية للعمل السياسي لم يتم استبدالها ببساطة بالأشكال الجديدة.

وبحثت دراسة (Zakky et al., 2019) استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وخاصة التغريد كجزء من محادثات الإندونيسيين في العالم الافتراضي، وأدوار بعض الحسابات التي تلعب دورًا مهمًا في الاستجابة للقضايا السياسية والدينية عبر تويتر بطريقة كوميدية. وتم جمع البيانات عن طريق تحليل محتوى الحسابات والمراجعة الأدبية لدور شبكات التواصل الاجتماعي.

وأشارت نتائج الدراسة إلى أن الحسابات استخدمت إستراتيجية الفكاهة لمناقشة الموضوعات السياسية والدينية لخفض التوتر عند مناقشة القضايا الحساسة. وبينت النتائج أيضًا أن تويتر يتميز بتمكين الناس من التحدث بحرية حول مختلف الموضوعات، بحيث تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي وخاصة تويتر ساحة للمعركة. وأظهرت النتائج أيضًا أن كل الحسابات لديها نفس الإستراتيجية في الرد على أي قضايا دينية وسياسية في إندونيسيا.

وناقشت دراسة (Duong et al., 2019) إدارة القضايا عبر شبكات التواصل الاجتماعي من خلال إجراء 18 مقابلة متعمقة مع النشطاء والمشاركين في حملة قطع الأشجار في العاصمة الفيتنامية هانوي، ومتابعة التغطية الإخبارية، ودراسة محتوى شبكات التواصل الاجتماعي المتعلقة بحملة "6700 شخص لـ 6700 شجرة". واستندت الدراسة على نظرية إدارة القضايا، ودور النشطاء في إدارة القضايا عبر شبكات التواصل الاجتماعي. وسعت لدراسة إستراتيجيات النشطاء خلال حملات الحركات الاجتماعية وتطبيقها في تعزيز التغيير الاجتماعي في سياق نظام سياسي استبدادي وفعالية شبكات التواصل الاجتماعي في تحقيق ذلك. وتم جمع البيانات عن طريق المقابلات المتعمقة للمشاركين وتحليل التغطية الإخبارية ومحتوى شبكات التواصل الاجتماعي.

وأشارت النتائج إلى استخدام النشطاء المتطور لإستراتيجيات التأطير التي تتبع المراحل المختلفة من دورة حياة القضية لتكوين مشكلة بطريقة مشروعة وإدارتها بنجاح من أجل تحقيق أهدافهم. وأوضحت النتائج أيضًا أن الجماعات الناشطة هي جهات فاعلة اجتماعية ذات نفوذ ومتطورة في استخدام التواصل الإستراتيجي للتأثير على المؤسسات، وأنها حققت من خلال التواصل الإستراتيجي تغييرًا ونجحت في بناء شكوى مشتركة من الظلم وبناء الهوية الجماعية والمواجهة المباشرة مع الحكومة. وأشارت الدراسة إلى أنه مع استخدام أساليب تأطير خلاقة وقوية على شبكات التواصل الاجتماعي ومراقبة استجابات مجموعات المصالح عبر شبكات التواصل الاجتماعي، تمكن النشطاء من تحريك مجموعات المصالح إلى أبعد من مجرد أن يكونوا ناشطين على شاشات، بل متفاعلين في الواقع الطبيعي وليس الافتراضي، ويمكن للنشطاء الاستفادة بشكل إستراتيجي من قوة منصات شبكات التواصل الاجتماعي التي تمكنهم من تشكيل "الوساطة على مستوى القاعدة الشعبية".

وطورت دراسة (Wu and Yang, 2017)، نموذجًا تحليليًا يجمع بين إدارة القضايا والدبلوماسية العامة، حيث تم تطبيق نموذج إدارة القضايا على حالة حملة الدبلوماسية العامة الصينية في قضية فيروس إيبولا في غرب أفريقيا. وتهدف الدراسة إلى فهم كيفية تعبئة الصين لمجموعة واسعة من (الموارد البشرية، الموارد المادية، الموارد المالية، .... إلخ) وبناء

العلاقات مع مختلف الجهات الفاعلة لإدارة قضية فيروس إيبولا. وطبقت الدراسة نموذج تحليل الشبكة الاجتماعية وتحليل المحتوى النوعي لتقديم فهم شامل لوظيفة وهيكل شبكات الدبلوماسية العامة الصينية فيما يتعلق بقضية إيبولا. وتوضح الدراسة مدى التطبيق الواسع للدبلوماسية العامة في إدارة القضايا.

وسعت دراسة (Sobel et al., 2016) للتعرف على كيفية استخدام السفارات الأمريكية لتويتر، وتقييم ما إذا كان استخدام تويتر يُعتبر تعزيزاً لبعثات وزارة الخارجية الأمريكية أو "مقياساً" للموضوعات المحلية، وتم مراقبة وتحليل تغريدات أربع سفارات رسمية تابعة لوزارة الخارجية في البلدان التي شهدت نزاعات سياسية أو اجتماعية كبيرة وهي أفغانستان وليبيا ونيجيريا وسوريا، وأربع سفارات في دول تسعى الولايات المتحدة لمراقبتها وهي مصر، وكوريا الجنوبية، وفنزويلا وتنزانيا. وتم جمع البيانات المتاحة عن استخدام تويتر لكل سفارة.

وأسهمت هذه الدراسة في فهم الدور الناشئ الذي قد يلعبه تويتر في السياسة الخارجية، إذ تقدم ملقاً تعريفياً وصفياً لكيفية عمل سفارات الولايات المتحدة الأمريكية كجزء من بعثات وزارة الخارجية والأهداف الدبلوماسية للولايات المتحدة، من خلال إلقاء الضوء على استخدام تويتر من قبل السفارات الأمريكية، وأكدت الدراسة على أهمية وتعقيدات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في السياسات الخارجية والعلاقات الدولية.

وكشفت الدراسة أن شبكات التواصل الاجتماعي لم تكن من أولويات السياسات الخارجية والعلاقات الدولية في الدول التي تعاني من اضطرابات شديدة، حيث أن الاستخدام المحدود نسبياً لتويتر من قبل السفارات في هذه الدول يشير إلى أنه لم يتم استخدامها كأداة اتصال مفيدة، كما أن السفارات التي لديها عدد أكبر من التغريدات نتيجة وعيها بقيمة شبكات التواصل الاجتماعي تملك موارد أكثر داخل السفارة لإدارة مواقع التواصل الاجتماعي. كما كشفت الدراسة أن السفارات تستخدم تويتر للترويج، وتكوين علاقة إيجابية مع المواطنين والمؤسسات الخارجية، بما يتماشى مع مهمة وزارة الخارجية لتحسين العلاقات الدولية. كما تشير أيضاً إلى إمكانية قيام تويتر بتحقيق تدفق اتصالي ثنائي الاتجاه من السفارات إلى المواطنين في الخارج والعكس.

وناقشت دراسة (Skoric et al., 2016) الإستراتيجيات الخطابية المستخدمة من قبل السنغافوريين في الاحتجاج ضد سياسة الحكومة في 2013، حيث بدأت تعبئة المتظاهرين من خلال شبكات التواصل الاجتماعي للاحتجاج العام ضد سياسة الكتاب الأبيض، إلا أن الاحتجاجات فشلت في إحداث تغييرات من قبل الحكومة.

وفحصت الدراسة تشكيل وديناميكيات أطر العمل الجماعي على شبكات التواصل الاجتماعي، وكيفية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في دعم الاحتجاجات، ومدى فعاليتها في تطوير ودعم الحركات الاجتماعية. وحللت الدراسة جميع المشاركات والتعليقات التي نشرت على المدونات وصفحات فيسبوك من 12 مارس 2013 إلى يوم الاحتجاج في 1 مايو 2013. وركز التحليل على الأطر التي استخدمها المنظمون والأفراد للاحتجاج.

وأشارت النتائج إلى دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنظيم وتعبئة الجماهير من المؤيدين بأقل تكلفة. كما أشارت إلى تجنب السياسيين التفاعل على شبكات التواصل الاجتماعي كونها متعبة ويصعب السيطرة عليها، كما بينت الدراسة تفاعل الأفراد في نشر مجموعة متنوعة من المعلومات الاحتجاجية اليومية والتفاعل مع المتابعين من خلال الإجابة على الأسئلة حول الاحتجاج وقضاياها. ووجدت الدراسة أن إطار الدافعية كان أقوى الأطر المستخدمة عبر شبكات التواصل الاجتماعي. واستخدم المنظمون إطار الإقناع للأفراد في بداية الاحتجاج، إلا أن الحكومة استخدمت إطار التهيب والإنذار مما أدى إلى تراجع أعداد كبيرة من المشاركين في الاحتجاجات، الذي أدى بدوره إلى فشل الحركة الاحتجاجية، وتأكيد الحكومة على فعالية شبكات التواصل الاجتماعي في العمل على الإستراتيجيات المضادة للحركات الاجتماعية.

وناقشت دراسة (Lorentzen, 2014) طرق جمع وتحليل البيانات المتعلقة بالتفاعل مع المحتوى على تويتر للمناقشات السياسية السويدية، ومناقشة كيفية دراسة الاتصالات الشبكية على تويتر، استناداً إلى العلاقات المتبادلة في النظام الأساسي مع مراعاة التفاعل بين أصحاب السلطة والمستخدمين الآخرين. وتركز الدراسة على تحليل تغريدات تويتر المكونة من ثلاثة أنواع: (إعادة التغريد وإدراج أسماء المستخدمين، والرسائل الموجهة والردود).

وأظهرت النتائج أن تويتر يُمكن المستخدمين من إنتاج وتصفية المحتوى الذي ينتجه المستخدمون الآخرون، ونظراً لأن المستخدم يختار من يجب متابعته يمكن أن يبدو تويتر محايداً، وأن المستخدمين يتواصلون ويتشاركون في التفكير السياسي بشكل أساسي، واشتملت الدراسة على عينة قوامها 985 من أبرز المشاركين في الـ #svpol، وتم إجراء دراسة تجريبية استمرت ثمانية أسابيع، ثم تمت متابعة هؤلاء المستخدمين مع التركيز على الاتجاهات والأحداث المشتركة. وكشفت الدراسة أيضاً أنه يمكن اعتبار تويتر أساساً مُصدراً للآراء وردود الفعل، ولكن ليس كمنتدى للنقاش السياسي المؤهل. وخلصت الدراسة إلى أن استخدام تويتر في السياق محل الدراسة تسيطر عليه مجموعة نخوية من المستخدمين.

وناقشت دراسة (Stieglitz et al., 2014) كيفية استخدام تويتر في مجال التواصل السياسي خلال فترات الانتخابات مع التركيز بشكل خاص على خصائص وسلوك التواصل على حسابات المؤثرين، وأهمية تحديد المستخدمين ذوي التأثير كونهم الأكثر قدرة على التأثير في السياسة وصناعة الرأي العام.

وقامت الدراسة على منهج دراسة حالة انتخابات برلمان الولاية في برلين بألمانيا في 18 سبتمبر 2011، وتم تحليل حسابات 30 مستخدماً لمدة أربعة أسابيع، وبلغ إجمالي التغريدات 17788 تغريدة. وأظهرت نتائج الدراسة أن تغريدات المؤثرين والتي يعبرون من خلالها عن مشاعرهم تلاقي رواجاً أكبر بين المستخدمين، وتؤثر على مشاعرهم. وتميل تغريدات الأحزاب السياسية والسياسيين إلى السلبية، وأكدت النتائج تأثير المشاعر على سرعة انتشار التغريدات.

وعرضت دراسة (Maireder & Ausserhofer, 2014) الحوار السياسي عبر تويتر في مقاطعة كارينثيا النمساوية، حيث ناقش مستخدمو تويتر تأثير الحكم بالسجن على نائب حاكم مقاطعة كارينثيا بالنمسا، وتأثير الحدث على النمسا سياسياً وثقافياً، والتعليق على تطورات القضية. وقام مستخدمو شبكة تويتر بنشر القصص الإخبارية والوثائق والمقاطع الساخرة عن الموضوع، وتفاعلوا بالرد.

وأشارت نتائج الدراسة إلى أن المناقشة عبر تويتر كانت مفتوحة وشفافة وتساعد على تبادل المعلومات والأفكار، كما أسهمت شبكة تويتر في إعادة هيكلة الخطابات السياسية وتوسيع نطاق النقاشات، كما يستخدم الصحفيون ومحترفو العلاقات العامة والسياسيون والنشطاء والخبراء تويتر لمشاركة الأخبار والتواصل مع الأشخاص من أجل المصلحة السياسية الداخلية للنمسا. وتوصلت نتائج الدراسة أيضاً إلى أن العديد من مستخدمي تويتر خلال فترة مناقشة القضية لم يكن لديهم أي انتماء سياسي. واستنتجت الدراسة أن واقع الخطابات السياسية بين مستخدمي تويتر تتشكل من خلال التواصل الحواري مع الجهات الفاعلة، ويجد المشاركون في الخطابات السياسية أنفسهم داخل مفاوضات اجتماعية عامة في الأحداث السياسية.

واستهدفت دراسة (Ali and Ajaz, 2014) تحليل العلاقة بين الهند وباكستان من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، ودور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل العلاقات بين الهند وباكستان وكيف تقوم هذه الشبكات ببناء المجتمعات، وناقشت دبلوماسية المواطن في كلٍ من الهند وباكستان عبر شبكات التواصل الاجتماعي. وكشفت نتائج الدراسة أن شبكات التواصل الاجتماعي تلعب دوراً رئيساً في تشكيل العلاقات الهندية الباكستانية، حيث تعكس القضايا الرئيسية وتبالغ فيها، كما أنها تُظهر رد فعل مجموعات المصالح فما يُعرف بدبلوماسية المواطن، ويمثل رد الفعل الشعبي الذي يؤثر على صنّاع السياسة لاتخاذ القرارات. وأوضحت نتائج الدراسة أن الحكومة تعمل على مراقبة ردود أفعال مجموعات المصالح في القضايا والأحداث بين الهند وباكستان مثل كشمير، ونزاع المياه، وتوتر خطاب الاستقلال، وتمرد بلوشستان، وهجمات البرلمان الهندي، وانتفاضة طالبان، وهجمات مومباي. وتؤثر النقاشات عبر شبكات التواصل الاجتماعي على اتخاذ القرارات السياسية والسياسات، وقد أكدت القيادة العسكرية والسياسية العليا أن ضغط شبكات التواصل الاجتماعي يؤثر على قراراتها والأحداث التي وقعت وكذلك التي تحدث.

وناقشت دراسة (Zhang, 2013) استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الدبلوماسية العامة كعملية لتفعيل نموذج إستراتيجية إدارة القضايا (SIM). وتضمنت الدراسة دراستي حالة، وتم استرجاع نصوص الأخبار وشبكات التواصل الاجتماعي باللغة الصينية من خلال عمليات البحث عن الكلمات الرئيسية في محرك البحث الصيني Baidu و Google Chinese. وسعت الدراسة إلى معرفة كيفية استخدام إستراتيجية إدارة القضايا عبر شبكات التواصل الاجتماعي في مجال الدبلوماسية العامة في إعادة تقييم مفهوم "الارتباط"، والسياسة العامة لإدارة أوباما الخارجية. وشملت العينة البحثية على نطاق واسع الدبلوماسيين الأمريكيين ومستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في الصين والحكومات المركزية والمحلية الصينية ووسائل الإعلام التقليدية في الصين والولايات المتحدة. واعتمدت الدراسة على نموذج

Grunig الممثل ثنائي الاتجاه كإطار نظري لها، وحددت أربع مراحل لإستراتيجية إدارة القضايا. وأكدت الدراسة أن المجال العام المتمثل في التوسع في شبكات التواصل الاجتماعي هدفٌ رئيسٌ للسياسة الخارجية والعلاقات الدولية، وأشارت إلى أن الحدود التقليدية التي تحدد القضايا الخارجية والمحلية والمبادرين والمتلقين أصبحت غامضة بشكل متزايد، كما أوضحت أن شبكات التواصل الاجتماعي هي أدوات تكتيكية إلى حد كبير في المرحلتين الأولى والأخيرة، لكنها قد تصبح أدوات إستراتيجية في المراحل الاستباقية والتفاعلية، والتي يستخدمها الدبلوماسيون لتعزيز الاتجاه الفيروسي، ووضع جدول الأعمال، والرد على أي قضية.

وفحصت دراسة (Conover at el., 2011) كيف تشكل شبكات التواصل الاجتماعي المجال العام الشبكي وتسهل التواصل بين المجتمعات ذات التوجهات السياسية المختلفة، حيث تمت دراسة صفحتين للتواصل السياسي على تويتر، وهذه الدراسة تتألف من تحليل أكثر من 250 ألف تغريدة لمدة ستة أسابيع سبقت انتخابات الكونجرس الأمريكي منتصف عام 2010 لأكثر من 45000 مستخدم، وذلك باستخدام مزيج من خوارزميات تجميع الشبكات والبيانات. وأشارت النتائج إلى أن التفاعلات السياسية في تويتر تتعرض لحزبية شديدة مع اتصال محدود للغاية بين المتابعين من مختلف التيارات الحزبية، ويتفاعل الأفراد المتعارضون عقائدياً بشكل أعلى من خلال التغريدات، كما يثير الأفراد من خلال دوافعهم السياسية التفاعل عن طريق دعم المحتوى الحزبي.

#### التعليق على الدراسات السابقة:

من خلال مسح التراث العلمي المتعلق بموضوع الدراسة سواء المتعلق بالقوة السياسية لتويتر أم الدبلوماسية العامة والرسمية، تم تسجيل الملاحظات التالية:

- على الرغم من ظهور دراسات إدارة القضايا والدبلوماسية بأنواعها منذ سبعينات القرن العشرين فإن الملاحظ ندرة الدراسات العربية التي ناقشت الموضوع رغم تعدد القضايا التي تطرح وتتناول على عدة مستويات، وتؤثر على مستوى الدول والمؤسسات والأفراد.
- ركزت الدراسات السابقة على منهج دراسة الحالة بالتطبيق على قضية معينة ولم يتم توضيح المعايير التي تم على إثرها اختيار هذه القضية والحلول المطروحة سياسياً ودبلوماسياً.
- اعتمدت أغلب الدراسات السابقة على تحليل محتوى شبكات التواصل الاجتماعي كأحد وسائل تعريف وتحليل القضايا، بالإضافة إلى بعض الأدوات الأخرى كالاستبانة والمقابلة.
- استندت العديد من الدراسات السابقة على نظرية الاتصال الحواري، ونماذج جرونج الأربعة للعلاقات عامة، وإستراتيجيات إدارة القضايا كإطار نظري لها، بينما لم يستند بعضها على أطر نظرية.
- طرحت بعض الدراسات السابقة أهمية استخدام شبكة تويتر باعتبارها منصة سياسية الطابع بشكل عام وتمثل دعماً لكفاءة اتصالات إدارة القضايا السياسية والدبلوماسية بشكل خاص.
- واستفادت الدراسة الحالية من الدراسات السابقة في تحديد مشكلة الدراسة وأهدافها وتساؤلاتها وإطارها النظري والمنهجي بشكل عام.

### سابعاً: تساؤلات الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة على تساؤل رئيسي واحد وهو كيف استخدمت وزارة الخارجية العمانية شبكة تويتر دبلوماسياً في إدارة قضيتي الحرب اليمنية والأزمة الخليجية حتى نهاية عام 2020؟ وينبثق عن هذا التساؤل الرئيسي مجموعة من التساؤلات الفرعية هي:

- 1- ما الخصائص العامة لحساب وزارة الخارجية العمانية عبر تويتر في سلطنة حتى نهاية عام 2020؟
- 2- ما خصائص تغريدات وزارة الخارجية العمانية في قضيتي الحرب اليمنية والأزمة الخليجية على شبكة تويتر حتى نهاية عام 2020؟
- 3- ما المبادئ الحوارية والإستراتيجيات الاتصالية لإدارة القضايا التي اعتمدها وزارة الخارجية العمانية حتى نهاية عام 2020 لإدارة قضيتي الحرب اليمنية والأزمة الخليجية عبر تويتر؟
- 4- ما مدى مطابقة إستراتيجيات اتصالات إدارة قضيتي الحرب اليمنية والأزمة الخليجية عبر تويتر في سلطنة عمان بالنماذج العلمية؟
- 5- ما مدى كفاءة اتصالات إدارة قضيتي الحرب اليمنية والأزمة الخليجية عبر تويتر في سلطنة عمان؟
- 6- ما تحديات إدارة قضايا السياسة الخارجية عبر تويتر في سلطنة عمان؟

### ثامناً: التصميم المنهجي للدراسة

#### 1: نوع الدراسة ومنهجها:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، التي تستهدف وصف واقع المشكلات والظواهر أو تحديد الصورة التي يجب أن يكون عليها في ظل معايير محددة، مع تقديم التوصيات والاقتراحات والتي من شأنها أن تعدل الواقع للوصول إلى ما يجب أن تكون عليه هذه الظواهر (النعيمة وآخرون، 2014).

ووفقاً لذلك تسعى الدراسة إلى التوصيف والتحليل الكمي والكيفي للمعلومات، والحقائق المتعلقة باستخدام تويتر دبلوماسياً في إدارة قضيتي الحرب اليمنية والأزمة الخليجية، حيث سيتم رصد التغريدات المتعلقة بالقضيتين ثم تحليل السياقات المرتبطة بهما ثم استنتاج، وتحليل العمليات والمؤثرات والإستراتيجيات.

تعتمد الدراسة على منهج المسح الإعلامي للحصول على المعلومات والبيانات حول ظاهرة معينة، ودراسة الأساليب الإدارية والتنظيمية التي تتبعها وسائل الإعلام وإداراتها (مشاقبه، 2010).

وعملت الدراسة على المسح الإعلامي لصفحة وزارة الخارجية العمانية على شبكة تويتر وتغريداتها في قضيتي الحرب اليمنية والأزمة الخليجية الممثلتين لمجتمع الدراسة، ودراستهما دراسة شاملة متعمقة بهدف فهم إستراتيجيات الوزارة في إدارة القضايا واكتشاف جوانب جديدة لإدارة القضايا الخارجية لسلطنة عمان دبلوماسياً عبر شبكات التواصل الاجتماعي وبالتحديد تويتر حتى نهاية عام 2020.

#### 2: أدوات الدراسة:

استخدمت الدراسة عددا من الأدوات الرئيسية وهي:

أ- أداة تحليل المضمون الكمي والكيفي لجمع البيانات المتعلقة بواقع استخدام تويتر في إدارة قضيتي الحرب اليمنية "عاصفة الحزم"، والأزمة الخليجية حتى نهاية عام 2020، بحيث تتضمن كافة فئات التحليل التي تستند عليها الباحثان في دراسة مضمون حساب وزارة الخارجية العمانية. أما وحدات التحليل فهي: وحدة الموضوع ويُقصد بها الوقوف على العبارات أو الأفكار الخاصة بمسألة معينة والمقصود هنا تعريجات الحرب اليمنية والأزمة الخليجية، ووحدة المفردة ويُقصد بها وسيلة الاتصال نفسها حيث يتم تحليل حساب وزارة الخارجية العمانية على شبكة تويتر.

ب- المقابلة غير المقننة unstructured interview لجمع البيانات حول استخدام تويتر في إدارة قضيتي الحرب اليمنية والأزمة الخليجية.

### 3: مجتمع الدراسة والعينة:

يمثل مجتمع الدراسة قضايا السياسة الخارجية العمانية البارزة التي تم تداولها على شبكة تويتر حتى نهاية عام 2020، حيث بلغ عدد القضايا السياسية التي تم تداولها على شبكة تويتر إحدى عشرة قضية ومن أهمها زيارة نتينياهو لسلطنة عمان، الحرب اليمنية "عاصفة الحزم"، والأزمة الخليجية "الأزمة القطرية"، وانتفاضة العراق، والقمة العربية بتونس، وصفقة القرن بين المملكة العربية السعودية والولايات المتحدة الأمريكية.

ولتحديد عينة الدراسة، تم إجراء دراسة استطلاعية للتعرف على أكثر القضايا الخارجية تداولاً بين مستخدمي تويتر، ومتابعة الوسوم التي تتناول القضايا الخارجية لسلطنة عمان، وجاءت نتائج الدراسة الاستطلاعية حول تركيز العديد من التغريدات والوسوم على التفاعل مع مستجدات الحرب اليمنية "عاصفة الحزم"، والأزمة الخليجية "الأزمة القطرية".

وبناءً على الدراسة الاستطلاعية، قامت الدراسة بتحديد العينة في جميع التغريدات والردود على شبكة تويتر التي تخص حسابات المؤسسة المعنية بالقضيتين محل الدراسة الحالية، وهي وزارة الخارجية العمانية.

وبلغ عدد التغريدات في حساب وزارة الخارجية العمانية 49 حتى نهاية عام 2020 عن قضيتي الحرب اليمنية والأزمة الخليجية، وعدد الردود 1819 رداً خلال نفس الفترة.

كما قامت الباحثتان برصد الوسوم ذات العلاقة بالقضيتين محل الدراسة والتي أطلقت حتى نهاية عام 2020، حيث تم إطلاق 34 وسم "hashtag"، وعمدت الباحثتان إلى الاشتراك بالبرامج المدفوعة لإتاحة الوصول إلى تغريدات الوسوم وهي برامج "Social Elephant, Brand24, Keyhole".

أما عن المقابلات غير المقننة فتم إجراؤها مع عدد من المسؤولين في وزارة الخارجية ممن يرتبط عملهم بالإطلاع المباشر على إدارة سلطنة عمان للقضايا الخارجية دبلوماسياً، وحفاظاً على سرية البيانات، تم حجب هوية المشاركين ومسمياتهم الوظيفية مراعاة لأخلاقيات البحث العلمي.



ويستعرض جدول (1) المعلومات العامة عن حساب وزارة الخارجية العمانية على شبكة تويتر حتى 2020/12/31، وهي الفترة التي تغطيها الدراسة الحالية من خلال الإشارة إلى اسم المؤسسة واسم الحساب على تويتر وتاريخ إطلاق الحساب، وبيان عدد متابعي الحساب ومن يتابعهم الحساب ومدى توافر خاصية توثيق الحساب من عدمه، وعدد تغريدات الحساب عن القضيتين حتى نهاية عام 2020.

#### جدول 1: معلومات عامة عن حساب وزارة الخارجية العمانية على شبكة تويتر حتى نهاية عام 2020

الفئات	بيانات تويتر
اسم المؤسسة	وزارة الخارجية
اسم الحساب على تويتر	@MofaOman
تاريخ تأسيس الحساب	نوفمبر 2013
عدد المتابعين للحساب	361.1K
عدد من يتابعهم الحساب	52
الحساب موثق/غير موثق	موثق
عدد تغريدات الوزارة حول الأزمة الخليجية	14
عدد تغريدات الوزارة عن الحرب اليمنية	29
تغريدات الوزارة حول القضيتين معا "الحرب اليمنية والأزمة الخليجية"	6

يتضح من خلال جدول (1) أن أعداد المتابعين لحساب وزارة الخارجية العمانية على شبكة تويتر حتى تاريخ 2020/12/31 بلغ 361.1 ألف متابع، في حين أن عدد من يتابعهم الحساب بلغ 52 حسابا جميعها حسابات لسفارات وقنصليات سلطنة عمان في مختلف الدول، وحساب وزير الخارجية العمانية.

كما يبين الجدول أن عدد تغريدات وزارة الخارجية العمانية عن قضية الأزمة الخليجية حتى نهاية عام 2020 بلغ 14 تغريدة، فيما بلغت التغريدات عن الحرب اليمنية 29 تغريدة، كما أن ستة 6 تغريدات فقط تناولت القضيتين معا.

#### 4: إجراءات الصدق والثبات:

قامت الباحثتان بإعداد استمارة تحليل مضمون التغريدات والردود المتعلقة بقضيتي الأزمة الخليجية والحرب اليمنية في سلطنة عمان عبر شبكة تويتر في حساب وزارة الخارجية.

واستخدمت الدراسة عددا من الإجراءات لضمان صدق التحليل منها:

- الاختبار القبلي: قبل التطبيق الفعلي للاستمارة، أجرت الباحثتان اختبارًا قبليًا للتأكد من وضوح استمارة تحليل المضمون وعباراتها بالتعاون مع أحد الباحثين، وذلك بتحليل حساب وزارة الخارجية العمانية.
- اختيار العينة وتحديدها بشكل دقيق، وتعريف فئات التحليل التي تضمنتها الاستمارة بشكل واضح.

- عرض الأدوات البحثية "استمارة تحليل المضمون، وأسئلة المقابلات" على عدد من المختصين من أساتذة الإعلام والعلوم السياسية لتحكيمها ودراسة مدى دقة صياغة فئات التحليل وإثبات مدى ملاءمتها لأهداف الدراسة، وعلى ضوء التعديلات المقترحة من المحكمين، تم إجراء بعض التغييرات عليها.

- أما بالنسبة لاختبار الثبات، فقامت الباحثتان بإجراء اختبار الثبات بالتعاون مع أحد الباحثين، للتأكد من خلو التحليل من الأخطاء ووجود درجة عالية من الاتساق، إذ تم تحليل تغريدات حساب وزارة الخارجية المتعلقة بقضيتي الأزمة الخليجية والحرب اليمنية على شبكة تويتر تحليلًا مشتركًا، ومن ثم مقارنة ثبات فئات التحليل وفقًا لمعادلة ألفا كرونباخ، واتضح أن نسبة الثبات بلغت (89%) وهي نسبة مرتفعة لاعتماد نتائج هذه الدراسة.

#### تاسعا: نتائج الدراسة

##### 1- نتائج الدراسة التحليلية

يستعرض جدول رقم (2) تفاعل حساب وزارة الخارجية العمانية في قضيتي الحرب اليمنية والأزمة الخليجية على شبكة تويتر حتى نهاية عام 2020، حيث يبين عدد التغريدات على الحساب لقضيتي الحرب اليمنية والأزمة الخليجية على شبكة تويتر.

جدول 2: عدد تغريدات حساب وزارة الخارجية العمانية عن قضيتي الحرب اليمنية والأزمة الخليجية على شبكة تويتر

القضية	التكرار	النسبة %
الأزمة الخليجية	14	28.6
الحرب اليمنية	29	59.2
القضيتان معا	6	12.2
الإجمالي	49	100.0

يوضح جدول رقم (2) عدد تغريدات حساب وزارة الخارجية العمانية عن قضيتي الحرب اليمنية والأزمة الخليجية على شبكة تويتر، حيث غرد حساب وزارة الخارجية العمانية 49 تغريدة، بنسبة 28.6% في قضية الأزمة الخليجية وبمعدل 14 تغريدة، وبنسبة 59.2% في قضية الحرب اليمنية بمعدل 29 تغريدة، و6 تغريدات في القضيتين معا بنسبة 12.2%. وجاء عدد التغريدات على شبكة تويتر حول القضيتين قليلا جدا ما يؤكد عدم اهتمام المؤسسات الحكومية بالتغريد على شبكات التواصل الاجتماعي وإدارة القضايا دبلوماسيا غيرها، وهو ما يفقدها ميزة الاتصال ثنائي الاتجاه مع مجموعات المصالح. وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (Sobel et al., 2016) بأن شبكات التواصل الاجتماعي لم تكن من أولويات السياسات الخارجية والعلاقات الدولية، فيما تتعارض مع نتيجة دراسة (Yang and Taylor, 2014) والتي أفادت بأن التغطية الإعلامية لشبكة تويتر أثرت على الاتصال الجماهيري وأحدثت تأثيرا دوليا في بناء العلاقات.

أما فيما يخص خصائص تغريدات حساب وزارة الخارجية العمانية عن القضيتين على شبكة تويتر، فقد قامت الدراسة بتحليل اللغة المستخدمة في التغريد، ونمط التغريدات، وطبيعتها، ومدى وجود وسم في التغريدات.

يبين جدول (3) اللغة المستخدمة في تغريدات حساب وزارة الخارجية العمانية عن القضيتين على شبكة تويتر حتى نهاية عام 2020.

**جدول 3: اللغة المستخدمة في تغريدات حساب وزارة الخارجية العمانية عن القضيتين على شبكة تويتر**

اللغة		القضية	
العربية	الإنجليزية	التكرار	النسبة
14	0	التكرار	الأزمة الخليجية
28.61%	0.0%	النسبة	
28	1	التكرار	الحرب اليمنية
57.14%	2.0%	النسبة	
6	0	التكرار	القضيتان معا
12.25%	0.0%	النسبة	
48	1	التكرار	الإجمالي
98.0%	2.0%	النسبة	
49		التغريدات الكلية	الإجمالي
%100		النسبة الكلية	

ويتضح من نتائج جدول رقم (3) أن جميع تغريدات وزارة الخارجية العمانية عن الأزمة الخليجية على شبكة تويتر حتى نهاية عام 2020، جاءت باللغة العربية وشكلت نسبة 28.61% من إجمالي التغريدات، وقد يعود ذلك إلى أن تغريدات الأزمة الخليجية تخاطب بشكل خاص أبناء دول مجلس التعاون الخليجي والعالم العربي عامة كون القضية خاصة بالمحيط الخليجي.

وشكلت التغريدات باللغة العربية نسبة 57.14% عن الحرب اليمنية، ونسبة 2% باللغة الإنجليزية، فيما شكلت اللغة العربية في التغريدات المشتركة للقضيتين نسبة 12.25% من إجمالي التغريدات.

ويشير الجدول الي هيمنة اللغة العربية على إجمالي تغريدات وزارة الخارجية العمانية في قضيتي الحرب اليمنية والأزمة الخليجية والتي جاءت بنسبة (98%)، وهذه النتيجة لا تعكس التنوع الذي تخاطب به الوزارة مختلف المتابعين من جميع الدول المهمة والمتأثرة بالقضية حيث إنه قد لا يجيد الجميع اللغة العربية، كما أن استخدام عدة لغات سيخدم جمهوراً أوسع من المواطنين والمقيمين والمتابعين للقضية. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Sobel et al. 2016) والتي أشارت إلى أن حسابات تويتر التابعة للسفارات الأمريكية في أفغانستان وليبيا ونيجيريا وسوريا تخاطب الجماهير باللغة الأم للولايات المتحدة الأمريكية.

يتناول جدول (4) نمط تغريدات وزارة الخارجية العمانية حول القضيتين على شبكة تويتر حتى نهاية عام 2020

**جدول 4: نمط تغريدات وزارة الخارجية العمانية حول القضيتين على شبكة تويتر**

القضية	النمط				الإجمالي
	صورة	خبر وصورة	خبر قصير	بيان رسمي	
الأزمة الخليجية	0	6	6	2	14
	0.0%	12.2%	12.2%	4.1%	28.6%
الحرب اليمنية	2	12	11	4	29
	4.1%	24.5%	22.4%	8.2%	59.2%
القضيتان	1	4	1	0	6
	2.0%	8.2%	2.0%	0.0%	12.2%
الإجمالي	3	22	18	6	49
	6.1%	44.9%	36.7%	12.2%	100%

يوضح الجدول نمط تغريدات وزارة الخارجية العمانية حول القضيتين حيث إن عددا من تغريدات وزارة الخارجية العمانية تم إعادة تغريدها من حساب وكالة الأنباء العمانية، ومركز الأخبار.

ويشير جدول (4) تساوي نمط خبر وصورة ونمط الخبر القصير في تغريدات وزارة الخارجية العمانية عن الأزمة الخليجية والتي جاءت بنسبة 12.2% لكل منهما، و 4.1% جاءت على شكل بيان رسمي.

أما نمط تغريدات وزارة الخارجية العمانية عن الحرب اليمنية فقد جاء نمط خبر وصورة بنسبة 24.5%، ونسبة 2.4% بنمط خبر قصير، وجاءت نسبة 8.2% على شكل بيان رسمي، فيما شكل نمط صورة نسبة 4.1%.

وجاء نمط خبر وصورة من تغريدات وزارة الخارجية العمانية عن القضيتين معا بنسبة 8.2%، وتساوت النسبة بين نمط صورة ونمط الخبر القصير بنسبة 2% لكل منهما.

ويبين الجدول استخدام وزارة الخارجية العمانية لنمط خبر وصورة بنسبة أعلى تصل إلى 44.9% من كل الأنماط الأخرى، وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (اليحيائية، 2017) والتي توضح احتلال نمط النص والصورة النسبة الكبرى من الأنماط المستخدمة في التغريدات، فيما استخدمت بالدرجة الثانية نمط خبر قصير بنسبة 36.7% ويمكن إرجاع السبب إلى حاجة الوزارة إلى توحيد أية بيانات رسمية تصدر من الدولة بغض النظر عن الوسيلة التي سوف تنشر فيها وذلك كون هذه البيانات تترجم توجهات دولة وحتى لا تفسح المجال لأي تأويل أو تفسير في حال التغيير، وأكدت هذه النتيجة ما جاء في المقابلات، حيث تعتمد الوزارة على نشر الأخبار والبيانات بنمط نصوص حتى تتمكن الوسائل الإعلامية العمانية والدولية أيضا من نسخ النص بكل سهولة دون أن يكون هناك مجال لتغيير النص والخطأ بكلمة قد يغير من معنى البيان". وجاءت التغريدات بنمط صورة بأقل نسبة تصل إلى 6.1%. وترى الباحثتان أن هذا الاستخدام القليل للصورة لا يتماشى مع مميزات شبكات التواصل الاجتماعي، حيث إن استخدام الصور بدلا من 280 حرفا أكثر إثارة للاهتمام

ويؤدي إلى تفاعل أكثر من الاعتماد على النص، فوفقاً لتويتر فإن التغريدات التي تتضمن صوراً تحصل على إعادة تغريد أعلى بنسبة 35% من التغريدات النصية (الدليل الشامل لإستراتيجيات تسويقية فاعلة على تويتر، 2018).

وترى الباحثتان أن تغريدات وزارة الخارجية العمانية جاءت بنفس أسلوب البيانات الرسمية والأخبار التي تم بثها عبر الوسائل الإعلامية المحلية المسموعة والمقروءة والمرئية، حيث لم يراع القائمون على حساب الوزارة على شبكة تويتر اختلاف طبيعة الوسيلة المستخدمة ومميزات شبكات التواصل الاجتماعي عن غيرها من وسائل الإعلام التقليدية في طريقة عرض المعلومة ونوعية المتابعين، بل تم التعامل معها كأى وسيلة تقليدية أخرى، مما يعد هدراً لمميزات شبكات التواصل الاجتماعي.

وتأكد لدى الباحثتين عدم استخدام نمط الرسم المعلوماتي "الإنفوجراف" وتوظيفه، على الرغم من أنه يلائم طبيعة شبكة تويتر التي تتيح النشر بعدد محدد من الحروف، وبالتالي فإن الرسم المعلوماتي سيعمل على تقديم المحتوى بشكل مبسط ومختصر، بحكم أن الصورة تبقى في الذاكرة بشكل أكبر من المحتوى النصي، وأشارت (الأبروية، 2019) أن الرسم المعلوماتي "الإنفوجراف" يحصل عادة على إعجاب ومشاركات بثلاثة أضعاف الأنماط الأخرى.

كما أشارت النتائج أيضاً لعدم استخدام نمط الفيديو والذي يتيح خاصية وصول المعنى بصورة أسرع للمتابعين، كما أنه يسهم في جذب المتابعين الذين يتعرضون بشكل يومي لملايين من المحتويات عبر شبكة تويتر، إلا أنه من الملاحظ تنوع الأنماط المستخدمة بشكل عام في تغريدات وزارة الخارجية العمانية وهذا التنوع يتلاءم مع طبيعة الشبكة ويحفز زيادة التفاعلية مع التغريدات ويعزز وضوح المعلومة ووصولها بشكل أدق، وهو ما لا يتم تنفيذه على أرض الواقع من قبل الوزارة.

ويستعرض جدول (5) طبيعة نبرة تغريدات وزارة الخارجية العمانية عن القضيتين على شبكة تويتر حتى نهاية عام 2020.

#### جدول 5: طبيعة نبرة تغريدات وزارة الخارجية العمانية عن القضيتين

##### على شبكة تويتر

القضية	النبرة		لا يحمل معلومات كافية	يحمل وعدا باتخاذ إجراء	دفاعية	الإجمالي
	معلوماتية	التكرار				
الأزمة الخليجية	7	6	6	1	0	14
	14.3%	12.2%	2.0%	0.0%	28.6%	
الحرب اليمنية	24	5	0	0	0	29
	49.0%	10.2%	0.0%	0.0%	59.2%	
القضيتان	5	0	0	0	1	6
	10.2%	0.0%	0.0%	2.0%	12.2%	
الإجمالي	36	11	1	1	1	49
	73.5%	22.4%	2.0%	2.0%	100.0%	

يوضح الجدول طبيعة نيرة تغريدات وزارة الخارجية العمانية عن الأزمة الخليجية والحرب اليمنية على شبكة تويتر، حيث جاءت التغريدات المعلوماتية عن الأزمة الخليجية بنسبة 14.3% بينما كانت 12.2% من التغريدات لا تحمل معلومات كافية، وكانت نسبة 2% من التغريدات تحمل وعدا باتخاذ إجراء.

أما فيما يتعلق بتغريدات وزارة الخارجية العمانية عن الحرب اليمنية فقد جاءت معلوماتية بنسبة 49.0%، فيما جاءت التغريدات التي لا تحمل معلومات كافية بنسبة 10.2%، حيث إن التغريدة لم يتم إكمالها سواء عن طريق استخدام خاصية تسلسل التغريدات، أو إعداد محتوى لتغريدة جديدة، كما أن الوزارة كانت تعمل على تقسيم البيان الرسمي على عدة تغريدات.

وجاءت طبيعة التغريدات التي تناقش القضيتين معلوماتية بنسبة 10.2%، وبطبيعة دفاعية بنسبة 2%.

وبشكل عام يشير الجدول إلى أن تغريدات وزارة الخارجية العمانية جاءت معلوماتية بأعلى نسبة وصلت إلى 73.5%، وترى الباحثتان أن سبب استخدام الوزارة للتغريدات المعلوماتية بصورة أكبر كونها المتحدث الرسمي باسم حكومة سلطنة عمان فيما يتعلق بالشأن الخارجي والعلاقات الدولية، فيما جاءت التغريدات التي لا تحمل معلومات كافية بنسبة 22.4%، ويمكن تفسير وجود التغريدات التي لا تحمل معلومات كافية كون التغريدة ناقصة وتحتاج إلى مزيد من الإيضاح لبيان سياسة السلطنة والدور الذي تقوم به حيث إن بعض التغريدات لم يتم إكمالها سواء عن طريق استخدام خاصية تسلسل التغريدات، أو إعداد محتوى لتغريدة جديدة، كما أن الوزارة كانت تعمل على تقسيم البيان الرسمي على عدة تغريدات ولم تستخدم خاصية التجميع ضمن سلسلة واحدة "thread" وهو ما جعلها مقطوعة لا تحمل معلومات كافية، فلا جاءت معلوماتية ولا تفاعلية. كما يُمكن تفسير استخدام الوزارة للتغريدات التي لا تحمل معلومات كافية كون القائم بالاتصال على شبكات التواصل الاجتماعي لا يستطيع تقديم معلومات إضافية ولا يمكن تقديم تفسيرات ومبررات عن سياسة الخارجية العمانية.

ويبين جدول (6) استخدام الوسم في تغريدات وزارة الخارجية العمانية حول القضيتين على شبكة تويتر حتى نهاية عام 2020.

جدول 6: وجود وسم في تغريدات وزارة الخارجية العمانية حول القضيتين على شبكة تويتر

القضية	الوسم		التكرار النسبة	الإجمالي
	لا يوجد وسم	يوجد وسم		
الأزمة الخليجية	6	8	14	28.6%
	12.2%	16.3%		
الحرب اليمنية	15	14	29	59.2%
	30.6%	28.6%		
القضيتان معا	2	4	6	12.2%
	4.1%	8.2%		
الإجمالي	23	26	49	100.0%
	46.9%	53.1%		

يشير الجدول الى احتواء تغريدات الأزمة الخليجية على وسم بنسبة %16.3، فيما كانت %12.2 من التغريدات لا تحتوي على وسم. وجاءت تغريدات وزارة الخارجية العمانية عن الحرب اليمنية التي تحتوي على وسم بنسبة %28.6، أما التغريدات التي لا تحتوي على وسم فكانت بنسبة %30.6، بالمقابل كانت التغريدات التي تناقش القضيتين معا تحتوي على وسم بنسبة %8.2 ونسبة %4.1 لا تحتوي على وسم.

ويوضح الجدول أن أكثر من نصف تغريدات وزارة الخارجية العمانية لا تحتوي على وسم وذلك بنسبة %53.1، فيما كانت %46.9 من التغريدات تحتوي على وسم. ومن الوسوم التي تم إدراجها في تغريدات وزارة الخارجية العمانية (#سلطنة\_عمان، #الجمهورية\_اليمنية، #الدوحة، #البحرين، #السلطنة) حيث يلاحظ أنها وسوم عامة ولا تحمل ميزة للقضية. وتؤكد نتائج المقابلات ذلك، لأن استخدام الوسوم يقلل من رسمية البيانات أو الأخبار التي يتم نشرها، كما أن ضيق الوقت الذي يتطلبه نشر البيان أو الخبر لا يتيح المجال للقائمين على إدارة الحساب بالبحث عن الوسوم المناسب. وتتعارض هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (اليحيائية، 2017) والتي بينت أن استخدام الوسوم جاء بنسبة عالية في جميع تغريدات الوحدات الحكومية العمانية.

وترى الباحثتان أن استخدام الوسوم في التغريدات يسهم في وصولها لأكثر شريحة من المتابعين، ويسهم الوسوم في تبويب التغريدة مما يسهل وصول المتابعين إليها، كما أن عددا كبيرا من المهتمين بالقضايا يتابعون الوسوم ومحتوياتها كونها تسهم في تنظيم المعلومات، حيث يرى الباحثون أن الوسوم تتميز بكونها متعددة اللغات وسريعة التجاوب كما أنها تحتوي على مجموعات نقاش ثرية.

وتقترح الدراسة أن تتبنى وزارة الخارجية إطلاق وسم خاص بها للتغريدات التي تناقش القضايا المختلفة كونها ستسهم في زيادة عدد المتفاعلين مع موضوعاتها، وسهولة تصنيفها وتبويبها للبحث عنها مستقبلاً، حيث يرى (Beskow & Carley, 2020) أن الوسوم يسهم في ترتيب التغريدات والأفكار ويعتبر وسيلة للترويج للموضوعات، لأن الوسوم ينظم المعلومات حيث إن عددا كبيرا من المهتمين بالقضايا يتابعون الوسوم ومحتوياتها.

ويستعرض جدول (7) مستوى التفاعل مع تغريدات وزارة الخارجية العمانية عن القضيتين على شبكة تويتر حتى نهاية عام 2020.

جدول 7: مستوى التفاعل مع تغريدات وزارة الخارجية العمانية عن القضيتين على شبكة تويتر

إعادة التغريدة	4320	%20.5
الإعجاب	14936	%70.9
الرد	1819	%8.6
إجمالي	21075	%100

يشير الجدول إلى مستوى التفاعل مع تغريدات وزارة الخارجية العمانية عن القضيتين على شبكة تويتر، حيث بلغ عدد مرات الإعجاب على تغريدات وزارة الخارجية العمانية 14936 مرة بنسبة %70.9، فيما بلغ عدد من أعاد نشر تغريدات وزارة الخارجية العمانية 4320 مرة

بنسبة 20.5% مما يدل على ثقة المتابعين برسمية الحساب الذي لجأوا إليه لاستقاء المعلومة، وهذا يؤكد أن المتابع يثق بالحسابات الموثقة ويعيد تغريداتها بصورة أكثر، أما عدد الردود على التغريدات فكانت 1819 رداً بنسبة 8.6% وهذا يدل على أن المشارك يرغب بالتفاعل ومتفق مع المنشور دون الحاجة لتأكيد رأيه عبر التعليق تحت التغريدة.

وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (اليحيائية، 2017) ونتيجة دراسة (Zahra & Al Kambashi, 2021) واللذان خلصتا إلى أن الإعجاب هو مستوى التفاعل الأكثر استخداماً من قبل المتابعين العمانيين.

ويستعرض جدول (8) استجابة وزارة الخارجية العمانية للمتفاعلين مع تغريداتها على شبكة تويتر عن القضيتين حتى نهاية عام 2020، وتفسير مدى استخدامها لمبدأ الاتصال في اتجاهين Two-Way Communication في تعاملها مع المتابعين.

جدول 8: مستوى استجابة وتفاعل وزارة الخارجية مع تغريداتها عبر تويتر حول القضيتين

×	الرد على كل التعليقات
×	تجاهل بعض التعليقات والرد على أخرى
√	عدم الرد نهائياً

يوضح جدول 8 أنه لم يتم تسجيل أي تفاعل أو استجابة من قبل الوزارة على تعليقات المتابعين، وعليه يمكن استنتاج أن القائمين على الحساب لم يدركوا أهمية التفاعل والتواصل مع المتابعين. وعطفاً على ذلك، أوضحت المقابلات أن طبيعة القضية وسياسة الوزارة تلتزم بشكل عام بسياسة الصمت وعدم الرغبة في الرد لعدم التسبب في تفاقم القضية وتبعاتها إذا تم تفسير ردود الوزارة بشكل خاطئ، على الرغم من أن الرد على تغريدات المتفاعلين يحسن من مستوى التفاعل، ويزيد من اهتمام مجموعات المصالح بموضوعات الوزارة. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Ittefaq, 2019) بأنه لا توجد مشاركة وحوار بين الدوائر الحكومية ومجموعات المصالح من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، بينما تتعارض مع نتيجة دراسة (Sobel et al., 2016) والتي أكدت إمكانية قيام تويتر بتحقيق تدفق اتصالي ثنائي الاتجاه، كما تتعارض مع نتيجة دراسة (Maireder & Ausserhofer, 2014) والتي أشارت إلى أن واقع الخطابات السياسية بين مستخدمي تويتر يتشكل من خلال التواصل الحواري مع الجهات الفاعلة.

وترى الدراسة الحالية أن التفاعل مع ردود المتابعين يسهم في تقريب وجهات النظر بين أية مؤسسة وجمهورها، ويسهم في زيادة المشاركة بينهم، ويتيح للمؤسسة إمكانية قياس اتجاهات الجمهور نحوها، كما أن وجود إستراتيجية واضحة لإدارة القضايا دبلوماسياً عبر شبكات التواصل الاجتماعي، كان من الممكن أن يسهل عمل القائمين على إدارتها وإدارة حسابات المؤسسات بأفضل الطرق وبما يخدم مختلف الجماهير ونوعياتهم.

ووفقاً لمؤشر نموذج الحلقات الحوارية التفاعلية التابعة لنظرية الاتصال الحواري، تشير النتائج إلى أن الوزارة أتاحت الفرصة للجمهور للرد على جميع تغريداتها. وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (الصالح، 2017) والتي أشارت إلى أن جميع صفحات المؤسسات الحكومية



على فيسبوك تتيح للجمهور الرد على منشوراتها، ونتيجة دراسة (العبرية، 2019) والتي أكدت أن جميع صفحات الشركات على تويتر وانستجرام أتاحت للعملاء الرد على منشوراتها، إلا أن الوزارة لم تع أهمية الاتصالات ثنائية الاتجاه حيث إنها لم تتفاعل مع المتابعين، ولم تعلق على ردودهم وتعليقاتهم، مما يعني إهمال الحوارات التفاعلية بين الوزارة وجمهورها. وهذا يدل على عدم حرص القائمين على حساب الوزارة على تويتر على تعزيز الاتصالات ثنائية الاتجاه، وعدم تفعيل مبدأ الحلقات الحوارية التفاعلية الذي تتيحه شبكات التواصل الاجتماعي، حيث تسمح العلاقة الحوارية لمجموعات المصالح بفهم المؤسسة، وإعطاء الفرصة للمؤسسة للاستجابة لاقتراحاتهم وشكاواهم والرد على تساؤلاتهم. وأشار (Kent & et al., 2003) إلى أن العملية الحوارية على شبكات التواصل الاجتماعي تساعد في بناء وتسهيل العلاقات بين المؤسسات ومجموعات المصالح بصورة أكثر توازنا.

أما فيما يتصل بتحليل ردود المتفاعلين على تغريدات حسابات وزارة الخارجية العمانية، فقد تم تحليل ارتباط محتوى ردود المتفاعلين وعددها 1819 ردا مع التغريدات، وتوجهات المتفاعلين، وطبيعة ردود المتفاعلين، وتبين أن أكثر ردود المتابعين جاءت مرتبطة بمحتوى تغريدات وزارة الخارجية العمانية على تويتر، مما يعني اهتمام الجمهور بالقضيتين محل الدراسة الحالية، وثقته في الحسابات الرسمية. وأوضحت نتائج الدراسة سيادة الردود السلبية التي تأتي على شكل انتقاد لمحتوى التغريدة بشكل صريح أو ضمني مما يعكس عدم رضا المتفاعلين عن الإجراءات والبيانات التي تقدمها الوزارة حول القضية، كما أن قلة التغريدات التي توضح سياسات وإجراءات الدولة تجاه القضيتين وكذلك تجاهل التعليق على ردود المتابعين المتكررة، عزز من الردود السلبية.

وأشارت النتائج إلى أن الاتصال بين وزارة الخارجية العمانية والمتابعين أحادي الاتجاه حيث اكتفى الحساب بنشر التغريدات الرسمية بدون الرد على تعليقات المتابعين وإجابة استفساراتهم، وكان من الممكن أن يستغل الحساب خاصية التعليقات لنشر تغريدات جديدة توضح من خلالها النقاط الغامضة المتعلقة بالقضية، والتي من الممكن أن تثير عددا من التفاعلات والرضا من قبل المتابعين.

## 2- نتائج الدراسة الكيفية (المقابلات غير المقتنة)

يقدم هذا المحور إجابة عن التساؤلات (3,4,5,6) المتعلقة بالكشف عن إستراتيجيات اتصالات إدارة قضيتي الحرب اليمنية والأزمة الخليجية دبلوماسيا ومقارنتها مع النماذج العلمية، ومدى تأثير تويتر في كفاءة اتصالات إدارة قضيتي الحرب اليمنية والأزمة الخليجية دبلوماسيا، والتحديات التي تواجهها إدارة القضايا الخارجية على شبكة تويتر، حيث تم إجراء مقابلات مع مسؤولين في وزارة الخارجية العمانية على اطلاع مباشر بدور سلطنة عمان الدبلوماسي في قضيتي الحرب اليمنية والأزمة الخليجية.

وفيما يلي يتم عرض أهم النتائج ثم مناقشتها في ضوء نموذج إدارة القضايا:

- أكدت وزارة الخارجية العمانية أنه يتم توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في إيصال سياسة سلطنة عمان وجهودها المبذولة من خلال تسليط الضوء على القضايا المحيطة، حيث

تتم صناعة المحتوى الإعلامي والبيانات الرسمية الخاصة بالسلطنة فيما يتعلق بمجريات القضايا وبما يتناسب مع مرتكزات السياسة العمانية، إلا أن هذا التوظيف لشبكة تويتر باعتبارها أداة إعلامية تكتفي بنشر معلومات وأخبار الوزارة ومسارات العمل الدبلوماسي في السفارات العمانية بالدول. وقد اتضح من خلال تحليل المضمون عدم وضوح استغلال وزارة الخارجية العمانية لإمكانيات شبكة تويتر ومميزاتها الاستغلال الأمثل، حيث إن صيغ التغريدات لا تتناسب مع الشبكة لذا ظهرت العديد من التغريدات مقتضبة وناقصة، ولا توظف الميزات التفاعلية على شبكة تويتر. وتلتزم وزارة الخارجية العمانية فيما تنشره على شبكة تويتر بالمرتكزات الأساسية للسياسة الخارجية العمانية القائمة على مبدأ عدم التدخل في شؤون الدول الأخرى والنأي بالنفس عن أي صراعات، والتزامها بدور الوسيط وإبقاء باب المفاوضات مفتوحا ومتاحا.

- تقوم الوزارة برصد كل ما يتم نشره عن سلطنة عمان عبر شبكات التواصل الاجتماعي ومختلف الوسائل الإعلامية، وتحليل المنشور وتصنيفه حسب أهميته، إلا أن الوزارة لا تعمل على تحديد أساليب معينة وصياغة رسائل إعلامية للرد على ما يتم نشره على هذه الشبكة، ولا يتم أخذ ما ينشر بجدية ما دام لم يصدر من خلال القنوات الرسمية، حيث يقوم المسؤولون بالوزارة بالرد بشكل رسمي على بعض الادعاءات إذا تكررت من خلال اللقاءات المباشرة وكلمة أتيح لهم المجال لذلك دون أن يكون هناك رد من خلال شبكات التواصل الاجتماعي.
- يتضح من خلال البيانات الرسمية المنشورة على حساب وزارة الخارجية العمانية، أن الوزارة في تويتر تتبع إستراتيجيات السلطنة المستخدمة في النزاعات خصوصا والتي تقوم على مبدأ السلام والوثام والالتزام بمبادئ الإنصاف وعدم التدخل في الشؤون الداخلية للغير، ومحاولة فض المنازعات بالطرق السلمية، ومبدأ حفظ أمن واستقرار البشرية وحقق الدماء. وقد التزمت بمبدأ الحياد الإيجابي وعدم الانحياز، ورفضت أن تسحب سفيرها من العاصمة القطرية الدوحة، وسعت لتقريب وجهات النظر بين دول مجلس التعاون الخليجي وقطر، ودعمت الوساطة الكويتية في الأزمة الخليجية. أما فيما يخص الحرب اليمنية، اتخذت سلطنة عمان موقفا رافضا لقرار الحرب من الأساس، وكانت الداعم لجهود الوساطة التي تقوم بها منظمة الأمم المتحدة وعملت على تقديم المساعدات إلى الشعب اليمني، وإبقاء جميع قنوات الاتصال مفتوحة مع جميع الأطراف والتي من شأنها تسوية القضية، إلا أنه لا توجد بشكل عام لدي السلطنة إستراتيجيات إدارة القضايا، حيث إن السلطنة تبذل قصارى جهدها لتبقى محافظة على علاقاتها الدولية بمختلف مستوياتها مع الدول، في حين يمكن أن يسهم وجود إستراتيجية خاصة وأطر محددة لإدارة القضايا عبر شبكات التواصل الاجتماعي، في وضوح أساليب التعامل مع مختلف أنواع القضايا التي تكون عمان طرفا فيها بدعم جهود الوساطة والحلول السلمية. كما أن الإستراتيجية تعمل على تسهيل القيام بمهام العمل مع وجود محددات رئيسية لإدارة الحسابات على شبكات التواصل الاجتماعي. ويساعد وجود إستراتيجية اتصالية لإدارة القضايا على شبكات التواصل الاجتماعي على تنفيذ الإستراتيجية العامة للوزارة، حيث يرى الباحثون أن إستراتيجية شبكات التواصل الاجتماعي تُبنى مع كل منشور أو تغريدة يتم نشرها بهدف تحقيق الرؤية العامة للمؤسسة.

• أشار المسؤولون والقائمون بالاتصال على إدارة حسابات التواصل الاجتماعي في وزارة الخارجية العمانية إلى وجود عدد من التحديات فيما يخص توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في إدارة القضايا الدبلوماسية بعضها متعلق بشبكات التواصل الاجتماعي، وبعضها متعلق بالقائمين على الاتصال وسياسة وزارة الخارجية كونها وزارة سيادية، حيث تشكل صناعة المحتوى على شبكة تويتر تحدياً، لأن سياسة وزارة الخارجية قائمة على البيانات الموحدة التي لا تحمل جانب اجتهاد من قبل القائم بالاتصال ولا يمكنه أن يغير الصيغة الواردة إليه من قبل الإدارة. وترى الباحثتان أن فكرة الرسالة الموحدة الموجهة لجميع وسائل الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي على اختلاف مميزاتها تعد هدراً لخواص تويتر والذي يمثل اختصار مضمونه أحد أهم مميزاته ويشكل عامل جذب إذ يتناسب مع مختلف شرائح المجتمع بعيداً عن التعقيد.

• كما أن قلة الموظفين ذوي الخبرة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وعدم وجود أدوات وأساليب لقياس ومراقبة ردود أفعال الجماهير يشكل تحدياً آخر في إدارة القضايا عبر تويتر، فالمجموعة العاملة على إدارة حسابات شبكات التواصل الاجتماعي لا تتجاوز 6 أشخاص وهذا العدد قليل جداً بالنظر إلى اختلاف الشبكات ومميزاتها، كما أنه لا توجد برامج مساعدة يمكن من خلالها رصد ومتابعة المتابعين وردودهم وتحليلها وهذا يتطلب مجهوداً كبيراً يقدمه الفريق الذي يعمل على إدارة شبكات التواصل الاجتماعي.

• ويتمثل التحدي الثالث في طبيعة العمل في وزارة الخارجية والبروتوكولات المتبعة في العمل الدبلوماسي الذي لا يتيح الفرصة أمام القائم بالاتصال لتغيير نمط المادة المنشورة، لذا تأتي في أغلب الأحيان على شكل بيانات رسمية.

• وفقاً لنموذج إستراتيجية إدارة القضايا عبر شبكات التواصل الاجتماعي، تعمل شبكات التواصل الاجتماعي كقناة رئيسية للاتصال وتستند إلى دعم وسائل الإعلام التقليدية، وتعتبر شبكات التواصل الاجتماعي أدوات إستراتيجية في المرحلة الاستباقية والتفاعلية من نموذج إدارة القضايا. وتشير المرحلة التفاعلية من نموذج إستراتيجية إدارة القضايا، أن شبكات التواصل الاجتماعي تعمل لدفع الاتجاهات والتواصل وتحديد الإجراءات المرورية، والتأكيد على القيم الأساسية وحل القضية، الاستجابة لها. وفي هذا الصدد، يقوم العاملون على إدارة حسابات شبكة تويتر برصد ومتابعة كل ما يتم نشره عبر الشبكة فيما يخص قضيتي الحرب اليمنية والأزمة الخليجية، بالإضافة إلى رصد كل ما ينشر أو يذاع في وسائل الإعلام المحلية أو الدولية عن القضيتين، إلا أن عملية الرصد لا تتم بشكل منهجي أو علمي خاضع لأسس الرصد وإنما يتم الاكتفاء برصد الرد وتصنيفه بمعنى هل ينتمي إلى جهة رسمية أم رد من فرد، ولا يتم وضع إستراتيجيات أو أساليب للتعامل مع مختلف الردود على شبكات التواصل الاجتماعي بل يتم الاكتفاء بالتعاملات الرسمية وأخذ الردود بجديّة من خلال القنوات الدبلوماسية الرسمية فقط، وهو ما يتضح جلياً من خلال عدم التفاعل مع أي رد عبر الشبكة، وفقاً لنتائج تحليل المضمون.

• يعتبر رصد الردود بشكل منتظم ودوري جزءاً من العمل اليومي للقائمين على إدارة حسابات الوزارة على شبكات التواصل الاجتماعي دون أن يقترن بكونه رد فعل لقضية ما، حيث إن صناعة قرارات السياسة الخارجية يتسم بالمركزية وتدخّل الجهات العليا، وتتفق هذه

النتيجة مع نتيجة دراسة (Zhang, 2013) التي أوضحت أن شبكات التواصل الاجتماعي هي أدوات تكتيكية إلى حد كبير.

● في ظل الإستراتيجيات التي تستند إليها سلطنة عمان في إدارة القضايا دبلوماسياً، رفضت سلطنة عمان عسكرياً الصراعات الدولية والتأكيد على حل الصراعات السياسية بشكل سلمي، ورفض سياسة الأحلاف والمحاور، مستندة إلى مبدأ الحوار للتوافق حول أية قضايا خلافية لاسيما بين دول الجوار، مفضلة إستراتيجية عدم الانحياز والحياد الإيجابي. وانتهجت وزارة الخارجية العمانية على شبكة تويتر إستراتيجية الصمت وعدم القيام برد فعل No Action Strategy، وهذا ما أثبتته عدم التفاعل مع الردود السلبية من قبل المتابعين على شبكة تويتر، حيث إن الرأي العام لا يعرف بالقضية وخلفياتها وكيف يسير العمل في الخلافات السياسية وأن العلاقات بين الدول لا تقوم على تويتر. كما تتبع الخارجية العمانية أيضاً إستراتيجية التمسك بالمبدأ Principled Strategy وهذا ما يبرر تمسكها بمرتكزات وتوجهات السياسة الخارجية العمانية والتي تقوم على مبادئ السلم وعدم الدخول في أي نزاعات بأي شكل، وهو ما مكنتها من القيام بدور فعال في معالجة الكثير من القضايا بين الدول دبلوماسياً، وهذا ما أكسبها ثقة الدول ومكنتها من الدخول كوسيط في العديد من القضايا الإقليمية والدولية.

● اعتمدت سلطنة عمان مبدأ الحوار وتعزيزه بين الأطراف المتنازعة في الحرب اليمنية والأزمة الخليجية في محاولة لحل الخلافات بروح الوفاق والتفاهم، ونبذ فكرة الحرب كوسيلة لفض المنازعات وإنهاء الصراعات، حيث اعتمدت على إستراتيجية التعاون بين طرفي الخلاف Collaborating Strategy والتي تتوافق مع أهداف السلطنة ونهجها الخارجي، حيث يتم التفاوض والنقاش مع جميع أطراف القضية في محاولة الوصول لحل يرضي جميع الأطراف، وأن الدور الذي لعبته السلطنة خلال الخمسين عاماً الماضية أكسبها ثقة الدول مما سمح لها بتبادل المعلومات وكسب الثقة بين أطراف القضية الفاعلين.

● ومن ثم تتبع السلطنة:

أ- إستراتيجية الصمت وعدم القيام برد فعل No Action Strategy في الواقع الحقيقي والافتراضي.

ب- عدم التفاعل مع أي خلافات أو اتهامات توجه إليها سواء كانت بطريقة مباشرة أو غير مباشرة من خلال الردود، كونها تتمسك بالمبدأ وهذا يصنف في إستراتيجية التمسك بالمبدأ

Principled Strategy.

ت- تعمل السلطنة على دعم إستراتيجية التعاون بين طرفي الخلاف Collaborating Strategy في القضايا الخلافية بين الدول في الواقع الحقيقي والافتراضي.

● في مرحلة إرهابات القضية: تكتفي الوزارة بجمع المعلومات الخاصة بقضية (الحرب اليمنية/ الأزمة الخليجية) وذلك بالتعاون مع الجهات المختصة لجمع التداول الخاص بالقضايا التي تخص المنطقة الخليجية والإقليمية والدولية بشكل عام ودراسة تأثيراتها وأبعادها ومدى خطورتها واحتمالية تأثيرها على السلطنة ووفقاً لذلك تختار السلطنة المبادرة بالتدخل لمعالجة القضية بالطرق الدبلوماسية الرسمية على مختلف الأصعدة. أما عند تبلور قضية (الحرب اليمنية/ الأزمة الخليجية): تقوم الوزارة بمراقبة وتحليل ما ينشر على شبكة تويتر إلا أنها لا تضع إستراتيجيات إدارية أو اتصالية في إدارة القضايا، فعملت الوزارة على مراقبة وتحليل

ما ينشر على شبكة تويتر، إلا أن سياسة السلطنة بالبعد عن الضجيج واعتبار قتل الإشاعة بالسكوت عنها وعدم إعطائها حجماً أكبر يؤدي إلى انتهاء تداولها دون الرد عليها أو العمل على توضيحها بأية معلومات جديدة، بل الاعتماد على المسار الرسمي بالتعاطي مع الأمر وترك أفعال السلطنة تتحدث، كما أن الوزارة في مثل هذه التداولات على شبكة تويتر لا تمتلك إستراتيجيات إدارية أو اتصالية.

● **ووفقاً للمرحلة الاستباقية** في نموذج إدارة القضايا تلتزم السلطنة بتحديد موقع القضية إقليمياً والاهتمام والسعي لحلها دون أن يكون هناك جدول أعمال الوزارة عبر شبكات التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام التقليدية، بل إن الوزارة تلجأ إليها في بعض الأحيان لتكون وسيلة إخبارية فقط. وتعمل الوزارة على صياغة مضامين الرسائل الاتصالية المخصصة لشبكات التواصل الاجتماعي والوسائل الإعلامية المختلفة التي تقوم بها وزارة الخارجية العمانية إزاء قضية (الحرب اليمنية/ الأزمة الخليجية)، كما تعمل السلطنة على استخدام أساليب الاتصال الشخصي المتمثل في الشخصيات الاعتبارية بالدولة في قضية (الحرب اليمنية/ الأزمة الخليجية)، وتحرص الوزارة على تنوع وسائل الاتصال المستخدمة في نقل الرسائل الإعلامية للتأكد من تلقي المتابعين نفس المعلومة حول قضية (الحرب اليمنية/ الأزمة الخليجية) من مصادر مختلفة إلا أن الرسالة الإعلامية تكون متشابهة.

وترى الباحثتان عدم التزام وزارة الخارجية العمانية بقواعد اتصالات إدارة القضايا عبر شبكات التواصل الاجتماعي دبلوماسياً في مرحلة ما قبل ظهور القضية وبقواعد اتصالات إدارة القضايا في مرحلة التنفيذ، لذلك فتقدير كفاءة اتصالات القضيتين دبلوماسياً عبر تويتر ضعيف، فالاتصالات المعنية بإدارة القضايا عبر شبكات التواصل الاجتماعي ذاتها كانت سلبية ولم تبدأ مبكراً في المراحل الأولى من نشأة القضيتين، على العكس مع التفاعل على أرض الواقع، كما أن الحسابات لم تستخدم أيًا من الإستراتيجيات القائمة على تحليل شبكات التواصل الاجتماعي.

#### عاشراً: الإجابة عن تساؤلات الدراسة

ما الخصائص العامة لحساب وزارة الخارجية العمانية عبر تويتر في سلطنة عمان؟

أظهرت نتائج الدراسة أن حساب وزارة الخارجية العمانية على شبكة تويتر موثق MofaOman، وأن تاريخ تأسيسه يعود إلى نوفمبر 2013. وتشير النتائج إلى أن أعداد المتابعين لحساب وزارة الخارجية العمانية على شبكة تويتر حتى تاريخ 2020/12/31 بلغ 361.1 ألف متابع، في حين أن عدد من يتابعهم الحساب بلغ 52 حساباً.

تشير النتائج أيضاً إلى أن تغريدات وزارة الخارجية العمانية عن قضية الأزمة الخليجية حتى نهاية عام 2020 بلغ 14 تغريدة، فيما بلغت التغريدات عن الحرب اليمنية 29 تغريدة، كما أن 6 تغريدات فقط تناولت القضيتين معاً.

ما خصائص التغريدات الرسمية العمانية عن قضيتي الحرب اليمنية والأزمة الخليجية على شبكة تويتر؟

- أشارت نتائج الدراسة إلى هيمنة اللغة العربية على إجمالي تغريدات وزارة الخارجية العمانية في قضيتي الحرب اليمنية والأزمة الخليجية والتي جاءت بنسبة (98%).
- شكل نمط خبر وصورة أعلى نسبة من تغريدات وزارة الخارجية على تويتر حول القضيتين وتصل إلى 44.9%، فيما استخدمت بالدرجة الثانية نمط خبر قصير بنسبة 36.7%. وجاءت التغريدات بنمط صورة بأقل نسبة تصل إلى 6.1%، كما اتضح عدم استخدام نمط الرسم المعلوماتي "الإنفوجراف" ونمط الفيديو.
- جاءت تغريدات وزارة الخارجية العمانية معلوماتية بأعلى نسبة وصلت إلى 73.5%، فيما جاءت التغريدات التي لا تحمل معلومات كافية بنسبة 22.4%، وتساوت التغريدات الدفاعية والتي تحمل وعدا باتخاذ إجراء لتأتي بنسبة 2% لكل منهما.
- بينت نتائج الدراسة أن تغريدات وزارة الخارجية العمانية التي لا تحتوي على وسم جاءت بنسبة 53.1%، فيما كانت 46.9% من التغريدات تحتوي على وسم.
- فيما يتعلق بالتفاعل مع تغريدات وزارة الخارجية العمانية على شبكة تويتر، بلغ عدد مرات الإعجاب بتغريدات وزارة الخارجية العمانية 14936 بنسبة 70.9%، فيما بلغ عدد من أعاد نشر تغريدات وزارة الخارجية العمانية 4320 متابعا بنسبة 20.5%، أما عدد الردود على التغريدات فكانت 1819 ردا بنسبة 8.6%.

ما المبادئ الحوارية والإستراتيجيات الاتصالية لإدارة القضايا التي اعتمدها وزارة الخارجية العمانية حتى نهاية عام 2020 لإدارة قضيتي الحرب اليمنية والأزمة الخليجية عبر تويتر؟

أشارت نتائج الدراسة الى أنه وفقا لمؤشر نموذج الحلقات الحوارية التفاعلية التابعة لنظرية الاتصال الحوارية، أتاحت الوزارة الفرصة للجمهور للرد على جميع تغريداتها، إلا أن الوزارة لم تع أهمية الاتصالات ثنائية الاتجاه حيث إنها لم تتفاعل مع المتابعين، ولم تعلق على ردودهم وتعليقاتهم، مما يعني إهمال الحوارات التفاعلية بين الوزارة وجمهورها. وهذا يدل على عدم حرص القائمين على حساب الوزارة على تويتر على تعزيز الاتصالات ثنائية الاتجاه، وعدم تفعيل مبدأ الحلقات الحوارية التفاعلية الذي تتيحه شبكات التواصل الاجتماعي، حيث تسمح العلاقة الحوارية لمجموعات المصالح بفهم المؤسسة، وإعطاء الفرصة للمؤسسة للاستجابة لاقتراحاتهم وشكاواهم والرد على تساؤلاتهم، حيث تساعد العملية الحوارية على شبكات التواصل الاجتماعي في بناء وتسهيل العلاقات بين المؤسسات ومجموعات المصالح بصورة أكثر توازنا

اتضح من خلال تحليل المضمون أيضا عدم استغلال وزارة الخارجية العمانية لإمكانات شبكة تويتر ومميزاتها الاستغلال الأمثل، حيث إن صيغ التغريدات لا تتناسب مع الشبكة لذا ظهرت العديد من التغريدات مقتضبة وناقصة لمعلومات.

واستخدمت الوزارة من خلال شبكة تويتر البيانات الرسمية واللقاءات مع المسؤولين بالإضافة إلى نشر الأخبار عن دور السلطنة في حل القضيتين دبلوماسيا، إلا أن النشاط السياسي لحل القضايا وإدارتها تميز بالصمت شبه التام والبعد عن الحضور الإعلامي، مما يؤكد عدم وجود دور دبلوماسي لشبكة تويتر، بل هي سياسة ودبلوماسية الدولة، والذي لم ينعكس على الشبكة.

كما أشارت نتائج الدراسة – فيما يتعلق بنموذج إدارة القضايا - إلى أنه لا توجد أية إستراتيجيات لإدارة القضايا عبر شبكات التواصل الاجتماعي، حيث إن هذه الشبكات ما هي إلا أداة إعلامية ثانوية فقط لنشر أعمال الوزارة، كما أنه لا توجد بشكل عام إستراتيجيات واضحة وإنما هي مجموعة من الإستراتيجيات التي تستخدمها السلطنة بشكل عام في إدارة القضايا الخارجية.

ما مدى مطابقة إستراتيجيات اتصالات إدارة قضيتي الحرب اليمنية والأزمة الخليجية دبلوماسيا عبر تويتر في سلطنة عمان بالنماذج العلمية؟

يقوم العاملون على إدارة حسابات شبكة تويتر برصد ومتابعة كل ما يتم نشره على الشبكة فيما يخص قضيتي الحرب اليمنية والأزمة الخليجية، بالإضافة إلى رصد كل ما ينشر أو يذاع على وسائل الإعلام المحلية أو الدولية عن القضيتين، إلا أن عملية الرصد لا تقوم على تكتيكات أو أساليب علمية ولا تتم دراسة جماعات المصالح وتصنيفاتها ولا تتم دراسة ردود المتابعين وإنما يتم الاكتفاء برصد الرد وتصنيفه، ولا يتم وضع إستراتيجيات أو أساليب للتعامل مع مختلف الردود على شبكات التواصل الاجتماعي بل يتم الاكتفاء بالتعاملات الرسمية وأخذ الردود بجديّة من خلال القنوات الدبلوماسية الرسمية فقط.

وانتهجت الحسابات الرسمية على شبكة تويتر إستراتيجية الصمت وعدم القيام برد فعل No Action Strategy، كما تتبع الحسابات الرسمية أيضا إستراتيجية التمسك بالمبدأ Principled Strategy وهذا ما يبرر تمسكها بمرتكزات وتوجهات السياسة الخارجية العمانية والتي تقوم على مبادئ السلم وعدم الدخول في أي نزاعات، واعتمدت الحسابات على إستراتيجية التعاون بين طرفي الخلاف Collaborating Strategy والتي تتوافق مع أهداف السلطنة ونهجها الخارجي دون التصريح المباشر عبر الشبكة.

ما مدى كفاءة اتصالات إدارة قضيتي الحرب اليمنية والأزمة الخليجية دبلوماسيا عبر تويتر في سلطنة عمان؟

أوضحت نتائج الدراسة عدم التزام وزارة الخارجية العمانية بقواعد اتصالات إدارة القضايا في مرحلة ما قبل ظهور القضية وقواعد اتصالات إدارة القضايا في مرحلة التنفيذ لذلك فتقدير كفاءة اتصالات القضيتين إجمالا ضعيف، فالاتصالات المعنية بإدارة القضايا عبر شبكات التواصل الاجتماعي ذاتها كانت سلبية ولم تبدأ مبكرا في المراحل الأولى من نشأة القضيتين، على العكس من التفاعل على أرض الواقع، كما أن المؤسسات لم تستخدم أيا من الإستراتيجيات القائمة على تحليل شبكات التواصل الاجتماعي، وبالتالي فإن الإجراءات التي اتخذت لإدارة اتصالات جوهر القضيتين تقيّمها ضعيف.

ما تحديات إدارة القضايا السياسية الخارجية عبر تويتر في سلطنة عمان؟

أشارت نتائج الدراسة إلى وجود عدد من التحديات المرتبطة بتوظيف شبكات التواصل الاجتماعي في إدارة القضايا دبلوماسيا بعضها متعلق بشبكات التواصل الاجتماعي، وبعضها متعلق بالقائمين بالاتصال وبعضها متعلق بسياسة وزارة الخارجية كونها وزارة سيادية حيث تشكل صناعة المحتوى على شبكة تويتر تحديا، إذ إن سياسة وزارة الخارجية قائمة على

البيانات والأخبار الرسمية الموحدة، يليها قلة الموظفين ذوي الخبرة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وعدم وجود أدوات وأساليب لقياس ومراقبة ردود أفعال المتابعين، وأخيرا تأتي طبيعة العمل في وزارة الخارجية والبروتوكولات المتبعة في العمل الدبلوماسي التي لا تتيح الفرصة أمام القائم بالاتصال للتغيير في نمط المادة المنشورة.

#### حادي عشر: توصيات الدراسة

بعد استعراض نتائج الدراسة والإجابة على التساؤلات، يمكن الخروج بالتوصيات التي تتعلق بتطوير توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في الدبلوماسية الرسمية منها:

- ضرورة الاهتمام بتفعيل شبكات التواصل الاجتماعي في دعم الحراك السياسي المحلي والإقليمي والدولي سواء على المستوى الرسمي أم غير الرسمي من حيث استخدام المؤثرين على مختلف الشبكات.
- تعزيز وعي الإدارات العليا والمسؤولين بأهمية إدارة القضايا الدبلوماسية كعنصر مهم في إدارة السياسة الخارجية العمانية.
- ضرورة استغلال مميزات شبكات التواصل الاجتماعي وصناعة محتوى التغريدات بما يتناسب مع خصائص مختلف الشبكات وتجنب تكرار ذات المحتوى في كل وسيلة إعلامية تقليدية أو شبكة إلكترونية.
- استغلال شبكات التواصل الاجتماعي وتفعيلها باعتبارها أهم أدوات الاتصال ثنائي الاتجاه بين المؤسسات العمانية الرسمية ومن ضمنها مختلف الوزارات والهيئات ومجموعات المصالح المتعددة.
- ضرورة التأكيد على أهمية تدريب وتأهيل الكوادر العمانية العاملة في مجال إدارة شبكات التواصل الاجتماعي للمؤسسات الحكومية الحساسة، من أجل العمل على إدارة الحسابات وصناعة المحتوى بما يتماشى مع الإستراتيجيات الاتصالية الإدارية المعمول بها في الدولة.



## مراجع الدراسة

### المراجع العربية:

1. الأبروية، صفاء. (2019). توظيف المؤسسات الحكومية الخدمية بسلطنة عمان لشبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل صورتها الذهنية: دراسة حالة: الهيئة العامة لحماية المستهلك. رسالة ماجستير غير منشورة. سلطنة عمان: جامعة السلطان قابوس.
2. حمودي، هادي حسن. (1993). الفكر السياسي العماني: من الثوابت إلى المتغيرات. لندن: رياض الريس للكتب والنشر.
3. الدليل الشامل لإستراتيجيات تسويقية فاعلة على تويتر. (7 8, 2018). تم الاسترداد من البوابة العربية للأخبار التقنية: <https://aitnews.com/2018/07/08>
4. الدليمي، عبدالرزاق. (2015). العلاقات العامة وإدارة الأزمات. عمان: دار اليازوردي.
5. الصالحي، حاتم. (2017). دور فيسبوك في تدعيم الحوار بين المنظمة والجمهور دراسة في إطار نظرية الاتصال الحوارية. مجلة شؤون اجتماعية.
6. عادل، أنور. (2015). دبلوماسية الوساطة: السياسة الخارجية لسلطنة عمان أنموذجاً. مجلة أبحاث إستراتيجية، بغداد، ع 20-21.
7. العبرية، أماني. (2019). توظيف شبكتي تويتر وانستجرام في ممارسة الاتصالات التسويقية لدى شركتي الاتصالات في سلطنة عمان. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة السلطان قابوس.
8. مشاقبه، بسام. (2010). البحث الإعلامي وتحليل الخطاب. عمان: دار أسامة للتوزيع.
9. النعيمي، محمد عبدالعال وآخرون. (2014). طرق ومناهج البحث العلمي. عمان: دار الوراق للنشر والتوزيع.
10. اليحياينية، عائشة. (2017). خصائص حساب شبكة تويتر للوحدات الحكومية في سلطنة عمان. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة السلطان قابوس.

### المراجع الأجنبية:

1. Ali, Z., & Ajaz, N. (2014). Social Media and Indo-Pak Relations: Applying Agenda Setting Theory. *Journal of Asian Development Study*, 3(1), 36-43.
2. Beskow, D. M., & Carley, K. M. (2020). Characterization and comparison of Russian and Chinese disinformation campaigns. In *Disinformation, misinformation, and fake news in social media* (pp. 63-81). Springer, Cham.
3. Conover, M., Ratkiewicz, J., Francisco, M., Goncalves, B., Menczer, F., & Flammini, A. (2011). Political polarization on twitter. *ICWSM*, 133(26), 89-96.
4. Cutlip, at el. (2000). *Effective public relation*, 8th ed. New Jersey: Prentice Hall International.
5. Duong, H. T., Vu, H. T., & Nguyen, N. (2019). Activists' strategic communication in an authoritarian setting: Integrating social movement framing

- into issues management. *International Journal of Strategic Communication*, 13(2), 133-151.
6. Gaunt, P., & Ollenburger, J. (1995). Issues management revisited: A tool that deserves another look. *Public Relations Review*, 21(3), 199-210.
  7. Gilboa, E. (2008). Issues management. *Journal of Public Relations Research*, 22(3), 336-358
  8. Ittefaq, M. (2019). Digital diplomacy via social networks: A cross-national analysis of governmental usage of Facebook and Twitter for digital engagement. *Journal of Contemporary Eastern Asia*, 18(1), 49-69.
  9. Kent et al. (2003). The relationship between Web site design and organizational responsiveness to stakeholders. *Public relations review*, 29(1), 63-77.
  10. Kent, M. & Taylor, M. (1998). Building dialogic relationships through the World Wide Web. *Public relations review*, 24(3), 321-334.
  11. Kent, M. & Taylor, M. (2002). Towards a dialogic theory of Public Relations. *Public relations review*, 28(1), 21-37.
  12. Lorentzen, D. G. (2014). Polarisation in political Twitter conversations. *Aslib Journal of Information Management*, 66(3), 329-341.
  13. Maireder, A., & Ausserhofer, J. (2014). Political discourses on Twitter: Networking topics, objects, and people. *Twitter and society*, 89, 305-318.
  14. McKeon, R.T. & Gitomer, D.H. (2019). Social Media, Political Mobilization, and High-Stakes Testing. *Frontiers in Education*. DOI:10.3389/educ.2019.00055
  15. Skoric, M., Zhu, Q., Joh, D. & Pang, N. (2016). Social media and citizen engagement: A meta-analytic review. *New Media and Society*, 18(9), 1817-1839.
  16. Sobel, M., Riffe, D. & Hester, J.B. (2016) Twitter Diplomacy? A Content Analysis of Eight US Embassies' Twitter Feeds. *The Journal of Social Media in Society*, 5(2), 75-107.
  17. Stieglitz, S., Dang-Xuan, L., Bruns, A., & Neuberger, C. (2014). Social media analytics: Ein interdisziplinärer Ansatz und seine Implikationen für die Wirtschaftsinformatik. *Business and Information Systems Engineering*, 56(2), pp. 101-109.
  18. Wirtz, J. & Ngondo P.S. (2013). An analysis of the website strategies of top fee – generating U. S. – based public relations agencies. *Public Relations Journal*, 1-33
  19. Wu, D. & Yang, A. (2017). China's public diplomatic networks on the Ebola issue in West Africa: Issues management in a network society. *Public Relations Review*, 43(2), 345-357.
  20. Yang, A., & Taylor, M. (2014). Public diplomacy in a networked society: The Chinese government–NGO coalition network on acquired immune deficiency syndrome prevention. *International Communication Gazette*, 76(7), 575-593.

21. Zahra, I. and Kambashi, S. (2021). Employing electronic social networking sites in managing corporate crisis in the Sultanate of Oman. 9<sup>th</sup> International Conference on Conflict, Terrorism and Society entitled: Global Crises: Media, Politics and Environment, Kadir Has University, Turkey, ICCTS 2021.
22. Zakky, A., Mukhtarom, A., & Susilo, P. (2019). Twitter: Among Humor, Religious, and Political Issues in Indonesia. In 6th International Conference on Community Development (ICCD 2019). Atlantis Press.
23. Zhang, J. (2013). A strategic issue management (SIM) approach to social media use in public diplomacy. *American Behavioral Scientist*, 57(9), 1312-1331.