

دراسات وتقارير

سلسلة غير دورية تعالج قضايا وإشكاليات راهنة



المركز الإستشاري
للدراسات والتوثيق

مؤسسة علمية متخصصة تُعنى بحقلي الأبحاث والمعلومات، وتهتم بالقضايا الاجتماعية والاقتصادية وتواكب المسائل الاستراتيجية والتحوّلات العالمية المؤثرة

دبلوماسية تويتر

التغريد التّدخلي والتشاركي للسفراء

العاملين في لبنان

د. حسام مطر

- صادر عن:

المركز الإستشاري للدراسات والتوثيق

- مساعد باحث:

زينب عبد الله

- العدد:

الثالث والثلاثون

- تاريخ النشر:

تشرين الثاني 2023

جميع حقوق النشر محفوظة للمركز وبالتالي غير مسموح نسخ أي جزء من أجزاء التقرير أو اختزانه في أي نظام لاختزان المعلومات واسترجاعها، إلا في حالات الاقتباس المحدودة بغرض الدراسة والاستفادة العلمية مع وجوب ذكر المصدر

دراسات وتقارير

دبلوماسية تويتر

التغريد التدخلي والتشاركي للسفراء

العاملين في لبنان

تشرين الثاني 2023

ثبت المحتويات

5	مقدمة:
14	أولاً: السفارات في زمن المنصات الاجتماعية.
15	1.1 الدبلوماسية الرقمية
21	1.2 السفراء المغرّدون
27	ثانياً: جمع الداتا
34	ثالثاً: موضوعات ومجالات التفريده
34	3.1 تحليل القضايا الأبرز
37	3.2 مجالات التفريد
41	3.3 تصنيف بحسب الهدف
47	رابعاً: محدّدات التفاعل
47	4.1 طبيعة التعليقات على التفريدهات
50	4.2 قوة التفاعل ربطاً بمتغيّرات الهدف والمجال
55	خاتمة

مقدمة:

تزايد في السنوات الأخيرة الإشكالات والمعضلات المرتبطة بثورة المعلومات وتأثيرها في المجالين الافتراضي والواقعي. فقد أتاح انتشار الهواتف الذكية والإنترنت الرخيص نسبياً، عدا عن تداعيات الإغلاق في فترة وباء كورونا، اجتذاب كتلة وازنة من الناس إلى شبكات التواصل الاجتماعي لإنتاج المعلومات وتداولها واستهلاكها بحرية واسعة بحيث يمكن في كثير من الأحيان للمعلومات المضللة أو الكاذبة أن تسيطر حتى على مسائل بديهية (مثل كروية الأرض) وهكذا صرنا في زمن "ما بعد الحقيقة". وقد بدأت الدول بالتنافس في امتلاك التأثير والنفوذ في الشبكات الاجتماعية ضمن حروب الوعي والمعلومات، فمن ينتصر في المجال المعلوماتي، أي من يشكّل الروايات والسرديات والتصورات، يمتلك أفضلية وازنة في المجال الواقعي.

وبناء على ذلك أصبح الدماغ هو البعد الخامس للحرب (إضافة للبر والبحر والجو والفضاء) وأصبحت حملات التضليل المعلوماتي والحروب الإدراكية/حروب الوعي مجالاً أساسياً لقياس قوة أي فاعل سياسي. لذلك بدأت الفواعل السياسية في نقل جزء من مواردها وقدراتها إلى المجال الرقمي لبناء شبكات ومنصات وخبرات وأدوات للتأثير في هذا المجال من خلال فهم الجمهور المستهدف وبناء الرسائل وإيجاد القنوات لنقلها وقياس نجاحها سواء تمهيداً لنشر معلومات محدّدة وترويجها (حول فكرة أو حدث أو رواية أو أشخاص... إلخ) أو ردّاً على حملات معلومات معادية عبر التشويش والفضح والعزل والاحتواء.

وجدت الدولة أن مجال الدبلوماسية العامة، وهو وسيلة للسياسة الخارجية، المعني بالاتصال الشعبي يمكنه الاستفادة من جماهيرية وسائل التواصل ومميزاتها للتأثير في تصورات الجمهور الخارجي تجاه الدولة نفسها وأحداث محدّدة وتجاه دول وفاعلين آخرين بما يعزّز من مكانة تلك الدولة وسمعتها ومصالحها وسرديّاتها، وهكذا نشأت الدبلوماسية الرقمية كإحدى أدوات بث القوة الناعمة والنفوذ المعلوماتي¹. ومنذ نهاية العقد الأول

¹ حول الدبلوماسية الرقمية أنظر:

Philip Seib, Real-time diplomacy: politics and power in the social media era (New York: Palgrave Macmillan, 2012); Corneliu Bjola and Marcus Holmes, Digital diplomacy: theory and practice,

للقرن الواحد والعشرين يتزايد اعتماد الدول على الدبلوماسية الرقمية حيث توظف الدولة الصور الرمزية كجزء من عملية إدارة الصورة، من ضمن عملية أوسع لإدارة ديناميات القوة، وهذه الصور الرمزية تمثل كيف تريد الدولة أن يجري الاعتراف بها من الآخرين. مثلاً ينطلق ت. كامبر وارين من ذلك للقول إن الدول الحديثة ليست مبنية على القوة والثروة فقط بل على قدرتها على التواصل بكفاءة من خلال وسائل مثل تويتر لعرض مطالبها المعيارية للولاء والوحدة الوطنية².

في المقابل، وبسبب طبيعة هذه المنصات، زادت قدرة الجمهور على المشاركة والمشاورة في قبول سلطة الفاعلين السياسيين مما ساهم في تشظية قوة الاتصال الجماهيري لتلك الفواعل³. وقد ضاعفت ثورة تكنولوجيا الاتصال من أهمية الجمهور في صناعة السياسة الخارجية، وهو ما دفع بالفاعلين السياسيين إلى تكريس موارد هائلة لتكنولوجيا الاتصال. ولذلك ظهرت فرضية أن الدبلوماسية الرقمية تعزز الشفافية والديمقراطية والمشاركة العامة، إلا أن ذلك ليس مؤكداً نظراً للسلطة المتزايدة للفواعل السياسية في التلاعب بالمعلوماتي وإتقان ممارسة الحرب الإدراكية بالاستفادة من مميزات الذكاء الصناعي وتحليل البيانات الكبرى والتقدم في تقنيات التجسس والاختراق والاكتشافات المتزايدة في مجالات الدماغ والعلوم العصبية والنفسية والاتصالية.

ومن ضمن الدبلوماسية الرقمية يظهر اهتمام مستجد بدراسة أداء السفراء على وسائل التواصل من خلال صفحاتهم الشخصية. فالمشاركة الشخصية للسفير في الاتصال الرقمي تعزز من وصول الجهاز الدبلوماسي إلى الجمهور، مع الإشارة إلى أن فعالية ذلك ما تزال موضع جدل⁴. بهذا المعنى يصبح السفير دبلوماسياً مؤثراً (influencer) أي يجمع بين دوره الدبلوماسي بكل ما يستتوجه من الرسمية والحذر وعبء التمثيل والعمل المؤسسي ودوره كمؤثر رقمي يتفاعل مع الجمهور الافتراضي بأقل قدر من الرسميات

London: Routledge, 2015; 'Diplomacy as a method of change management', Digital diplomacy: theory and practice, London: Routledge, 2015.

² T. Camber Warren, 'Not by the sword alone: soft power, mass media, and the production of state sovereignty', International Organization 68: 1, 2014, p. 112.

³ Sarah Ellen Graham, 'Emotion and Public Diplomacy: dispositions in international communications, dialogue, and persuasion', International Studies Review 16: 4, 2014, p. 522.

⁴ Constance Duncombe, 'Twitter and Transformative Diplomacy: social media and Iran-US Relations', Chatham House, International Affairs, vol. 90, no.3, 2017, pp. 545-562, p. 515.

ويعرض أنشطة من حياته اليومية والشخصية مستحضراً الفكاهة والطرفة ورموز الثقافة المحليّة. يمثل هذا المزيج تحدياً كبيراً للسفراء ويستلزم منهم تطوير معارف ومهارات ومزايا شخصية ربما يصعب اكتسابها إضافة إلى الدعم المؤسّساتي. علمًا بأن سلطة السفير على المنصّات الاجتماعية عُرضة للتحديّ والنقد والتنمّر والاعتراض، وهو مكشوف للسؤال ولضرورة التفاعل والحاجة للعفوية وكلها بمثابة أفخاخ للعمل الدبلوماسي.

من الملاحظ أن دراسات النشاط الرقمي للسفراء تُركّز على منصّة تويتر نظراً لشعبيتها وللقيود المحدودة على المضمون السياسي بالمقارنة مع المنصّات الأخرى مثل فايسبوك ولسهولة انتشار المحتوى عليها، إضافة إلى السهولة النسبية لجمع الداتا من تويتر مقارنة بفايسبوك على سبيل المثال. لاحظت دراسة منذ العام 2012 أن الدبلوماسية من خلال تويتر تتسم بكونها عامّة بعكس تلك التقليدية التي تحدث خلف أبواب مغلقة. لذلك تويتر ليس متورطاً في إحداث تغيير بنيوي في الممارسة الاجتماعية للدبلوماسية وحسب بل في كيفية وغاية استخدام الدبلوماسيين لهذه التكنولوجيا في سعيهم للقيام بواجباتهم⁵. إن فحص تغريدات السفراء وفهمها يتيحان لنا: التعرّف على أجنادات بلادهم وأولوياتها السياسية وطبيعة مصالحها في البلد المضيف؛ وفحص لغتهم ومواقفهم حول القضايا الأساسية لدولتهم؛ وكشف مسارات العمل الأساسية لهم وأي الشرائح الاجتماعية يستهدفون؛ وكذلك التعرّف على تصوّراتهم لكيفية التأثير وإحداث التغيير، وهذا كله مفتاحي لتقييم نواياهم واستخلاص برامج عمل السياسة الخارجية لحكوماتهم.

برزت في لبنان تجربتان لدبلوماسيين اثنين هما السفير البريطاني الأسبق توم فليتشير ودبلوماسي في السفارة الصينية يُكّتي بـ "أبو وسيم". كان فليتشير سفيراً لبلاده في بيروت بين عامي 2011 و 2015 وساهم في تطوير الاستخدام الدبلوماسي لوسائل التواصل الاجتماعي بحيث أطلق عليه لقب دبلوماسي تويتر Twiplomat، ثم انتشر هذا المفهوم ليشير إلى وظيفة جديدة هي الدبلوماسي الذي يشارك في تبادل الرسائل عبر تويتر مع متابعيه. وقد نال فليتشير جائزة Lovie Special Achievement لاستخدامه منصّات التواصل الاجتماعي خلال خدمته الدبلوماسية في لبنان وقد أصدر عدة كتب حول تجربته هذه لاقت رواجاً واسعاً منها كتاب *The Naked Diplomat: Power and*

⁵ Cristina Achetti, The Impact of New Media on Diplomatic Practice: an evolutionary model of change, Hague Journal of Diplomacy 7: 2, 2012, p. 188.

Statecraft in the Digital Age. أما "أبو وسيم" (GAO Yi) فكان قنصلًا في سفارة الصين في بيروت (2018 - 2022) ولاقت صفحته في تويتر تفاعلًا كبيرًا من المغردين اللبنانيين والعرب إذ كان يتقن العربية ويغرّد بها ويركّز على إبداء التعاطف والإعجاب بما يخصّ لبنان مستخدمًا وسم #بحبك_يا_لبنان ويعتمد الفكاهة بما يتناسب مع السياق المحلي (الدبلوماسي الطريف).

تطرح هذه الدراسة سؤالًا أساسيًا حول كيف يحاول السفراء الأجانب في لبنان تحقيق الأجندة السياسية لبلادهم من خلال التغريد على منصة تويتر؟ ومنه تتفرّع عدة أسئلة، ما هي القضايا الأساسية التي يركّزون عليها؟ وما هي المجالات التي تجتذب تغريداتهم وأهداف تلك التغريدات؟ وأخيرًا إلى أي مدى نجح السفراء في اجتذاب التفاعل والاهتمام وهل من علاقة لذلك النجاح أو عدمه بطبيعة المجالات أو الأهداف التي ركّزوا عليها؟

تعتمد الدراسة على تحليل الخطاب النقدي لفحص العلاقة بين اللغة التي استخدمها السفراء في تغريداتهم والمجتمع المستهدف بالتغريد. وتركّز على مراقبة مؤشرات الأداء (مثل خصائص الحساب الشخصي ونمط التغريد والتفاعل) وعلى فك الرموز الثقافية في التغريدات وتحديد المداخل التي حاول السفراء التفاعل مع الجمهور المستهدف من خلالها وتصنيف التغريدات بحسب الهدف منها ووفقًا للغة والموضوع. ويتضمّن تحليل الخطاب النقدي دمج تحليل النصّ وتحليل عملية إنتاج النصّ، والاستهلاك والتوزيع والتحليل الاجتماعي الثقافي للحدث الخطابي⁶. وقد تعدّدت الدراسات التي وظّفت هذه التقنية لتحليل التغريدات على منصة تويتر⁷.

من ناحية منهجية اقتصر البحث في دراسة السلوك الرقمي للسفراء العاملين في لبنان على منصة تويتر على المنتمين إلى دول أميركا الشمالية والجنوبية وأوروبا وآسيا دون السفراء العرب. فدول هذه القارات الثلاث هي الأكثر نفوذًا وفعالية في لبنان، أما استثناء السفراء العرب فكان للتركيز على دول حيث الفوارق الثقافية والسياسية واضحة. بمحصلة

⁶ N. Fairclough, *Critical discourse analysis: The critical study of language* (1st ed.), New York: Longman, 1995, p.23.

⁷ Daniel Gray, *Tweeting about Women: A critical discourse analysis of International Women's Day on Twitter*, PhD Thesis, Cardiff University, 2019. Rayya Aljarallah, *A Critical Discourse Analysis of Twitter Posts on The Perspectives of Women Driving in Saudi Arabia*, Arizona State University, Master Thesis, 2017. Yunita Marpaung, *A Critical Discourse Analysis of Hillary Clinton's Tweets in Twitter*, Repositori Institusi Universitas Sumatera Utara, 2012.

البحث تم الوصول إلى حسابات 17 سفيراً (السفراء العاملون في لبنان يتراوح عددهم بين 50 و 60 سفيراً) استبعد منهم اثنان (سفيرا الهند وأستراليا) نظراً لندرة تغريداتهما. في المرحلة الثانية بدأت عملية تحليل يدوي لتغريدات كل من السفراء الـ 15 المنشورة بين أول كانون الثاني 2022 ونهاية نيسان 2022 أي على مدى أربعة أشهر، وقد بلغ عددها 1351 تغريدة. تم تحليل كل من هذه التغريدات وفق جدول تضمّن 20 خانة ذات معلومات وصفية وتحليلية (مهمّة تولّتها زينب عبد الله). تضمّن الشقّ الوصفي معلومات حول مصدر التغريدة/ تغريدة أم إعادة تغريد/ مضمونها/ تاريخها/ المادة المرفقة بها/ لغتها/ عدد الإعجابات وإعادة التغريد والتعليقات وردود السفراء. وتضمّن الشقّ التحليلي موضوع التغريدة/ الهدف منها/ تصنيف التعليقات/ احتساب قوة التفاعل مع التغريدة وفق معادلة رياضية. في المرحلة الثالثة تم التحقق من الداتا وضبطها وترميزها ثم إدخالها في التطبيق الإحصائي SPSS لاستخراج جداول تحليلية تربط بين المتغيّرات المحدّدة في الدراسة (مهمّة تولّتها نرجس عبد الله).

مراجعة الأدبيات:

اهتمّت الدراسات مع بدء الانتشار الواسع لوسائل التواصل في نهاية العقد الأول من القرن 21 بمحاولة فحص كيفية اندماج الدبلوماسية بالإنترنت وهنا كان التركيز على أداء المؤسسات الدبلوماسية أكثر من السفراء أنفسهم⁸. توصل ل. تام إلى أن الدبلوماسية الرقمية من خلال نشر الأرقام والتعبير عن المشاعر تنمّي الدبلوماسية التقليدية، وتالياً تمكّن السفراء من التأثير على الجمهور وثقيفه وبناء الجسور وتعزيز النية الطيبة في البلد المضيف⁹. وتزايدت في السنوات الأخيرة الأبحاث حول أنماط تغريدات السفراء على منصة تويتر لا سيّما بعد وباء كورونا والقيود التي فرضت على الأنشطة الحيّة بحيث ارتفع منسوب الاتصال والتفاعل عبر الإنترنت في كافة المجالات بما فيها الدبلوماسية. اجتذبت

⁸ أنظر مثلاً:

Nicholas J. Cull, The long road to public diplomacy 2.0: the internet in US public diplomacy, *International Studies Review*, Vol.15, No. 1, 2013.

⁹ L. Tam, Interpersonal approaches to relationship building: Diplomat as a human agent of public diplomacy. *Place Branding and Public Diplomacy*, 2018, 15(2), pp. 134–142. doi: 10.1057/s41254-018-0101-2.

منصة تويتر الاهتمام الأكبر في دراسات الدبلوماسية الرقمية وذلك بفضل مزاياها للتفاعل والتواصل السياسي وبث الأخبار والمعلومات وكذلك لكونها تتيح جمع داتا التغريدات وتحليلها بسهولة نسبية بالمقارنة مع باقي المنصات¹⁰.

اهتمت الدراسات بالوصول إلى معايير لبناء فئات لتصنيف السلوك الرقمي ودراسة فاعلية كل فئة. اعتمد عمران بلاش على تصنيف "كول" للدبلوماسية العامة وفق خمس فئات وطبقها على الدبلوماسية الرقمية وهي الاستماع والمناصرة والدبلوماسية العامة والتبادل الدبلوماسي والبث العالمي. فيما ركزت "نادين ستروب" وزملاؤها على التعرف إلى سبب إستراتيجيات للدبلوماسية الرقمية هي: الاتصال التفاعلي، الاتصال المشخصن personalized، استخدام المشاعر، المعلومات ذات الصلة، الاتصال الشفاف، إنشاء الشبكات¹¹. ساهمت هذه التصنيفات في استخراج فئات لفرز التغريدات ودراسة فاعلية كل فئة وأثرها على مستوى التفاعل.

ميّزت الدراسات بين استخدام السفارات أو وزارات الخارجية لوسائل التواصل¹² وبين استخدام السفراء لها. مثلاً أظهرت دراسة أن السفارات الغربية لم تستخدم وسائل التواصل بفعالية من أجل الدبلوماسية وأنها نادراً ما انخرطت في تواصل تفاعلي

¹⁰ أنظر مثلاً:

Helen Hoffmann, Twitter as an Instrument of Public Diplomacy: A Case Study of Sweden and Germany, Master of Arts Thesis, Stockholm, June 28, 2013.

Nadine Strauß, Sanne Kruikeimeier, Heleen van der Meulen, Digital Diplomacy in GCC Countries: Strategic Communication of Western Embassies on Twitter, Government Information Quarterly 32(4), September 2015.

¹¹ Strauß, Op. Cit., pp. 369–379.

¹² أنظر مثلاً:

Cha Heewon, Sunha Yeo and Binnari Kim, Exploring Websites of Foreign Embassies as a Dialogue Space for Diplomatic Offices and Foreign Publics: Based on Dialogic Theory of Public Relations, International Journal of Multimedia and Ubiquitous Engineering, Vol. 10, No. 2, 2015, pp. 297–308.

Wiebke Renken, Social Media Use in Public Diplomacy A case study of the German missions' Facebook use, MSc Thesis, University of Stirling and Lund University, 2014.

عماد محمد المدير، اتجاهات المؤسسات الدبلوماسية العربية في توظيف العالم الجديد: دراسة مسحية للممارسين الدبلوماسيين في الخارجية السعودية، رسالة ماجستير غير منشورة، الرياض، جامعة الملك سعود، 2013.

خلود عبد الله ملياني، دعاء فتحي سالم، الاستراتيجيات الاتصالية للدبلوماسية الرقمية السعودية عبر موقع تويتر: دراسة في إطار ترسيخ مكانة المملكة كمركز لوجستي عالمي، مجلة جامعة الملك عبد العزيز: الآداب والعلوم الإنسانية، العدد الثامن، ص: 982-969، 2021.

مباشراً¹³. وفحصت دراسة أخرى الأداء الرقمي لـ 8 سفارات أميركية على تويتر وأظهرت وجود تباين كبير في عدد التغريدات وكذلك في نسبة استخدامها للغة الإنكليزية وفي مصادر المعلومات التي تتضمنها التغريدات¹⁴. وأنجز عمران بلاش أطروحة في جامعة أوكلاهوما حول الدبلوماسية العامة ووسائل التواصل وعالجها من خلال تحليل مضمون حسابات تويتر لـ 168 سفارة أجنبية في الولايات المتحدة الأميركية. وقد ركّز بلاش على دراسة تأثير مضمون التغريدات على جذب التفاعل الإيجابي من الجمهور¹⁵. بينما حلّت دراسة أخرى تغريدات السفارات الأجنبية في الرياض وتوصلت إلى أن القضايا السياسية جاءت في المرتبة الأولى وجاء هدف الإخبار ونقل المعلومات ثانياً، وفي الختام أوصت بإجراء مزيد من البحوث والدراسات في هذا المجال نظراً لشحّ الدراسات العربية¹⁶.

وفضّلت دراسات أخرى التركيز على دراسات حسابات السفراء. وخلصت معظم الدراسات إلى أن حضور السفراء على منصات التواصل ينعكس في تعزيز الوصول الرقمي لسفارات بلدانهم، وهو ما أكدته دراسة شملت 33 سفارة في لندن و30 سفارة في واشنطن¹⁷. ودرست نرمين عجوة تغريدات السفير البريطاني في مصر واستخلصت وفق نموذج المترجم الثقافي إجادة استغلال السفير للثقافة المحلية المصرية حيث احتوت تغريداته عناصر أساسية للثقافة المصرية تمثلت في استخدام اللغة العربية وخاصة اللهجة العامية المصرية واستخدام الرموز الثقافية المألوفة، واستخدام الأسلوب الفكاهي الذي يتمتع به المصريون، وممارسة طقوس المصريين وعاداتهم في المناسبات المختلفة،

¹³ Strauß, Op. Cit.

¹⁴ Meghan Sobel, Daniel Riffe, & Joe Bob Hester, Twitter Diplomacy? A Content Analysis of Eight U.S. Embassies' Twitter Feeds, the journal of social media in society, vol. 5, n.2, 2016, pp. 75-108

¹⁵ Imran Hasnat Palash, Public Diplomacy in social media: an Examination of Titter Use by Foreign Embassies in the U.S., University of Oklahoma, Dissertation, 2021.

¹⁶ أسماء بنت عبد الله بن شديد الصياح، الدبلوماسية العامة الرقمية عبر تويتر: دراسة تحليلية لتغريدات السفارات الأجنبية في المملكة العربية السعودية، المجلة العربية للإعلام والاتصال، العدد 26، حزيران 2021، ص: 173 - 216.

¹⁷ Ilan Manor, the Digitilaization of Public Diplomacy, Palgrave Macmillan Series in Global Public Diplomacy, 2019, pp. 296-298.

واهتمامه بالأبطال المصريين المشهورين في المجالات المختلفة وخاصة الرياضة والفن¹⁸.

من ناحية السفراء تركّز الاهتمام على دراسة أنماط التغريد وموضوعاته وفحص قدرتها على جذب التفاعل. مثلاً، تبين أن موضوعات التغريد لدى السفير الألماني في باكستان خلال سنتين، بعد إجراء تحليل للنصوص، شملت قضايا: الديمقراطية، السياسة والقانون، المجتمع والثقافة (الموضوع الرئيسي لديه)، الصراع والعنف، الشخصية، البيئة والصحة، التنمية الاجتماعية والاقتصادية، الحياة الشخصية، شؤون السفارة. هذه الموضوعات الثمانية تفرّع منها 29 موضوعاً فرعياً¹⁹. وفيما ركزت معظم الدراسات على تفاعل السفراء رقمياً مع الجمهور فحص بعضها هذا التفاعل بين الدبلوماسيين أنفسهم. فقد فحصت دراسة صادرة عن تشاثام هاوس كيف يمكن استخدام تويتر للتواصل بين الدول من خلال دبلوماسيتها لا سيما متى يكون التواصل المباشر متعذراً وذلك من خلال دراسة سلوك المسؤولين الإيرانيين بين 2013 و 2015 فيما يتعلّق بالتفاوض النووي²⁰.

في السنوات الأخيرة برز اهتمام بفحص استخدام السفراء الصينيين لتويتر وذلك بسبب تصاعد التنافس الغربي الصيني واحتدام المنافسة على استقطاب الرأي العالمي. وهذا ما تجسّد بموجة إقبال من الدبلوماسيين الصينيين منذ 2019 على منصّة تويتر ومحاولة الحدّ من وصولهم إلى الجمهور العالمي بزعم أنهم يمارسون حملات معلومات مضلّلة. حلّلت إحدى الدراسات تغريدات 11 سفيراً صينياً عام 2021 وتوصّلت إلى أنهم يستخدمون حساباتهم لممارسة نوع من الدبلوماسية في الوقت الحقيقي (عرض مواقفهم في اجتماعات حصلت للتوّ)، والتعليق على أحداث حول العالم، وتعزيز الشفافية

¹⁸ نرمين علي عوجة، فعالية الدبلوماسية عبر تويتر في بناء العلاقات مع الجماهير الأجنبية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 68، تموز 2019، ص: 507 - 564. أنظر أيضاً:

L. Tam, N. J. Kim, who are Publics in Public Diplomacy? Proposing a taxonomy of foreign publics as an intersection between symbolic environment and behavioral experiences, *Place Branding and Public Diplomacy*, 15(1), 2019.

¹⁹ Laeeq Khan and others, Public Engagement Model to Analyze Digital Diplomacy on Twitter: A Social Media Analytics Framework *International Journal of Communication*, vol.15, 2021, pp. 1741-1769.

²⁰ Constance Duncombe, *Twitter and Transformative Diplomacy: social media and Iran-US relations*, Chatham House, international affairs, vol.90, no,3, 2017, pp. 545-562.

المتخيلة للدبلوماسية (عرض وثائق وتقارير)²¹. وأفضت دراسة أخرى أجريت عن النشاط الرقمي للدبلوماسيين الصينيين في بريطانيا على مدة ثمانية أشهر إلى الكشف عن وجود 62 حساباً مزيّفاً هدفها الترويج للنشاط الرقمي للدبلوماسيين وكانت مسؤولة عن نصف التفاعل مع نشاط الدبلوماسيين الرقمي وقد أدت الدراسة إلى إبلاغ تويتر عن 29 حساباً لإغلاقها²².

ركّز عدد آخر من الدراسات على محاولة استخلاص أفضل الممارسات في التغريد الدبلوماسي لاجتذاب للتفاعل. وقد وجدت دراسة أن تضمين التغريدة إحالات وذكرًا لأشخاص (تاغ) يعملون خارج وزارة الخارجية يدلّ على استخدام تويتر لبناء علاقات إيجابية مع مواطنين ومنظمات خارج وزارة الخارجية لتعزيز أهداف الوزارة²³. وتوصلت دراسة أخرى لنموذج من 3 عوامل مفتاحية للدبلوماسية الرقمية (منها التغريد على تويتر) ترفع مستوى التفاعل والتأثير: الموقف الإيجابي، الإفصاح عن الذات، فضول الاستطلاع²⁴. بينما توصلت دراسة أخرى إلى أن المشاركة عبر وسائل التواصل (التغريد وإعادة التغريد والإعجاب والردّ) كانت مثمرة في كسب الثقة ورعاية العلاقات مع الدبلوماسيين الأجانب والجمهور المحلي²⁵.

يمكن الاستخلاص أن الدراسات في مجال تغريد السفراء بحاجة لسدّ عدة فجوات منها دراسة الاتصال الأفقي بين سفراء الدول على منصّات التواصل وليس بين السفراء والجمهور فقط؛ والاهتمام بكيفية مشاركة السفراء في الدبلوماسية العامة من خلال وسائل التواصل الاجتماعي في دول الجنوب، وهي مسألة ما تزال قليلة الحضور²⁶؛ دراسة مقارنة لعدد من سفراء دول مختلفة حول أنماط التغريد وكيفية تأثيرها في اجتذاب

²¹ Manor, Op. Cit., 2021.

²² Marcel Schliebs, Hannah Bailey, Jonathan Bright, Philip N. Howard, China's Inauthentic UK Twitter Diplomacy A Coordinated Network Amplifying PRC Diplomats, oxford internet institute, Dem.Tech working paper, 2021.2, may 11, 2021.

²³ Meghan Sobel, Daniel Riffe, Joe Bob Hester, Twitter Diplomacy? A Content Analysis of Eight U.S. Embassies' Twitter Feeds, The Journal of social media in Society, Vol. 5, n.2, 2016, pp. 75-108.

²⁴ Khan and Others, Op. Cit., pp. 1741-1769.

²⁵ Tam, Op. Cit., pp. 134-142.

²⁶ Khan and others, Op. Cit.

التفاعل وبناء مجتمع رقمي يتولّى "تكبير" رسائل دولهم في المجال الافتراضي، وذلك لكون معظم الدراسات مخصّصة لسفير محدد أو لسفراء من دولة واحدة.

تضمّ هذه الدراسة أربعة أقسام، يتناول القسم الأول كيف تطوّر دمج الدبلوماسية العامة في المجال الرقمي وولادة "الدبلوماسية الرقمية" وتأثير ذلك على نشاط السفراء على منصة تويتر. أما القسم الثاني فيستعرض عملية جمع الداتا لـ 15 سفيراً في لبنان من خلال تغريداتهم على منصة تويتر للأشهر الأربعة الأولى من عام 2022، ويفرز هذه الداتا وفق خصائص حسابات السفراء وطبيعة التغريدات واللغة والمواد المرفقة ومعطيات كمّية حول التفاعل مع مجمل التغريدات. أما القسم الثالث فيكشف أبرز القضايا التي شملتها التغريدات والمجالات والغايات التي ارتبطت بالتغريدات لكل سفير. وفي القسم الرابع يجري قياس التفاعل مع التغريدات ربطاً بمتغيّرات التعليقات والمجالات والأهداف من خلال المقارنة بين تغريدات كل سفير على حدة والمقارنة بين تغريدات السفراء فيما بينهم. وتخلص الدراسة إلى التمييز بين نمطين من التغريد، تغريد تدخلي وتغريد تشاركي، يميل السفراء الغربيون نحو النمط الأول، والسفراء الشرقيون نحو النمط الثاني.

أولاً: السفارات في زمن المنظمات الاجتماعية

اهتمت الأجهزة الدبلوماسية، الأميركية والسوفياتية منها بوجه خاص، في مرحلة ما بعد الحرب العالمية الثانية ودخول الحرب الباردة، بمحاولة التواصل مع، والتأثير في، الرأي العام لدول أخرى من خلال برامج التبادل والبتّ المعلوماتي والترويج للثقافة والفنون وتقديم المساعدات، وهو ما يُعرف بالدبلوماسية العامة. والدبلوماسية العامة هي وسيلة يستخدمها فاعل ما، غالباً ما يكون دولة، لتأسيس وإدارة العلاقات والتأثير في الآراء وتعبئة الأفعال بهدف تحقيق مصالح الفاعل وقيمه. بإيجاز يمكن القول إن الدبلوماسية العامة تمثّل توسعة للدبلوماسية التقليدية ورافعة في العلاقة الثقافية وأداة في الصراع ووسيلة في بناء صورة الدولة.

تزايدت أهميّة هذه الدبلوماسية مع شيوع الديموقراطية وامتلاك الجمهور تأثيراً أكبر في المجال السياسي بحيث تؤثر تصوّراته وخياراته في تشكيل سياسات الدولة. وقد اكتسبت هذه الدبلوماسية زخماً بفعل العولمة وثورة المعلومات وتقنيات الاتصال. وهكذا انكشفت

الممارسة الدبلوماسية أمام الجمهور وأصبحت بحاجة لأن تكون ممارسة تشتمل على الاستماع والحوار مع الجمهور أي أنها دبلوماسية باتجاهين، فأصبحت تتسم بالشمولية بدل الإقصاء والتفاعلية بدل الإسقاط/البث. بذلك لم يعد الجمهور مجرد متلق سلبي في استراتيجيات السياسة الخارجية بل فاعل مبادر ومؤثر وضغط على السياسة الخارجية لدولته.

1.1 الدبلوماسية الرقمية

مع رواج وسائل التواصل الاجتماعي سارع الفاعلون السياسيون لتوظيفها ضمن قنواتهم للتواصل والتفاعل مع الجمهور والنخبة والنظر، لا سيّما متى كان هؤلاء الفاعلون يعانون من قيود صارمة في الإعلام التقليدي²⁷. وقد ظهر هذا التوظيف بشكل بارز لدى الأجهزة الدبلوماسية على مستوى وزارات الخارجية والسفارات والسفراء وهو ما أطلق عليه عدة مصطلحات منها "الدبلوماسية الجديدة"، "دبلوماسية الإنترنت"، "الدبلوماسية الشبكية"، "الدبلوماسية السايبرانية"، "دبلوماسية وسائل التواصل"، "الدبلوماسية العامة 2.0"، إلا أن المصطلح الأكثر رواجاً هو الدبلوماسية الرقمية. يمكن تعريف الدبلوماسية الرقمية بأنها "استخدام وسائل التواصل من قبل الدولة لتحقيق أهداف سياستها الخارجية وإدارة صورتها الوطنية"، أو أنها "التأثير الكلي لتكنولوجيات الاتصال والمعلومات على ممارسة الدبلوماسية وتمتدّ من البريد الإلكتروني إلى تطبيقات الهواتف الذكية"²⁸. مع الإشارة إلى أن الدبلوماسية الرقمية لا تحلّ مكان الدبلوماسية القائمة على الاتصال المباشر بل هي متمم ومكمل لها²⁹.

²⁷ استفاد الرئيس الأميركي دونالد ترامب من منصة تويتر للتعبير عن مواقفه ردّاً على ما اعتبره انحياز القنوات الأميركية الليبرالية ضده فوظف التغريد للاتصال المباشر مع الجمهور قبل أن يتمّ تجميد حسابه لاحقاً. ونشر ترامب حينها تغريدة قال فيها "أستخدم مواقع التواصل الاجتماعي ليس لأنني أحبها، ولكن لأنها الوسيلة الوحيدة لمواجهة وسائل الإعلام غير الحيادية وغير الآمنة، والتي كثيراً ما يشار إليها باسم وسائل الإعلام للأخبار الوهمية".

²⁸ Ilan Manor, Elad Segev, America's Selfie, in Corneliu Bjola and Marcus Holmes (eds.), Digital Diplomacy: Theory and Practice, Routledge, 2015, p. 92.

²⁹ حول هذه النقطة أنظر:

A. Vanc, Post-9/11 US Public diplomacy in Eastern Europe: Dialogue via new technologies or face-to-face communication, Global Media Journal, 2012.

<https://www.researchgate.net/publication/289688152>

أدى انتشار المنصات الرقمية إلى اكتساب المواطنين/الجمهور سلطة جديدة للمشاركة في المجال السياسي من خلال الاستقلال المعلوماتي النسبي عن الدولة والقدرة على ممارسة التعبير والاحتجاج والدفاع عن تصوراتهم ومصالحهم ما فرض ضغوطاً على كيفية ممارسة الحكومات للدبلوماسية. ولذلك أصبح هذا المواطن الرقمي بامتيازاته الجديدة مستهدفاً من دولته والدول الثالثة الطامحة للتأثير داخل الدولة التي ينتمي إليها. وهكذا تشمل الدبلوماسية الرقمية ثلاث مكوّنات: الطرق التي يتفاعل فيها الفاعلون مع الجمهور لبث رسالة أو صورة، والطرق التي من خلالها يبني الفاعلون وينظّمون المعلومات إلى جمهورهم، والطرق التي من خلالها يواكب الفاعلون التغيرات في البنى السياسية والرأي العام.

أفضت الدبلوماسية العامة الرقمية إلى تزايد انكشاف الرأي العام المحلي أمام التأثيرات الخارجية وتمكين الأجهزة الدبلوماسية من تكثيف وصولها إلى المواطنين حول العالم وليس النخبة فقط. ولذلك وجدت القوى المتمكّنة في المجال الرقمي في هذا التطور فرصة استثنائية للاقتراب من المواطنين حول العالم فهماً وتأثيراً وتفاعلاً واختراقاً وتلاعباً. ولذلك تبذل الولايات المتحدة جهوداً متقدّمة لدمج المواطنين حول العالم بالشبكات الاجتماعية وربطهم بالإنترنت بما يمكنها من الوصول إليهم بشكل فعال وسريع، ولعزل الأصوات المعارضة ولا سيّما المناهضة للهيمنة الأميركية³⁰.

دخلت معظم وزارات الخارجية في العالم مسار الرقمنة ودمجت فيه دبلوماسيتها العامة الشعبية، وهذا الدمج هو عملية متواصلة وطويلة نظراً للتسارع الهائل في مجال تكنولوجيا المعلومات. ففي العام 2019 كان لدى 187 دولة (97% من دول الأمم المتحدة) حسابات على منصة تويتر لحكوماتها ووزارات خارجيتها. ومن بين هذه الدول كان لـ 93% منها حضور على فايسبوك و81% على انستاغرام. في العام 2015 كان لدى وزارة الخارجية الأميركية أكثر من 300 حساب على مختلف منصات وسائل التواصل

³⁰ بعد أن ضيّقت واشنطن الخناق على الدول والحركات المعادية لهيمنتها في الإعلام التقليدي من خلال فرض العقوبات على وسائل الإعلام وشركات البث تحت عنوان مواجهة الإرهاب، اتجهت تلك الدول والحركات للاستفادة من المجال الرقمي كمجال بديل، إلا أن واشنطن بدأت في السنوات الأخيرة تعزيز آليات الضبط والرقابة من خلال العقوبات والتشريعات والتدخل المعياري على المحتوى المعادي لها على منصات وسائل التواصل ما يؤدي إلى بروز شكل من شبه الأحادية الرقمية في المنصات الأساسية.

الاجتماعي³¹ تجعلها على اتصال مع أكثر من 15 مليون شخص بحسب أرقام عام 2013³². وتدير وزارة خارجية الكيان الإسرائيلي أكثر من 850 حسابًا على مختلف المنصات والتطبيقات والمواقع ب 50 لغة في محاولة لتعزيز رسائلها وإبطاء تدفق الرسائل المضرة بها من أعدائها³³.

تحاول الحكومات، ومجمل الفواعل السياسية، التكيف مع بيئة الاتصال الجديدة وأدواتها وتوظيف الدبلوماسية الرقمية بعدة مسارات:

- **بناء الجسور للتفاعل مع الجمهور الأجنبي والتأثير فيه سياسياً وثقافياً من خلال المشاركة والاستماع مع تجاوز نسبي لسلطة الدولة التي ينتسب إليها، لا سيما جمهور دولة معادية أو دولة لا يوجد معها علاقات دبلوماسية.** ففي 2011 أطلقت وزارة الخارجية الأميركية مبادرة السفارة الافتراضية في طهران للتواصل مع الإيرانيين حول التاريخ والقيم الأميركية. كذلك أطلق كيان العدو الإسرائيلي سفارة افتراضية على تويتر عام 2013 على أمل الحوار مع مواطنين من دول عربية وإسلامية لا علاقات دبلوماسية معها³⁴. مع الإشارة إلى أن المواطنين داخل كل دولة ليسوا مجموعة واحدة بل ينقسمون إلى مجموعات وفق مصالح وهويات محددة ولذا على الدبلوماسية الرقمية تجاه أي دولة أن تعمق فهمها لهذه المجموعات وعلائقها وتوتراتها وخصوصياتها بهدف تطوير استراتيجية اتصال معها تجمع بين التجانس والتنوع في آن. كما يشمل التفاعل جاليات دولة السفير في نطاق عمله³⁵.

³¹ Meghan Sobel, Daniel Riffe, Joe Bob Hester, Twitter Diplomacy? A Content Analysis of Eight U.S. Embassies' Twitter Feeds, the journal of social media in society, Vol. 5, N.2, 2016, pp. 75-108, p.82

³² كريستوفر هيل، حدود دبلوماسية تويتر، بروجكت سانديكيت، 20 آب 2013.

³³ للمزيد حول استخدام الكيان الصهيوني المنصات الرقمية في الدعاية أنظر: مجموعة مؤلفين، الدعاية الإسرائيلية: قراءة في القوة الناعمة، مركز رؤية للتنمية السياسية، 2023.

³⁴ أنظر أيضاً: يسرا حسنى عبد الخالق، الدبلوماسية الشعبية الإسرائيلية الموجهة للشعوب العربية على الفيسبوك: دراسة تحليلية، المجلة المصرية لبحوث العالم، العدد التاسع والأربعون، تشرين الأول - كانون الأول 2014، ص. 202-252.

³⁵ وهنا وقد تكون الجماهير المستهدفة هي الجاليات الأجنبية في الخارج حيث يمكن للدولة بناء منتديات رقمية أو مجتمعات افتراضية متاحة خصيصاً لجالياتها. مثلاً تطوّر وزارة الخارجية الهندية ألعاب كومبيوتر مخصصة لأطفال الجاليات الهندية.

- **فهم جمهور محدد وتصوراتهم وتقييم الرأي العام وردّة أفعاله تجاه الأحداث** والاستجابة للجمهور وفق خصائصه في اللغة والثقافة والقيم. هذا الفهم يسمح بتشكيل السياسة الخارجية للدولة وتقييم أثر سياساتها وخطواتها. ويتحقق هذا الفهم من خلال تحليل الخطاب ودراسة الشبكات ومواقف المؤثرين ومن خلال أنماط التفاعل والسلوك الرقمي³⁶ وكذلك من خلال الحوار المباشر (مثلاً يستخدم السفراء النرويجيون السكايب للحوار مع طلبة الجامعات). وميزة وسائل التواصل أنها تساعد الدبلوماسيين على التعرف السريع على الأحداث واتجاهات الرأي العام والقيام بخطوات دبلوماسية في الوقت الحقيقي. ففي عصر التواصل الرقمي يكتسب الطرف الأكثر سرعة في تأطير الأخبار والمعلومات حول حدث معين، لا سيّما في الأزمات، أفضلية كبيرة. بالمحصلة زادت قدرة السفارات بشكل ملحوظ على جمع المعلومات، بما تمثله من قوة، من المنصات الرقمية ودمجها في تقاريرها بما يساعد وزارات الخارجية في عملية صناعة القرار.
- **التعرّف على حملات المعلومات المعادية على شبكات التواصل لاحتوائها.** تستخدم وزارة خارجية كيان العدو الإسرائيلي تحليل الشبكات الاجتماعية للتعرف على الشبكات التي تنشر محتوى "معاد للسامية" على الإنترنت ثم تحليل أعضاء تلك الشبكات لتشخيص الأعضاء المعتدلين ثم تتواصل معهم للحوار والفهم المشترك بهدف إقناعهم بالتوقف عن مشاركة محتوى تلك الشبكات لعزل "شبكات الكراهية" وضبط ضحّ المحتوى "المعادي للسامية" على الإنترنت³⁷.
- **تأطير الأخبار والمعلومات عبر وسائل التواصل وهذا الأمر تزداد أهميته لأن** الناس بدأت تعتمد على المنصات الاجتماعية مصدرًا رئيسيًا للأخبار. وهنا التأطير يكون من خلال اختيار أوجه محدّدة من الواقع المتصوّر لإبرازها ولتعريف مشكلة بطريقة محدّدة وتقديم حلول وتقييمات وتفسيرات. وهذا التأطير هو عملية

³⁶ طوّرت بعض وزارات الخارجية خوارزميات خاصة بها ووسائل لتحليل البيانات الكبرى (بيغ داتا) للتعرف على أهمية شرائح شعبية أو دول أو مناطق وكيفية التأثير فيها من خلال الدبلوماسية العامة، ولمراقبة التطوّرات الدبلوماسية، والتعرّف على اللاعبين المؤثرين في المجال الرقمي، وتوزيع رسائل مركّزة على شرائح مختلفة ومراقبة محتوى الأحداث الدبلوماسية. فالخوارزميات لها قدرة توقّعية تقود إلى فرض بنية على العالم الفوضوي وتقليص عدم اليقين.

Manor, Op. Cit., 2019, p.50.

³⁷ Manor, Op. Cit., 2019, p. 43.

تنافسية حيث يحاول من لديهم قوة اجتماعية (القدرة على جعل معايير وقيم مشروعة ومرغوبة) إقناع الجمهور بأن تفسيرهم للأحداث هو الصحيح³⁸. يوجّه السفراء متبّعِيهم لفهم ما يجري حولهم في العالم (تأكيد معلومات محدّدة أو بثّها أو دحضها أو تصويبها) بما يملكونه من خبرة ومعرفة ورأسمال رمزي.

- استخدام الدبلوماسية الرقمية لبناء شبكات للتعاون في مبادرات محدّدة، فوسائل التواصل تمنح الفرد شعوراً بالفاعلية لقدرتها على تبادل الأفكار والمساهمة في خلق المحتوى. وهذا يشجّع الأفراد في وسائل التواصل على المشاركة مع الدبلوماسيين بشرط أن يكون الدبلوماسيون قادرين على مواكبة هذا التفاعل وإلا فإنهم سيعانون من عزلة رقمية. ولذا تتكامل الفاعلية الرقمية مع الفاعلية الواقعية، وكلما جرى دعم النشاط الرقمي بحراك فعلي ترتفع قدرة السفير على الوصول والتأثير وبناء شبكات نشطة في المجالين الواقعي والرقمي.
- **ضبط الأجنّات لناحية تحديد موضوعات النقاش في المجال العام بإثارة قضايا أو موضوعات محدّدة وفق معايير وقواعد ومفاهيم وألويات تعكس هويّة الدولة ومصالحها واستراتيجياتها.** مثلاً تُطوّر وزارات الخارجية لبعض الدول شراكات مع شركات تكنولوجية للبحث عن حلول لبعض التحدّيات مثل بناء شبكات لمواجهة مخاطر الاحتباس الحراري، أو كما في الحرب الروسية في أوكرانيا حيث يكثر السفراء من الدول المؤيّدّة للموقف الأوكراني من نشر الأخبار والمواقف والأحداث المرتبطة بالحرب، لتكريس سرديّات محدّدة وإبقاء القضية في قائمة الموضوعات المثيرة للنقاش والجادبة للاهتمام في المجال الرقمي.

أسفرت هذه الرقمنة للمجال الدبلوماسي عن ثلاث نتائج أساسية:

- صار لازماً على الأجهزة الدبلوماسية امتلاك بنية تحتية تقنية وبشرية وأمنية في مجال شبكات التواصل الاجتماعي بهدف حماية المعلومات وتحسينها من الهجمات السيبرانية وكذلك امتلاك القدرة على تخزين البيانات وتحليلها إضافة إلى إنشاء منصّات للتفاعل والتواصل مع الجمهور وإدارة الحسابات والمواقع. وتالياً ظهرت الحاجة إلى موارد بشرية لتوفير الخدمات الرقمية ومواكبة التواصل وتأمين معلومات محدّثة طوال الوقت.

³⁸ Palash, Op. Cit., pp. 74-79.

- أصبح الدبلوماسيون مضطرين لإتقان استخدام التطبيقات التكنولوجية والمشاركة الدائمة فيها وجذب الاهتمام والتفاعل وكذلك القدرة على نقد وفهم ما يجري في المجال الرقمي. ولذلك كان لازماً تأهيل الدبلوماسيين للعمل مع بيئات غير مألوفة في المجال الافتراضي وتطوير كفاءات وقدرات الجهاز الدبلوماسي على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بشكل فعال وتفاعلي. إن الضعف في مهارات الاتصال الرقمي لدى الدبلوماسيين يمكن أن يؤدي إلى خسارة السيطرة على عملية التواصل ما يفضي إلى نشر ردود أو مواقف أو آراء على منصات التواصل يؤدي إلى إضعاف موقف الدولة أو إحداث توتر دبلوماسي أو سياسي.
- أدت رقمنة الدبلوماسية بمرور الوقت إلى إعادة توسيع السلطة داخل المؤسسات الدبلوماسية من وزارة الخارجية نحو السفارات. فقد خسرت وزارات الخارجية احتكارها للشؤون الخارجية وأصبح على الدبلوماسيين التعامل مع مجتمعاتهم (مثل جمهور الدولة المستضيفة) للحوار والإقناع والاستشارة وهو ما يفرض عليهم الحاجة إلى إتقان "الاتصالات المتخصصة" الموجهة لجمهور محدد والتي تأخذ في عين الاعتبار ثقافته وقيمه ومصالحه³⁹.
- أصبحت الدبلوماسية أمام تحدي التواصل مع البعدين المحلي / العالمي في الوقت ذاته⁴⁰. فالخطاب والسلوك الدبلوماسيان في المجال الرقمي متاحان لجمهور مختلف في الوقت عينه لا سيّما مع سهولة ترجمة ما يُنشر ومواكبة وسائل الإعلام لتصريحات الدبلوماسيين في الواقع الافتراضي وإعادة نشرها والتعليق عليها ونقدها. فالسفراء مثلاً مضطرون في أثناء التفاعل على المنصات الاجتماعية إلى تقديم روايات متناسقة ومتنوعة في آن يلحظون فيها العوامل الداخلية في بلادهم والظروف السائدة في البلاد التي يعملون فيها وكذلك ضغوط اللحظة الدولية⁴¹.

³⁹ Manor, Op. Cit., 2019

⁴⁰ Manor, Op. Cit., 2019, p. 43-45

⁴¹ عام 2013 علّق حساب السفارة الأميركية في مصر بعد نشر مقطع فيديو لبرنامج أميركي يدين توقيف باسم يوسف، وذلك بعد تغريدة لحساب الرئاسة المصرية (مرسي) اعتبرت أنه أمر غير ملائم لبعثة دبلوماسية أن تشترك في بروباغندا سياسية سلبية، وبعد عودة الحساب كانت التغريدة قد أزيلت.

على الرغم من الفرص التي يتيحها المجال الرقمي لأجهزة الدول الدبلوماسية إلا أنه مجال معقد ومزدحم وشديد التنافسية. فالكيانات السياسية غير الحكومية بما فيها تلك المسلحة مثل حركات المقاومة تجد في المجال الرقمي بُعداً يمكن توظيفه بشكل لا تماثلي ربطاً بصعوبة سيطرة الدول عليه ما يوفر لها فرصة كبيرة للالتفاف على القيود المفروضة عليها في بيئة الإعلام التقليدي ويضمن لها قدرة على إنشاء المحتوى وبنه بكلفة قليلة ومخاطر محدودة. التحدي الثاني الرئيسي لهذه الأجهزة هو التكيف للعمل في عصر المعلومات الكاذبة التي هي جزء من صراعات المنطقة الرمادية (تشمل التضليل المعلوماتي وحروب الوعي). وهذا ما يستوجب حيازة القدرة على بناء حملات المعلومات وكذلك تفكيك الحملات المعادية التي تحوي معلومات مضللة وكاذبة وهذا يستلزم تطوير استراتيجيات خاصة وتشبيك وزارات الخارجية مع أجهزة الدولة الأخرى وإنشاء مختبرات متخصصة والتعاون مع القطاع الخاص في مجال المعلوماتي.

ستبقى الدبلوماسية التقليدية قائمة وحيوية فالكثير من المصالح الدولية تحتاج إلى التواصل المباشر الذي يتسم بالرسمية والخصوصية وفق تقاليد محدّدة. إلا أنه أصبح لهذه الدبلوماسية شقيق، أكبر أو أصغر، يمكن أن يكون فرصة أو تحدياً لها. لكن بما أن الواقع الرقمي فرض نفسه فإن الدول تسعى إلى توظيف الدبلوماسية الرقمية كمكمل ومتمم للدبلوماسية التقليدية وهذا ما يطرح تحدي تحقيق التناغم بينهما يستلزم تحسينات مؤسساتية وقواعد عمل جديدة وآليات تنسيق مرنة. بالمحصلة يمكن للدبلوماسية الرقمية الناجحة أن تضحّم رسائل الدولة الدبلوماسية وجعلها واسعة الانتشار حتى بما يتجاوز تأثير الدولة الحقيقي.

1.2 السفراء المفردون

تعتبر منصّة تويتر (أصبح اسمها إكس x في آب 2023) من أكثر المنصّات تفضيلاً للمحتوى السياسي فيما ينحى فايسبوك نحو المحتوى الترفيهي مع كثرة قيوده على المحتوى السياسي، وهذا ما يجعل الأولى مجالاً جاذباً لمختلف أشكال الاتصال السياسي بما فيها العمل الدبلوماسي. تحضر الأجهزة الدبلوماسية على تويتر (دبلوماسية تويتر أو دبلوماسية التغريد) من خلال حسابات لوزارات الخارجية أو السفارات أو السفراء. وفي حين تتسم لغة حسابات الوزارات والسفارات بالرسمية والعمومية وتركز على البث باتجاه

واحد فإن حسابات السفراء تميل نحو التفاعل الشخصي والتبادل بما يجعلها أكثر جاذبة ووصولاً بما يمنح السفراء القدرة على إعادة بث محتوى ورسائل حسابات وزارات الخارجية والسفارات بشكل أكثر كفاءة. والتواصل الدبلوماسي عبر منصة تويتر قد يكون موجهاً نحو الجمهور العام أو نحو شريحة محددة أو نحو المؤثرين الذين يوفرّون من خلال التفاعل مع الدبلوماسيين قدرة وصول عالية للتغريدات.

في العام 2020 امتلك رؤساء دول وحكومات من 163 دولة إضافة إلى 132 وزير خارجية حسابات على منصة تويتر⁴². ويلاحظ أنه منذ العام 2019 يشهد تويتر موجة إقبال من الدبلوماسيين الصينيين على تويتر بالتزامن مع اشتداد المنافسة العالمية مع الولايات المتحدة. وتستخدم الدول منصة تويتر ضمن حملات التضليل المعلومات أو البث المعلوماتي في سياق حروب الوعي/المعرفة، وهي حملات تمزج بين استخدام الحسابات الحقيقية والوهمية⁴³ وشخصيات واقعية وأخرى مفبركة⁴⁴. فالمجال الرقمي أصبح له وظائف أعلى من مجرد نشر الأخبار كما يجري في وسائل الإعلام التقليدية. يميّز إيلان مانور بين مرحلتين من رقمنة الدبلوماسية، الأولى بين 2007 - 2014 حيث كان استخدام الشبكات الاجتماعية لأغراض تكتيكية حول قضايا محددة من خلال إطلاق الهاشتاقات مثلاً لإثبات مجادلة ما، أما بعد العام 2014 فأصبح توظيف الشبكات يجري لأهداف استراتيجية من خلال الحملات مثل حملات التضليل المعلوماتي لتثبيت سردية ما⁴⁵.

⁴² Twiplomacy.com, Twiplomacy study 2020, July 20, 2020.

<https://www.twiplomacy.com/twiplomacy-study-2020>

⁴³ زعمت دراسة أجريت على النشاط الرقمي للدبلوماسيين الصينيين في بريطانيا لمدة ثمانية أشهر الكشف عن وجود 62 حساباً مزيفاً هدفها الترويج للنشاط الرقمي للدبلوماسيين وكانت مسؤولة عن نصف التفاعل مع نشاط الدبلوماسيين الرقمي وقد أدت الدراسة إلى إبلاغ تويتر عن 29 حساباً لإغلاقها.

Marcel Schliebs, Hannah Bailey, Jonathan Bright, Philip N. Howard, China's Inauthentic UK Twitter Diplomacy A Coordinated Network Amplifying PRC Diplomats, Oxford Internet Institute, Dem.Tech working paper, May 11, 2021.

⁴⁴ كشف معهد ستانفورد حسابات على منصات التواصل كانت جزءاً من حملات تضليل معلوماتي أميركية ضد الصين وروسيا وإيران. شملت الحسابات 146 حساباً على منصة تويتر قامت بالتغريد 299566 مرة بين عامي 2012 و 2022. أنظر:

Stanford, Unheard Voice: Evaluating five years of pro-Western covert influence operations, Cyber Policy Center, August 24, 2022.

⁴⁵ Manor, Op. Cit., 2019, pp. 125 - 107.

يواجه الدبلوماسيون، عقبة التكيف مع الوسائط الرقمية لناحية مهارات التواصل وكيفية التفاعل مع البيئة الرقمية التي تفضّل التشويق والحيوية والبساطة والعفوية والأمور الشخصية وذلك على عكس البيئة الدبلوماسية التقليدية. وقد وجد الدبلوماسيون صعوبة في اجتذاب الاهتمام على وسائل التواصل نظراً للمنافسة الشديدة. ففي مؤتمر حول الدبلوماسية الرقمية عقد في لندن قال دبلوماسي بريطاني رفيع إن رفاقه يشكون دائماً من أنهم غير قادرين على جذب الجمهور على وسائل التواصل فأجابهم: لأنكم مملون. وهذا يشير إلى أهمية إيجاد شخصية رقمية حماسية قادرة على المنافسة في سوق الإعلام الاجتماعي، ويواجه السفراء بالتحديد تحدي أن تحوّلهم إلى علامات تجارية⁴⁶.

إن فكرة النجومية والاستعراض أصبحت من صلب الاتصال السياسي، فالأنظمة والأحزاب والمؤسسات تصل إلى الجمهور من خلال نجوم سياسيين يتقنون لعبة الاستعراض والظهور أمام الكاميرا ولديهم مهارات التحدث العام ويستطيعون التماهي مع الجماهير والاقتراب منها ولديهم الاستعداد لمشاركة جزء من حياتهم الشخصية معها. والسفير الناجح في الاتصال الرقمي يجب أن يمتلك صفات المؤثر (الانفلوانسر)، فهو في بيئة شديدة التنافسية في مجال خلق شخصية جاذبة ومحتوى مشوّق.

إذاً على السفراء أن يغزّوا وكأنهم مؤثرون راغبون بالتفاعل والمشاركة الشخصية لتوظيف وسائل التواصل بمداهها وقدرتها على النفاذ لتشكيل تصوّرات الجمهور وخاصة حين يكون عملهم في دول ذات علاقات متوترة مع بلادهم. وقد امثّح أسلوب السفير الأميركي في الصين نيكولاس بارنز لكون مضمون تغريداته يشبه أي أب أميركي بعمر 66 عاماً يعرض صوراً للطبيعة ولممارسته الرياضة إضافة إلى آراء سياسية بالمناسبات. وهذا النمط من الاتصال الرقمي قد يبدو عادياً اليوم ولكنه في ظل التوتر الحالي غير المسبوق بين البلدين يبدو ثورياً⁴⁷. وكذلك اعتمد السفير الأميركي في روسيا مايكل ماكفول على استخدام تويتر للتفاعل عبر نشر الردود "لتجاوز عدائية الإعلام الرسمي الروسي والتواصل مباشرة مع الناس ومنحه نافذة قيّمة على المجتمع الروسي".

⁴⁶ Manor, Op. Cit., 2019, p. 53.

⁴⁷ Ethan McAndrew, Nicholas Burns: Influencer? the Twitter Diplomacy of Biden's ne China Ambassador, USC Center on Public Diplomacy, July 5, 2022.

يملك السفراء هامش حرية في التعبير عن مواقفهم على وسائل التواصل بما فيها تويتر، فالتعبير على هذه المنصات متحرر أكثر بكثير من التعبير من خلال المقالات أو المقابلات. مثلاً أفاد سفير أميركي في مقابلة صحفية أنه بحاجة إلى إذن لنشر مقال وليس لكتابة تغريدة⁴⁸. وهذا الهامش مريح للسفراء من ناحية، لا سيّما أن بعضهم لا يأتي من ملاك وزارة الخارجية بل من خارج السلك الرسمي. لكن هذا الهامش من ناحية ثانية حافل بالمخاطر حيث على السفير أن يكون متناسقاً مع الخطاب الرسمي للدولة وسياستها أو لأن التغريدات قد تثير ردود فعل سلبية من حكومات أو جماهير. فقد يقع السفراء في معضلة تقديم معلومات أو موقف أو رواية تناقض سياسة الدولة لنقص في المعلومات الرسمية (لا سيّما في المسائل الطارئة) أو لخلل في التشخيص وفق رؤية طاقم السفارة أو بسبب ضغوط الواقع المحلي.

يستخدم السفراء حساباتهم على مواقع التواصل من خلال:

- **النقاش والتفاعل مع الجمهور أو المؤثرين لا سيّما في الأزمات⁴⁹ والقضايا الساخنة.** مثلاً بين عامي 2013 و 2014 أجرت وزارة خارجية الكيان الإسرائيلي جولاتي سؤال وجواب عبر تويتر بدعوة المغردين لتوجيه أسئلة لدبلوماسيها (منهم سفير الكيان الإسرائيلي في الولايات المتحدة) حول العدوان الجاري على غزة حينها. وفي العام 2015 أقامت حركة حماس نشاطاً مماثلاً من خلال 4 من شخصياتها من بينهم سيدة. وأصبحت هذه الطريقة إحدى أدوات الدبلوماسية الرقمية التي تتيح للفواعل السياسية تقديم روايتها بحيث تبدو واثقة وشفافة. ورغم أن هذه الطريقة توصف بأنها مباشرة فهي في الواقع تتيح للدبلوماسيين

⁴⁸ Mia Armstrong, How Trump's Ambassador to Mexico Became a Twitter Star, Slate.com, July 29, 2020.

⁴⁹ في العام 2019 توترت العلاقات بين السلطة الفلسطينية وإدارة ترامب بسبب اعتراف الأخيرة بالقدس عاصمة لكيان الاحتلال الإسرائيلي، ونتيجة لذلك حصلت قطيعة دبلوماسية دفعت أحد معاوني ترامب، جيسون غرينبلات، إلى الرد على الانتقادات الفلسطينية من خلال التغريد على تويتر. وقال جيسون غرينبلات إن "الفرق الوحيد هو أننا نتحدث الآن عن هذه القضايا علناً على تويتر، بشكل يسمح للرأي العام بفهم مواقف كل منا". وعبر عن ارتياحه لهذه "الشفافية" من أجل "الردّ على كل تضليل ينشره بعض القادة الفلسطينيين". وفي مواجهة هذه الرسائل القصيرة، دانت الدبلوماسية الفلسطينية حنان عشاوي "دبلوماسية تويتر" التي تشكّل انتصاراً للعقول المحدودة". وقالت في تغريدة على تويتر إن "لا يمكن إطلاقاً لتغريدة أن تحلّ محلّ حوار حقيقي بحثاً عن حلول حقيقية".

الوقت لاختيار الأسئلة وكيفية الإجابة عنها، إلا أنها من جهة ثانية قد تضع الدبلوماسيين أمام أسئلة محرّجة وحسّاسة إضافة إلى احتمال التعرّض للتهكم والتنمّر الشخصي.

يسعى السفراء الناجحون في المجال الرقمي إلى التأكيد على أنهم مهتمّون بسماع رأي الجمهور المحلي لاجتذاب الاهتمام والتفاعل مع رسائلهم واكتساب مقدار من الثقة فهذا يظهر أن السفير يقدر أفكارهم ومهتمّ بمشاكلهم ويتفاعل معهم بشكل نديّ. في بداية عمله في مصر أكدّ السفير البريطاني على تويتر أنه مهتمّ بالاستماع للشعب المصري لأن لا أحد يعرف مصر مثلهم وطلب منهم إخباره عن رؤيتهم لبلادهم وكيف يمكن أن تخدم بريطانيا ذلك. وعند اقتراب نهاية ولايته أجرى جلسة أسئلة وأجوبة عبر تويتر قال فيها إنه مؤمن بدبلوماسية القرن الواحد والعشرين حيث على السياسي أن يتحدث للناس ويستمع إليهم ويفتح حواراً معهم وأن يرى البلد بعيون أهلها⁵⁰.

- **المشاركة المعلوماتية والتأطير الإخباري** من خلال ضخّ المعلومات الموثوقة حيث يُنظر للسفراء على مواقع التواصل على أنهم مصدر موثوق به للمعلومات لامتلاكهم امتياز الحصول على المعلومة وقدرة الوصول إلى أعلى المسؤولين. وهكذا يوجّه السفراء الجمهور نحو المعلومات التي تخدم رواياتهم ويكون ذلك من خلال نشر الأخبار والمعلومات من مصادر خاصة أو من خلال الترويج وإعادة تغريد معلومات من مصادر أخرى وكذلك الردّ لدحض أو لتصحيح أو نقد شيء منشور أو متداول (كثيراً ما استخدم هذا الأسلوب السفير الأميركي في روسيا ماكفول)⁵¹ والتعليق على الأحداث.

- **الترويج للنشاط الدبلوماسي للدولة** ونشر المعلومات المرتبطة بها بسرعة ما يمنح سرديات دولته أفضلية الوقت من خلال النشر المبكر للمعلومات وإغراق المجال الرقمي بها. وهذا ما يُطلق عليه ممارسة الدبلوماسية في الوقت الحقيقي

⁵⁰ عجوة، مصدر سابق، ص: 531.

⁵¹ "اليوم إذا مارس أحدهم الكذب عنك في الإعلام، كما حصل مع السفير ماكفول، فنحن لدينا الأدوات لنشر الحقائق الواقعية" يقول أليكس روس المستشار الرئيسي السابق في وزارة الخارجية الأميركية.

Michele Kelemen, Twitter Diplomacy: State Department 0.2, NPR, February 21, 2012.

<https://www.npr.org/sections/alltechconsidered/2012/02/21/147207004/twitter-diplomacy-state-department-2-0>.

حيث يقوم السفراء ببث مباشر لاجتماعات أو الإعلان بشكل مبكر جداً عن شيء مرتبط بالدبلوماسية ويعرضون للمتابعين بعض ما يجري خلف الكواليس الدبلوماسية بما يزيد من الشفافية المتخيلة (نشر صور من قاعة اجتماعات وعرض الوثائق)⁵².

- **عرض النشاط المهني للسفير مثل المقابلات واللقاءات والخطابات والظهور في الإعلام والاجتماعات وحضور المناسبات الرسمية.** وقد وجدت دراسة مقارنة للفروقات بين السفراء الصينيين والغربيين في استخدام تويتر، أن الصينيين يركّزون على إبراز مشاركاتهم الإعلامية وتصريحاتهم الصحفية، ربما لتبديد الرواية حول الرقابة الصينية على الصحافة⁵³.
- **خلق الحميمية مع الجمهور من خلال نشر معلومات وأخبار حول الحياة الشخصية.** نصح أليكس روس (مستشار كبير للإبداع لدى وزيرة الخارجية الأميركية السابقة هيلاري كلينتون) السفير ماكفول عام 2012 بالآتي: عليك أن تتفاعل وتحتاج إلى أن تصبح شخصية عامة "شخصيتك على تويتر وكيفية تواصلك يجب أن لا تكون بصفتك السفير ماكفول فقط بل مايك ماكفول، ماكفول الأب، ماكفول الأستاذ في ستانفورد، ماكفول الذي من مونتانا"⁵⁴. إن الإضاءة على الجوانب الشخصية هي استراتيجية اتصال فعّالة في الدبلوماسية الرقمية لأنها تساهم في بناء علاقات رقمية وتجذب التفاعل والمشاركة⁵⁵. وكان السفير كوبلر في باكستان يزور المستشفيات ويعرض معالم باكستان ويستمتع بجمالها ما جعل المواطنين يشعرون بأنه أقرب إليهم حيث اختبر تجاربهم وشاركهم الأمكنة⁵⁶.

⁵² حلّل الكاتب تغريدات 11 سفيراً صينياً عام 2021. ووجد أنهم يستخدمون الحسابات لممارسة شكل من الدبلوماسية في الوقت الحقيقي (عرض مواقفهم في اجتماعات حصلت للتو التعليق على أحداث حول العالم، تعزيز الشفافية المتخيلة للدبلوماسية (عرض وثائق وتقارير).

Manor, Op. Cit., 2021.

⁵³ ركّز السفراء الصينيون في تلك الفترة على تأكيد فكرة "الصعود السلمي" وعلى تقديم سرديات متناسقة حول مسائل عالمية وصينية (مثل قضية الايغور). أنظر

Manor, Op. Cit., 21, 2021.

⁵⁴ Armstrong, Op. Cit.

⁵⁵ Strauß and others, Op. Cit., pp. 369–379. J. Imlawi, D. Gregg, Engagement in Online Social Networks: The impact of self-disclosure and humor. International Journal of Human-Computer Interaction, 30 (2), 2014, 106–125.

⁵⁶ Khan and others, Op. Cit., p. 1757.

- **الترويج للقوة الناعمة لدولته وتظهر بصمتها وهويتها الخاصة من خلال النشر** حول مزاياها وخصائصها (التاريخية والثقافية والبشرية والطبيعية) وسياساتها (مثل تقديم المساعدات) ومواقفها الداعمة لقضايا محقّة.
- **تعزيز الأجندة السياسية⁵⁷**، أي الترويج والتأكيد على موقف بلاده في قضايا مختلفة. وبحسب تجربته، وجد السفير الأميركي في المكسيك أن التغريدات الهادفة للتأكيد على الأولويات السياسية هي الأقل جذباً للتفاعل⁵⁸.
- **معلومات حول خدمات السفارة service oriented information** ويشمل ذلك نشر مواد تتناول خدمات ووظائف السفارة والردّ على أسئلة في هذا المجال.

يعمل السفير على منصّة تويتر في بيئة شديدة التنافسية على جذب الاهتمام وتطوير قدرة إيصال المحتوى الخاص به إلى شرائح جديدة وتشجيعها على التفاعل معه بحيث يصبح حساب السفير مركزاً لأعداد متزايدة من الشبكات البؤرية المرتبطة به (مجموعات متجانسة من الجمهور الرقمي) بحيث تنفّس تغريداته على شكل موجات داخل تلك المجموعات وخارجها. وهذا ما يوجب على السفير التفاعل مع مجموعات متنوّعة بعضها ليس مؤيداً لسياسات دولته أو بعضها. فالناشطون على وسائل التواصل يميلون لإقصاء المختلفين لتجنّب النقد أو الشتائم والتّم بما يجعل منصّاتهم بمرور الوقت تجمع المؤيدين فقط، بما يشبه الفقاعة أو ما يُسمّى "غرفة الصدى"، وهذا ما لا يمكن للسفراء الوقوع به.

ثانياً: جمع الداتا

تمّ البحث عن حسابات السفراء الأجانب في لبنان، باستثناء سفراء الدول العربية الإفريقية، على منصّة تويتر، وفي المحصّلة تم الوصول إلى 17 حساباً شخصياً. وعليه جمعت تغريدات هذه الحسابات المنشورة من شهر كانون الثاني 2022 إلى نيسان 2022

⁵⁷ أنظر مثلاً:

B. Sundstrom, & B. A. Levenshus, The Art of Engagement: Dialogic strategies on Twitter. Journal of Communication Management, 21(1), 2017, pp. 17-33.

⁵⁸ Arizona State University News, Mexico: US Ambassadors Discuss Digital Diplomacy and social media, October 15, 2020.

<https://news.asu.edu/20201015-global-engagement-tweeting-diplomatically>

أي مدّة أربعة أشهر وبلغ عددها 1351 تغريدة. بالمحصّلة تبين أن تغريدات كل من سفيري الهند وأستراليا كانت قليلة جداً بالمقارنة مع البقية وبلغت 10 و 13 على التوالي ولذا قررنا إقصاءهما من الدراسة. وكان لافتاً عدم امتلاك السفارة الأميركية في لبنان دورتي شيئا لحساب شخصي على تويتز على الرغم من تدخل الدبلوماسية الأميركية المكثف في كافّة مناحي الحياة اللبنانية وربما يعود ذلك إلى تفضيلات السفارة الشخصية أو لاجتناب التوتّر مع المغرّدين المحليين الذين يحمل قسم كبير منهم الولايات المتحدة المسؤولية عن الكثير من الأزمات المحلية، وهو التفسير الأرجح⁵⁹.

وعليه تم، بين شهري نيسان وحزيران 2022، جمع وتحليل تغريدات 15 سفيراً في لبنان (3 من آسيا، 10 من أوروبا، 2 من أميركا الشمالية) للشهور الأربعة الأولى من عام 2022 كما يظهر في الجدول الآتي:

جدول 1: معلومات أساسية حول الحسابات المرصودة

اسم السفير	الدولة	تاريخ قبول أوراق الاعتماد	تاريخ الحساب	عدد المتابعين	عدد المتابعين	عدد التغريدات	عدد إعادة التغريد
Takeshi Okubo	اليابان	كانون الأول 2019	تشرين الثاني 2020	456	23.8k	54	105
Ian collard	بريطانيا	تموز 2021	نيسان 2013	490	5.411	46	40
Hans Peter vd Woude	هولندا	أذار 2021	تموز 2008	424	1.396	17	37
Andreas Kindl	ألمانيا	أب 2020	كانون الأول 2016	673	6.111	45	94
Chantal Chastenay	كندا	أب 2020	حزيران 2015	994	6.847	19	66
Qian Minijian	الصين	حزيران 2021	شباط 2020	946	12.8k	11	33
Anne Grillo	فرنسا	تشرين الأول 2020	تشرين الثاني 2017	181	13.7k	48	10
Ali Baris Ulusoy	تركيا	أذار 2021	كانون الثاني 2012	281	3.056	21	115
Jose Ignacio Madrazo	المكسيك	كانون الثاني 2018	حزيران 2014	3.48	5.868	45	54
Merete Juhl	الدنمارك	أيلول 2018	تشرين الثاني 2021	313	510	16	189
Ihor Ostash	أوكرانيا	شباط 2017	شباط 2012	204	447	20	42
Marion Weichelt	سويسرا	أيلول 2021	شباط 2022	167	732	30	37
Ann Dismor	السويد	حزيران 2021	اذار 2021	142	743	22	49
Martin Yttervik	النرويج	أذار 2021	كانون الثاني 2013	703	485	35	161
Marek Varga	سلوفاكيا	أب 2020	تشرين الأول 2020	151	240	9	30

⁵⁹ كثيراً ما تجتذب تغريدات حساب السفارة الأميركية التي تظهر فيها صور للسفير الأميركية وهي تقوم بأنشطة من الدبلوماسية العامة انتقادات وتعليقات حول النفاق الأميركي مثل قيامها بتوزيع كمادات على المارة أثناء موجة وباء كورونا بدل تقديم مساعدات جدية، أو حين تقوم بتسليم الجيش اللبناني معدات عسكرية متواضعة في مقابل الدعم العسكري الأميركي الكبير لكيان العدو الإسرائيلي.

كانت معظم الحسابات مثبتة بالعلامة الزرقاء ما عدا أربعة منها هي حسابات سفراء سلوفاكيا والنرويج والمكسيك وكندا. ومن أصل 15 سفيراً شملتهم الدراسة هناك خمس سفيرات يمثلن كندا وأربع دول أوروبية (فرنسا، السويد، سويسرا، الدنمارك)، أي لدول غربية. هنا من المفيد الإشارة إلى أن بعض الباحثين يجادلون أن السفراء يملكون هامش حرية أكبر في التعبير على منصات التواصل لأنهم أقل عرضة للانتقادات والتنمر من جانب المغردين⁶⁰.

- الحساب الأقدم يعود للسفير الهولندي (2008) والحساب الأحداث يعود للسفيرة السويسرية (2022)، فيما شهد العام 2020 تأسيس 3 حسابات وهو الأعلى. هناك 5 حسابات فقط تعود لما قبل العام 2015 ما يعني أن السفراء بالعموم دخلوا بشكل متأخر منصة تويتر ومنهم 5 سفراء أنشأوا حسابات بعد العام 2020.
- معدل عدد المتابعين للـ 15 سفيراً هو 5426 حساباً للسفير الواحد، وهو معدل منخفض جداً (مبّرر في حالة السفارة السويسرية لحدثة تاريخ إنشاء حسابها). هناك ست حسابات لم يتجاوز عدد متابعيهم الألف، و6 حسابات تجاوزت المعدل، فيما كان حساب السفير الياباني في المقدمة بشكل فارق من حيث عدد المتابعين (23.800 حساب) على الرغم من أن تأسيس الحساب يعود لتشرين الثاني 2020، ويمكن الافتراض أن ذلك يعود لنمط التغريد وحيويته وقدرته على الوصول إلى الجمهور المحلي. لم يتم التحقق من إمكانية وجود حسابات وهمية ضمن المتابعين للسفراء، لكن يمكن الافتراض نظراً لقلّة عدد المتابعين للسفراء أنهم لم يستفيدوا من شراء حسابات وهمية. كما لم يكن ممكناً تحديد جنسيات الحسابات المتابعة للسفراء وهو ما له تأثير مباشر على التفاعل معهم، ويمكن الافتراض أنه سيزيد عدد المتابعين اللبنانيين لحساب السفير كلما كان زمن تعيينه في مهمته اللبنانية يعود لتاريخ أسبق.
- الداتا المجموعة هي عبارة عن 1351 تغريدة (تغريد وإعادة تغريد) موزعة على 400 تغريدة (29.6%) و951 إعادة تغريد (70.4%)، أي أن التغريدات الأصلية تمثل

⁶⁰ درس باحثان ردود الفعل على تغريدات السفارة المكسيكية في أميركا والسفير الأميركي في المكسيك تعليقاً على زيارة الرئيس المكسيكي للبيت الأبيض وتوصلاً إلى أن الردود على تعليقات السفارة اتسمت بالسلبية والعنف والكلمات العدائية. أنظر:

Cecilia Farfán Méndez and Amalia Pulido, The Twitting Ambassador: Reforma Maxico Today, July 10, 2020.

ثلث ما نشره السفراء في المعدّل، إلا أن حسابي السفيرين الفرنسي والبريطاني نشرا تغريدات أكثر من إعادة التغريد. بينما يلاحظ أن حسابات سفراء تركيا والدنمارك والنرويج⁶¹ اعتمدت بشكل كبير على إعادة التغريد بحيث كان التغريد أقلّ من الثلث ولا سيّما السفير الدنماركي (189/16). مع الإشارة إلى أنه في بعض الأحيان تتكرّر ذات التغريدة حول حدث واحد لكن بأكثر من لغة أو من خلال التغريد حول حدث ثم إعادة التغريد حوله من مصادر أخرى شريكة في ذلك الحدث.

- معدّل التغريد للسفير الواحد خلال أربعة أشهر كان 90 تغريدة وإعادة تغريد، وقد تجاوز 5 سفراء هذا المعدّل وهم سفراء الدنمارك (205) والنرويج (196) واليابان (159) وألمانيا (139) وتركيا (136). وهذه الحسابات الخمسة هي فقط التي تجاوزت معدّل تغريدة واحدة في اليوم، وقد لامس حساب السفيرة الدنماركية معدّل تغريدتين في النهار بواقع 1.8. فيما كان السفيران السلوفاكي (39) والصيني (44) الأقلّ تغريداً خلال فترة البحث بمعدل 0.3 تغريدة في اليوم. وتعتبر هذه الأرقام منخفضة جداً مما يؤثّر في قوة الحسابات وقدرتها على الوصول.

- لا يتفاعل السفراء تقريباً مع التعليقات إذ لم نرصد إلا 8 ردود من السفراء على تعليقات وردت على تغريداتهم، 3 منها للسفير الألماني. تُعبّر هذه الأرقام عن خلل في التفاعل إذ إن المشاركة مع المعلّقين تُظهر التقدير لأفكارهم وآرائهم وكذلك تجتذب مزيداً من التفاعل وهو ما يسهم في انتشار محتوى التغريدات. وقد تعرّضت وزارة الخارجية الأميركية للنقد كونها بعد تغريدها بمحتوى خطاب لوزير الخارجية الأسبق مايك بومبيو حول إيران وتفاعل المغرّدين معها بردود في معظمها سلبية وذلك لأن حساب الوزارة لم يقم بأي تعليق عليها⁶².

⁶¹ بمراجعة أوسع لتغريدات السفير النرويجي حتى آب 2023 يتبيّن أن تغريداته الخاصة استمرت بالتراجع وانحصرت ببضع تغريدات خلال العام 2023 مقابل عشرات من إعادة التغريد، وحتى تغريداته القليلة يندم التفاعل معها تقريباً، وهذا ما يدلّ على أن السفير يستخدم حسابه بشكل تقليدي ويتجنب إضافة بصمته الخاصة وقد يعود ذلك إلى شخصيته أو افتقاده للمهارات المطلوبة.

⁶² Manor, Op. Cit., 2019, p. 93-89.

على صعيد لغة التغريد:

- حازت اللغة الإنكليزية على الحصّة الأكبر من الداتا المجمّعة بنسبة 65% تلتها العربية 21% ثم اللغات المحليّة (غير العربية والفرنسية) 11% واللغة الفرنسية 3% (نصفها تقريباً للسفير الفرنسي).
- على الرغم من أن السفراء يعملون في بلد ناطق باللغة العربية كانت غالبية تغريدات ثلاثة سفراء باللغة العربية وهم سفراء اليابان وتركيا والصين، فيما لم ينشر سفيرا سلوفاكيا وهولندا أية تغريدة بالعربية مطلقاً. بينما كانت تغريدات السفيرين الألماني والأوكراني نسبة السدس والثالث من تغريداتهما تبعاً باللغة العربية. وهكذا تظهر مجدداً حساسية السفراء الآسيويين حيال الخصائص المحليّة والمرونة التي يعتمدونها للوصول إلى الجمهور المحلي.
- لم يستخدم سفراء الدول الناطقة بغير الإنكليزية والفرنسية لغاتهم المحليّة إلا بشكل محدود جداً (من تغريدة واحدة إلى 8 تغريدات) ما عدا سفير المكسيك (أكثر تغريداته كانت بالأسبانية) وسفير تركيا (اللغة تركية تلتها العربية). حتى آب 2023 استمر السفير المكسيكي باستخدام اللغة الإسبانية بشكل أساسي في تغريداته على الرغم أنها، على عكس الإنكليزية والفرنسية لا يتقنها الأعم الأغلب من اللبنانيين ولذا يبدو إصراره عليها مستغرباً لا سيّما مع ظهور مستوى ضعيف جداً للتفاعل مع تغريداته ولذا يظهر أن استخدامه لتويت كأنه مجرد مسألة شكلية أو فرض وظيفي.
- استخدم جميع السفراء اللغة الإنكليزية ما عدا السفير الفرنسي، فيما كان السفير الصين هو الأقل استخداماً لها. أما بالنسبة للغة الفرنسية، فإضافة إلى السفير الفرنسي (19 من أصل 47 تغريدة بالفرنسية) استخدم 9 سفراء اللغة الفرنسية ولكن بدرجة محدودة جداً، فيما لم يستخدمها مطلقاً سفراء اليابان وبريطانيا وهولندا والصين وأوكرانيا وسلوفاكيا. إن إتقان السفراء عموماً للغة الإنكليزية وكونها لغة عالمية يجعلان منها اللغة الأفضل لمخاطبة الجمهور. في المقابل يعكس تعمد السفير الصيني عدم استخدام اللغة الإنكليزية أو الفرنسية أبداً الاعتزاز الثقافي والقومي إضافة إلى الشعور بالندية لا سيّما في ظل التوتر القائم بين الصين والغرب.

المادة المرفقة بالتغريدات

- من أصل 400 تغريدة، أرفق السفراء 82٪ منها بصورة، و7٪ منها برابط و3٪ منها بفيديو، فيما خلت 8٪ منها من أية مواد مرفقة. تؤكد هذه الأرقام أن الدبلوماسية الرقمية هي دبلوماسية بصرية (انفوغراف، فيديو، صور)، ومن المرجح أن يزداد التفاعل بشكل ملحوظ مع التغريدات حين يُرفق معها محتوى بصري. إن استخدام الصور له القدرة على جذب انتباه المتصفح وتدعيم إدراكه للنصوص وتقديم معانٍ إضافية تعزز قيمة النص المرفق وتساعد على تنشيط عملية التذكّر لتلك المعاني⁶³.
- لم ينشر سفراء هولندا وتركيا وأوكرانيا والنرويج وسلوفاكيا أية تغريدة بدون مواد مرفقة. فيما لم يستخدم سفراء الدنمارك وسويسرا وسلوفاكيا أي رابط مرفق وهو ما يُعد نقصاً جوهرياً ويؤثر في قوة الوصول للجمهور، بالمقابل كان سفيرا النرويج وهولندا الأكثر استخداماً له من نسبة تغريداتهم. وفيما يخص الفيديو كان السفير الياباني الأكثر استخداماً له نسبياً فيما امتنع عن إرفاقه بالتغريدات أكثر من نصف المشاركين. لكن لوحظ أنه في شهري شباط وآذار 2023 اعتمدت السفارة الفرنسية على مشاركة فيديو قصير للحديث مع الجمهور في ثلاث مناسبات، يوم المرأة العالمي، اليوم الفرنكوفوني، وزيارة لها للبقاع. قد يدل ذلك على حصول مراجعة لتحسين التواصل مع الجمهور.

مصادر إعادة التغريد:

- المصدر الأول الذي أعاد السفراء التغريد منه هو الجهات الحكومية الدولية لا سيّما الأمم المتحدة ومؤسساتها المختلفة (310 إعادة تغريد). كان للسفير الدنماركي وحده ثلث هذا الرقم تقريباً (من حسابات للأمم المتحدة والاتحاد الأوروبي معنية بلبنان)، فيما حصد سفراء ألمانيا والنرويج أرقام عالية نسبياً. أما سفراء معظم الدول الآسيوية ودول أوروبا الغربية فلم يعيروا هذا المصدر اهتماماً عالياً. إذاً يفضل سفراء الدول الاسكندنافية اعتماد حسابات المؤسسات الدولية لإعادة التغريد مرتبطة بأجنادات بلادهم في مسائل حقوقية وتنموية والحرب الأوكرانية. وكان واضحاً تركيز السفراء الغربيين، لا سيّما سفراء الدانمارك والنرويج وألمانيا

⁶³ ثريا البدوي، آلاء فوزي، الدبلوماسية العامة الأميركية: مدخل تسويقي وثقافي، القاهرة: عالم الكتب، 2016.

وكندا وسويسرا، على إعادة التغريد من حساب نجاة رشدي، نائبة المنسق الخاص والمنسقة المقيمة ومنسقة الشؤون الإنسانية للأمم المتحدة في لبنان، التي ركزت على قضايا المرأة والحقوق والمساعدات والتعاون بين لبنان والمؤسسات الدولية.

- المصدر الثاني هو إعادة التغريد من جهات حكومية من دولته مثل سفارة الدولة ووزارة الخارجية والحكومة (318 إعادة تغريد). حاز السفير التركي وحده ثلث هذا العدد، فيما كانت كل إعادات التغريد للسفير الأوكراني، ما عدا واحدة، من مصادر حكومية أوكرانية ربطاً بالحرب الروسية. وكانت أرقام سفراء النرويج والدنمارك وبريطانيا وكندا عالية نسبياً. إن إعادة التغريد من الصفحات الحكومية تضمن اتساق ما ينشره السفير مع سياسة بلاده وزيادة وصول الرسائل الدبلوماسية لسفاراته إذ يتفاعل المواطنون مع حسابات السفراء أكثر بكثير من حسابات السفارة. وقد ركز سفراء تركيا والنرويج وكندا على إعادة التغريد لحسابات سفاراتهم في لبنان من مجمل المصادر الحكومية.

- حلت المصادر الإعلامية (صحف، قنوات، صحافيين، منصات رقمية) في المرتبة الثالثة (109 إعادة تغريد) أقل من نصفها بقليل يعود للسفير الياباني وربعها للسفير الصيني (من الإعلام الصيني) ورقم مرتفع نسبياً للسفير الكندي (من منصات رقمية كندية). السفير الياباني ركز على إعادة التغريد من حساب "اليابان بالعربي" (مبادرة للتعريف باليابان باللغة العربية من قلب طوكيو لتصبح اليابان أقرب إليكم) في محاولة لتحسين وصول محتوى الصفحة للجمهور العربي ككل، ويظهر أن هذا المصدر الإعلامي جزء من الدبلوماسية الشعبية اليابانية للاتصال بالعالم العربي. بينما اعتمد السفير الصيني بشكل تام تقريباً على إعادة التغريد من حساب "شبكة تلفزيون الصين الدولية" الناطقة بالعربية. يظهر أن السفراء معنيون بتوجيه الجمهور نحو مصادر مستدامة للإعلام الرسمي الناطق بلغة البلدان التي يعملون بها، فالأمر لا يقتصر على إيصال المعلومة بل أداء مهمة الربط والترويج وإضفاء المصداقية على قنوات الدبلوماسية العامة.

- المصادر من جهات حكومية لدول ثالثة حلت في المرتبة الرابعة (63 إعادة تغريد) بنسبة عالية لألمانيا والدنمارك. كانت هذه الجهات في المجمل هي حسابات

السفراء الآخرين في لبنان ما يشير إلى أن بعض السفراء كان يستخدم تويت للفاعل مع زملائه وليس فقط مع الجمهور. ويلاحظ في الأعم الأغلب أن هذه الممارسة كانت لدى السفراء الأوروبيين إما لتقارب سياسة بلدانهم وإما نظراً لمستوى التنسيق بينهم لا سيّما في ظل وجود أجهزة دبلوماسية للاتحاد الأوروبي.

- شملت الفئات المتبقية الصغيرة: جهة حكومية للدولة المضييفة؛ وحسابات لمواطنين ومؤثرين (معظمها للسفير الياباني وهذا من أسباب قوة التفاعل مع تغريداته)، والجهات غير الحكومية الوطنية (من دولة السفير) المحلية والدولية.

ثالثاً: موضوعات ومجالات التغريدة

3.1 تحليل القضايا الأبرز

بالمقارنة بين أربع قضايا مختارة هي المرأة والانتخابات النيابية اللبنانية (موعدتها كان في أيار 2022) والحرب الروسية في أوكرانيا (اندلعت في شباط 2022 أي خلال مرحلة جمع الداتا) ومسألة اللاجئين والنازحين في لبنان تبين الآتي:

- حصلت هذه الموضوعات الأربعة على اهتمام 534 تغريدة وإعادة تغريد من المجموع الكلي 1351، أي أكثر من الثلث.
- بالمقارنة فيما بين هذه الموضوعات الأربعة، حلت القضية الأوكرانية في المرتبة الأولى (43%)، ثم المرأة (37%) وبعدها الانتخابات (13.5%) وأخيراً اللجوء (6.2%). وعليه لو حيدنا المسألة الأوكرانية عن المسائل الثلاث المتبقية المرتبطة بالواقع المحلي فإن قضايا المرأة كانت طاغية بشكل واضح. ويظهر أن موضوع المرأة كان مدخلاً نحو عدد من الموضوعات مثل التنمية وتغيير المناخ والانتخابات والمسائل الحقوقية. يعكس هذا الأمر الأجندة الليبرالية للجهات الغربية ومقدار التمويلات المرتبطة بقضايا المرأة.
- فيما يخص المسألة الأوكرانية، كانت كل تغريدات حساب السفير الأوكراني مرتبطة بها بطبيعة الحال، يليه حسابا سفيرى الدنمارك وبريطانيا، إلا أنه من حيث نسبة الاهتمام بالمسألة الأوكرانية لمجموع تغريدات السفير كانت النسبة الأعلى للسفير السلوفاكي والمكسيكي والياباني. أما الحسابات الأقل اهتماماً

بالمسألة الأوكرانية فتعود لسفراء الصين وفرنسا وتركيا. جزء من التغريدات عن الحرب الأوكرانية كان بهدف الضغط على الحكومة اللبنانية لدعم أوكرانيا بالتصويت في المؤسسات الدولية والإشادة بذلك التصويت حين حصوله.

- فيما يخص الانتخابات، فكانت نصف التغريدات تعود لحساب السفارة الدنماركية (ركّزت على مشاركة النساء في الانتخابات ومراقبة الانتخابات) فيما تحاشى سفراء اليابان والصين وتركيا وأوكرانيا أية إشارة لها. وقد ركّزت التغريدات حول الانتخابات على ضرورة إجرائها في موعدها⁶⁴ وعلى دور الجهات الدولية في الرقابة على إجرائها وعلى أهمية مشاركة المرأة ترشحاً واقتراعاً ومساندة فكرة الكوتا النسائية إضافة إلى برامج تدريبية انتخابية. حازت مسألة مشاركة المرأة في الانتخابات اهتماماً مركزياً في الخطاب الانتخابي للسفراء الغربيين وذلك لكون قضية المرأة مدخل رئيسي في التغيير الاجتماعي المرغوب غربياً في لبنان. اهتمّ السفراء الغربيون بالانتخابات على أمل تمكين كتلة من المجموعات الليبرالية التي انبثقت من منظمات المجتمع المدني الممولة غربياً من حيازة أكبر عدد من النواب يشكّلون مفتاحاً للتغيير السياسي لا سيّما بوجه حزب الله وحلفائه. وكانت آمال السفارات الغربية عالية بسبب منازعات الأزمة الاقتصادية بعد 2019 وتأثيرات احتجاجات تشرين 2019 ولكن نتائج الانتخابات أعادت تكريس مشروعية القوى السياسية ذاتها مع خرق محدود للمجموعات الليبرالية نتج إلى حد كبير عن خروج التيار المستقبل من المنافسة الانتخابية.

- نصف التغريدات المرتبطة بالمرأة كانت من ثلاث حسابات لسفراء الدنمارك وألمانيا وكندا، وهنا يُلاحظ أن ثلث تغريدات السفارة الكندية تقريباً كانت عن المرأة وكذلك ربع تغريدات السفارة الدنماركية، والسفير الألماني أكثر من الربع بقليل. فيما غابت قضية المرأة تقريباً عن تغريدات سفراء الصين وفرنسا

⁶⁴ دارت شكوك واسعة خلال الأشهر التي سبقت الانتخابات بأنه سيجري تأجيلها في نهاية المطاف إما لأسباب مالية أو سياسية ربطاً بقلق القوى السياسية الحاكمة من خيارات الناخبين، ولذلك بذلت القوى الغربية جهداً واسعاً لضمان حصول الانتخابات في وقتها بالتواصل والضغط على القوى السياسية وتأمين بعض المستلزمات المادية لها. تعود هذه الرغبة الغربية بحصول الانتخابات إلى تعويلها بشكل أساسي على أنها ستؤدي إلى فوز قوى سياسية تعتبرها أقرب إليها سياسياً ولكن كان يتمّ تقديم ذلك بالحرص على الحياة الديمقراطية وضمان الاستقرار. التقى كاتب هذه الدراسة يوانا فرونتسكا من بولندا هي المنسقة الخاصة للأمم المتحدة في لبنان، بناء على دعوة منها، وذلك قبيل الانتخابات النيابية وقد كانت مسألة حصول الانتخابات في موعدها تثير اهتمامها بشكل أساسي.

وأوكرانيا وسويسرا وسلوفاكيا. يتسق اهتمام السفراء في مسألة المرأة مع الموقف الرسمي لبلادهم، فعلى سبيل المثال أطلقت وزيرة الخارجية الألمانية في الأول من آب 2023 "الخطوط التوجيهية لسياسة خارجية نسوية جديدة" وقد نشر السفير الألماني عدة فيديوهات لشرح هذه السياسة. تتجاوز السياسة الخارجية النسوية مسألة تحقيق "المساواة الجندرية" في عمليات ومؤسسات السياسة الخارجية، بل هي منهج تفكير أكثر راديكالية في المشاركة الدولية يركّز على الأمن البشري لا على أمن الدولة والأمن القومي، كما يركّز على "تفكيك الهياكل الاقتصادية والسياسية العالمية التي تعيد إنتاج عدم المساواة بين الجنسين بالإضافة إلى أشكال أخرى من الإقصاء والتمييز والظلم". هذا النمط من السياسة الخارجية تبنّته عدة دول ليبرالية منها كندا والسويد وهولندا والمكسيك⁶⁵.

- أما موضوع اللاجئين والنازحين فاسترعى انتباهاً محدوداً جداً من كل الحسابات، ولكن بالمقارنة فيما بينها كانت الحسابات الأكثر اهتماماً هي لسفراء ألمانيا والنرويج. وبمراجعة أوسع لتغريدات السفارة السويسرية حتى آب 2023 يظهر أنها اهتمت بمسائل اللجوء والإغاثة كونها تشغل منصب القائم بالأعمال السويسري في سوريا إضافة لكونها سفيرة بلادها في لبنان. وكان السفير النرويجي الوحيد الذي اهتم بتغريدات مرتبطة بوكالة غوث اللاجئين الفلسطينيين (الأونروا) حيث تعدّ بلاده من أبرز الممولين لها.
- بالمقارنة بين تغريدات الموضوعات الأربعة مع التغريدات المرتبطة بمسائل اقتصادية وتنموية فإن الأخيرة اجتذبت 186 تغريدة وهو رقم يقلّ عن التغريدات المرتبطة بالمرأة. فسفراء الدول الغربية أبدوا اهتماماً أكبر بقضايا المرأة من تلك المرتبطة بالاقتصاد والتنمية على الرغم من أن لبنان يمر بأزمة اقتصادية واجتماعية غير مسبوقه.

⁶⁵ Saskia Brechenmacher, Germany Has a New Feminist Foreign Policy. What Does It Mean in Practice? Carnegie Endowment for International Peace, March 8, 2023.

3.2 مجالات التغريد

تم تحديد 11 مجالاً توزّعت عليها التغريدات وذلك بحسب الموضوعات التي تناولتها ويمكن فرزها على فئتين هي:

المجالات الناعمة (33.1%) وتشمل: البيئة والمناخ⁶⁶، تعليم وعلوم⁶⁷، ثقافة وفنون⁶⁸، صحة⁶⁹، رياضة⁷⁰، دين⁷¹. والمجالات الصلبة (66.9%) وتشمل: أمن وعسكر⁷²، سياسة⁷³، حقوق⁷⁴، اقتصاد وتنمية⁷⁵، صناعة وزراعة⁷⁶. على عكس معظم السفراء، تجاوز عدد تغريدات المجالات الناعمة عدد التغريدات في المجالات الصلبة لدى كل من سفيرتي الصين واليابان.

⁶⁶ تغير المناخ، معالجة النفايات، تشجير وحماية الغابات، السياحة البيئية، التلوّث، العدالة المناخية والبيئية، الطاقة المتجددة والمياه. ويلاحظ أنه كثيراً ما جرى ربط هذه الموضوعات بمسألة المساواة الجندرية وتمكين المرأة.

⁶⁷ تجهيز مدارس، ندوات جامعية، زيارة صروح علمية، دعم القطاع التعليمي، تقديم منح، تكنولوجيا التعليم، عيد المعلم، لقاءات مع طلاب وخريجين، ترويج لجامعات الدولة الأم، براءة اختراع، تدريب مهني، ابتكارات.

⁶⁸ دورات لغة، مراكز ثقافية، الإعلام، الرسم، الأدب، السينما، التصوير، المسرح، الرسوم المتحركة، رعاية مثقفين (منحت فرنسا إقامة لمدة سنتين لمئة مثقف وأديب بعد انفجار مرفأ بيروت).

⁶⁹ توزيع لقاحات، أخبار حول وباء كورونا، مساعدات للقطاع الصحي.

⁷⁰ إنجازات رياضية للدولة الأم، حضور أنشطة رياضية، تنظيم بطولات، تكريم لاعبين، دعم رياضي.

⁷¹ تهنئة بالأعياد الدينية، لقاءات وزيارات لصروح وشخصيات دينية.

⁷² مساعدات للجيش اللبناني، التدريب، إحياء مناسبات عسكرية، لقاءات عسكرية، اليونيفيل، نزع ألغام، الأمن السبيري، التطرف العنيف، مكافحة المخدرات، غرق قوارب اللاجئين، برامج تبادل (مثل الشراكة بين معهد قوى الأمن الداخلي في لبنان وجامعة جان مولين- ليون 3 والمعهد العالي للشرطة الوطنية الفرنسي).

⁷³ لقاءات دبلوماسية، زيارات، مؤتمرات، مواقف، تصريحات في مسائل خارجية ومحلية.

⁷⁴ الفساد، حقوق المرأة وتمكين النساء، قضايا الشذوذ/المثلية، حماية الأطفال، ذوو الاحتياجات الخاصة، حماية اللاجئين.

⁷⁵ البطالة، معارض، الأزمة في لبنان، غلاء الأسعار، ريادة الأعمال، المفاوضات مع صندوق النقد، الإصلاحات الاقتصادية، المؤسسات الاجتماعية، تداعيات الحرب الأوكرانية اقتصادياً، حقوق المودعين، القطاع المصرفي اللبناني، مساعدات لجهاز الإطفاء، مساعدات إغاثية (ملابس ووسائل تدفئة ومواد غذائية)، إعادة إعمار مرتبطة بانفجار مرفأ بيروت، الطاقة.

⁷⁶ دعم وتدريب مزارعين، اتفاقيات، تدشين منشآت زراعية، أخبار.

جدول 2: مجالات التغريد لكل سفير

السفراء	سياسي	ثقافة وفنون	اقتصادي تنموي	تعليم وعلوم	عسكري أمني	رياضي	صحي	بيئي	حقوقى	صناعي زراعي	ديني
اليابان	28	53	26	10	3	9	11	5	3	5	1
بريطانيا	34	11	14	9	6	2	3	2	1	1	3
هولندا	16	8	6	1	6	5	2	1	2	8	0
ألمانيا	58	21	18	4	3	0	4	8	12	7	5
كندا	31	33	5	1	1	2	0	0	4	6	2
الصين	13	6	1	3	0	13	4	0	1	1	1
فرنسا	11	8	3	1	1	1	0	0	2	1	0
تركيا	35	25	40	4	10	2	2	1	1	7	9
المكسيك	43	19	11	8	8	2	1	0	1	0	3
الدنمارك	119	7	25	2	1	1	14	12	10	1	3
أوكرانيا	58	1	0	1	0	0	0	0	0	0	2
سويسرا	38	4	7	3	0	2	0	9	1	0	2
السويد	34	6	3	0	3	0	0	1	2	1	0
النرويج	51	24	11	0	3	3	1	1	1	1	0
سلوفاكيا	21	1	2	2	1	2	1	1	0	0	0
المجموع	590	227	172	49	46	44	43	41	41	39	31
النسبة	44.6	17.1	12.9	3.7	3.4	3.3	3.2	3	3	3	2.3

- حاز المجال السياسي أقلّ من نصف التغريدات بقليل (590 من أصل 1323)، وتلاه مجال الثقافة والفنون ثم الاقتصاد والتنمية. وفي وسط الطيف حلت مجالات التعليم والعلوم، والعسكري والأمني، والرياضة والصحة، ثم البيئة والحقوق والصناعة والزراعة والديني في نهاية الطيف. كان التركيز على المجال السياسي هو الأكثر لدى كل السفراء عدا سفير يابان (بفارق كبير) وكندا (بفارق طفيف) اللذين ركّزا بشكل أساسي على المجال الثقافي. وضمن مجال الثقافة والفنون حازت تغريدات السفير الياباني على ربع تغريدات هذا المجال.
- ضمن مجال الثقافة والفنون يبرز اهتمام محدود لدى ثلث السفراء وبالتحديد سفراء سلوفاكيا وأوكرانيا وسويسرا والدنمارك والصين⁷⁷ وبريطانيا. بينما حلّ

⁷⁷ بمراجعة أشمل لتغريدات السفير الصيني حتى 8 آب 2023 يتبيّن أن ضعف عدد التغريدات في المجال الثقافي يعود لكون الجزء الأكبر من تغريدات السفير يتناول الترويج لقضايا دولية وصينية تهمّ دبلوماسية بلاده، أما التغريدات المرتبطة بالواقع اللبناني فإن معظمها يرتبط بالمجال الثقافي والعلمي. في أيار 2023 نشر السفير

هذا المجال ضمن المرتبة الثانية لدى معظم السفراء وفي المرتبة الأولى لدى سفيري اليابان وكندا. يُلاحظ أن السفير الياباني اهتمّ بشكل وازن برموز الثقافة العربية فنشر كلمات من أغاني فيروز وشعر لعنترة بن شداد وعزف عود لفنان مصري وتفاعل مع مخرجين وممثلين لبنانيين، إضافة إلى مديح جمال بعض المناطق اللبنانية. في حين وازنت السفيرة الكندية بين المحتوى اللبناني والكندي وكان تركيزها على عرض رسومات ومناسبات كندية من ناحية وعلى مديح جمال الطبيعية اللبنانية وبعض الأنشطة الفنية اللبنانية من ناحية ثانية.

- في المجال الاقتصادي والتنموي الذي حلّ ثالثاً بالمقارنة مع المجالات الأخرى، برز اهتمام كبير به من سفراء تركيا (الحالة الوحيدة حيث كان هذا المجال في المرتبة الأولى)⁷⁸ وبريطانيا والدنمارك (حلّ في المرتبة الثانية)، ثم دول النرويج والمكسيك وألمانيا واليابان (المرتبة الثالثة).
- في المجال الزراعي الصناعي الذي حلّ في المرتبة ما قبل الأخيرة (المرتبة العاشرة)، برز اهتمام أعلى نسبياً من سفراء هولندا (الوحيدة في المرتبة الثانية في هذا المجال) وتركيا وألمانيا. يتوافق اهتمام هولندا بالمسائل الزراعية وإنتاج الغذاء مع كونها من أكبر مصدّري المنتجات الزراعية في العالم، وهو ما يفسّر الحديث المتكرّر عن منطقة البقاع في تغريدات السفير⁷⁹.
- في مجال التعليم والعلوم الذي حلّ رابعاً، برز اهتمام مرتفع نسبياً لدى سفراء اليابان والمكسيك وبريطانيا. شمل مضمون تغريدات السفير المكسيكي ضمن هذا المجال الاهتمام بالتبادل الجامعي بين لبنان والمكسيك، وتعليم اللغة الإسبانية والترويج لها وتهنئة طلاب. أما السفير البريطاني فتناول وضع القطاع التعليمي في لبنان والدعم البريطاني له وبرامج التبادل والمنح الجامعية. وكان لافتاً عدم اهتمام السفارة الفرنسية بالتغريد خلال الفترة المبحوثة حول موضوع

الصيني تغريدة أشار فيها إلى أنه بعد 3 سنوات من الانتظار استؤنفت الدورة التمهيدية على أرض الواقع لمسابقة "جسر اللغة الصينية" العالمية الـ 22 للطلبة الجامعيين في لبنان وذلك في جامعة القديس يوسف بمشاركة 10 متسابقين.

⁷⁸ معظم التغريدات في المجال الاقتصادي للسفير التركي كانت مرتبطة بتوزيع مساعدات وافتتاح منشآت إضافة إلى نشاط دبلوماسي مرتبط بقضايا اقتصادية بين وزراء من لبنان وتركيا.

⁷⁹ بحسب الموقع الإلكتروني للحكومة الهولندية تأتي هولندا بعد الولايات المتحدة الأميركية، كأكبر مصدر للمنتجات الزراعية في العالم. يصدّر القطاع الزراعي الهولندي حوالي 65 مليار يورو من المنتجات الزراعية سنوياً أي ما يمثل 17.5% من إجمالي قيمة الصادرات الهولندية.

التعليم على الرغم من وجود دور فرنسي نشط في هذا المجال⁸⁰، لكن بمراجعة أوسع لتغريدات السفارة يظهر أن المجال التعليمي يظهر بشكل أوضح ضمن تغريداتها.

- في المجال العسكري والأمني ظهر اهتمام نسبي أعلى لدى سفراء تركيا (مساعدات للجيش اللبناني، أنشطة اليونيفيل⁸¹، الحرب في أوكرانيا) والمكسيك (غرق زوارق لاجئين، اليونيفيل، الحرب في أوكرانيا) وبدرجة أقل سفراء بريطانيا⁸² وهولندا وانعدام الاهتمام لدى سويسرا والصين. يُلاحظ اهتمام هولندي بقضايا الشباب من ناحية أمنية (مواجهة التطرف، المخدرات) حيث توفر هولندا تمويلًا لبرنامج مكافحة التطرف ويظهر من تغريدات السفير حتى العام 2023 أن طرابلس هي محور هذه الأنشطة.
- في المجال الرياضي كان لسفيري الصين واليابان الحصة الوازنة من التغريدات وذلك لاهتمامهما بأولمبياد الألعاب الشتوية في بكين ولحرصهما على التغريد في المجالات الناعمة.

⁸⁰ بحسب تغريدة للسفيرة الفرنسية في 25 كانون الثاني 2023: نجد في لبنان أوسع شبكة من المدارس المعتمدة من قبل فرنسا (63 مؤسسة تؤمن التعليم لأكثر من 61000 تلميذ في كافة أنحاء البلاد) بالإضافة إلى شبكة من المدارس التي تضم أقسامًا فرنكوفونية متميزة وحائزة على علامات الجودة باللغة الفرنسية (120 مدرسة و100000 تلميذ).

⁸¹ تتألف قوات الأمم المتحدة المؤقتة في لبنان بتاريخ 8 حزيران 2023 من 10359 جنديًا من 48 دولة. من ضمن الدول المشمولة في الدراسة ثماني دول لها جنود في اليونيفيل: فرنسا (928)، الصين (418)، فنلندا (224)، تركيا (194)، النمسا (156)، ألمانيا (64)، هولندا والمملكة المتحدة جندي واحد.

⁸² منذ العام 2009 تمّول بريطانيا برامج لإنشاء وتعزيز الأفواج الحدودية في الجيش اللبناني المعنية بالسيطرة على الحدود اللبنانية السورية من خلال التدريب وتوفير الكاميرات وأجهزة الاتصالات وبناء الأبراج ومنصات المراقبة المتحركة وتقديم العتاد والآليات العسكرية. وبينما تبدو هذه المساعدة موجّهة لضمان أمن الحدود ومواجهة التهريب تدور في بعض الأوساط اللبنانية شكوك من نوايا بريطانية للحصول على الداتا الناتجة عن هذه البنية التحتية لمراقبة حركة حزب الله في المنطقة الحدودية.

في 14 آذار 2023 أُثرت إشكالية تواصل الحكومة البريطانية مع الجيش اللبناني دون المرور بالأطر الرسمية المطلوبة. فقد أوفدت الخارجية البريطانية مدير قسم الشرق الأوسط في الخارجية فيجاي رانغاراجان إلى بيروت منتصف الشهر الماضي لعقد اجتماعات خاصة مع قائد الجيش العماد جوزاف عون وتفقد الحدود مع سوريا من دون علم الجهات الرسمية اللبنانية. وخصص رانغاراجان المتخصص بمكافحة الإرهاب وملفات الشرق الأوسط القسم الأكبر من محادثاته للبحث في سبل توفير دعم خاص للجيش اللبناني بمعزل عن أي سلطة رسمية لبنانية، متجاهلاً عن عمد النقاش القائم حالياً حول طريقة عمل قائد الجيش مع الجهات المانحة من دون الحصول على إذن مجلس الوزراء، ومن دون علم وزير الدفاع المعني بالأمر. أنظر: صحيفة الأخبار، مسؤول في خارجية لندن يدخل «خلسة» بمساعدة ميقاتي و«القائد»: تسلل بريطاني إلى الجيش، 14 آذار 2023.

- في المجال الصحي استحوذت اليابان والدنمارك على العدد الأكبر من التغريدات.
- تساوت مجالات البيئة والحقوق في المرتبة الثامنة. كان مجال البيئة بارزًا في المرتبة الثانية لدى سفير سويسرا، كما لقيت البيئة اهتمامًا من سفراء ألمانيا والدنمارك مع انعدام تغريدات مرتبطة بالبيئة لدى سفراء كندا والصين وفرنسا وأوكرانيا. أما في المجال الحقوقي فحلت كل من ألمانيا والدنمارك أولاً. يُلاحظ أن مشاريع الدبلوماسية الغربية المرتبطة بالبيئة يتم تضمينها مسألة الجندر بشكل بارز وذلك من باب جذب التمويلات والشرعنة لكون قضية البيئة تحظى بقبول عام في البيئة المحليّة. وقد تعمّد السفير الألماني استخدام قضية المناخ لمشاركة تغريدة لسفير بلاده في الكيان الصهيوني يظهر فيها ممتدحًا "جمال الشواطئ الإسرائيلية" وأرفق ذلك بفيديو له من إحدى غابات الأرز اللبنانية للحديث عن جمالها والمخاطر التي تتعرض لها (3 تشرين الثاني 2022).
- حلت تغريدات المجال الديني في المرتبة الأخيرة، وقد برز اهتمام السفير التركي بشكل أساسي بهذا المجال (موائد إفطار، زيارات لرجال دين، معابد دينية). يتناسب هذا الأمر مع استخدام تركيا الأردوغانية للدين في سياساتها الخارجية كعامل جذب واستقطاب وبناء الروابط وتعزيز المشروعية لسياسة أنقرة في الجوار الإسلامي.

3.3 تصنيف بحسب الهدف

يميّز ج. ن. كول بين عدة فئات من الدبلوماسية العامة وهي: الاستماع والمناصرة والدبلوماسية العامة والتبادل الدبلوماسي والبعث العالمي⁸³. وقد استخدم "بلاش" هذه الفئات لتصنيف موضوعات تغريدات حسابات السفارات الأجنبية في أميركا⁸⁴. وحدّد "تام"

⁸³ J. N. Cull, Public diplomacy: Taxonomies and histories. The Annals of the American Academy of Political and Social Science, 616(1), 2008, pp. 31-54.

⁸⁴ استند فرز "بلاش" للتغريدات إلى المؤشرات الآتية:

- الاستماع: حين يكون محتوى التغريدة يحوي دعوة للردّ على سؤال أو طلب تعليقات أو تغذية راجعة من الجمهور، أو طرح استطلاع وما شابه من التفاعلات.
- المناصرة: حين يشتمل محتوى التغريدة على دفع (مقاومة أو التصديّ لأمر ما) أو جذب (الدعم) محدّد الاتجاه أو دعوة للقيام بعمل ما أو دعم لقضية أو سياسة أو مسألة.

أربع تقنيات للتواصل مع الرأي العام الأجنبي من خلال الدبلوماسية عبر وسائل التواصل: إبراز الحرص على استمرار العلاقات، وجذب الانتباه، والمحاكاة (أي السعي لتجربة حياة المجتمعات المحليّة) والتعاطف (الاهتمام بمشاكل الجمهور المحليّ والمشاركة معه)⁸⁵. بالاستفادة من هذه التقسيّات كان من الممكن إيجاد تصنيفات لناحية معيار الهدف المباشر للتغريدة وفق الآتي: الترويج لمساهمات دولة السفير في البلد المضيف⁸⁶؛ التقدير والتعاطف مع الدولة المستضيفة⁸⁷؛ التسويق لدولته⁸⁸؛ تعزيز أجندة خارجية⁸⁹؛ تعزيز أجندة داخلية⁹⁰؛ التواصل⁹¹؛ المشاركة المعلوماتية⁹².

- الدبلوماسية الثقافية: حين تشتمل التغريدة على ترويج أو معرض أو دعوة لزيارة مكان أو تراث (أونلاين أو واقعاً) أو إن تضمّنت أنشطة ثقافية. وتشمل عناصر الثقافة اللغة والرموز والمعايير والطقوس والقيم وأخلاقيات العمل والرياضة والفنون والطعام والعادات.
- التبادل الدبلوماسي: الترويج لأية أنشطة تبادلية (أونلاين أو واقعاً) بين الدولة المضيفة والدولة الأم والاشتراف بين الدولة الأم والدولة المضيفة في موضوع وطني، وكل تفاعل من شخص إلى شخص.

Palash, Op. Cit.

⁸⁵ Tam, Op. Cit., pp.11-12.

⁸⁶ دعم الصناعة، أدوات طبية، منح تعليمية، معالجة النفايات، نزع ألغام، طاقة شمسية، إعادة إعمار ما دمّرته انفجار مرفأ بيروت، اللاجئين، خدمات اجتماعية، توعية صحية، دعم جهاز الاطفاء، دعم الأساتذة، حماية الغابات، تكنولوجيا التعليم، دعم برامج الأمم المتحدة، مواجهة التطرف، إعداد دراسات واستراتيجيات، دعم التشريع، ريادة الأعمال، مهارات فردية، مواد غذائية، تأهيل البنية التحتية، مهرجانات، الشركات الصغيرة، تعليم لغة، تدريب مهني وتقني، الإعلام الرسمي، كورونا، توزيع ملابس، إعادة قطع أثرية، تأمين مياه، رعاية الأطفال.

⁸⁷ انفجار بيروت، إنجازات لبنانية، تعزية، الطعام اللبناني، أداء رياضيين، آثار، أعمال فنية، معابدات، تراث، مناظر طبيعية، زيارات، امتداح اشخاص وأماكن وأنشطة، المآسي الوطنية، نشر معلومات ذات جوانب إنسانية تمسّ اللبنانيين.

⁸⁸ الفوز بجوائز فنية، جمال بلاده، نتائج رياضية، قيم وراث تاريخي، إشادات الآخرين ببلاده، أخبار عن مشاهير، المناسبات الوطنية، الإنتاج الثقافي، مناسبات تاريخية، منجزات علمية، مساعدات لغير الدولة المضيفة.

⁸⁹ نشر وترويج بيانات ومعلومات وأخبار، ولقاءات، وأنشطة، ومواقف، ومؤتمرات ولقاءات، واتفاقات عن الحرب في أوكرانيا (منها الإشادة بموقف لبنان في هذه القضايا)، قضايا حقوقية لا ترتبط بالواقع اللبناني، قضايا المناخ، مصالح لدولته حول العالم، مناسبات دولية، حراك دبلوماسي، مواقف وتصريحات رسمية، النشاط الدبلوماسي في الأمم المتحدة، مسائل سياسية داخلية تخص بلاده.

⁹⁰ الانتخابات، اللاجئين، المرأة (المساواة، التمثيل السياسي، العنف)، الطفل، "الجنردة"، المناخ في لبنان، الأزمة السياسية والاقتصادية، صندوق النقد، الاغتيالات السياسية، انفجار بيروت، العلاقات الدبلوماسية الثنائية مع لبنان، الإصلاحات، نزاع الحدود البحرية، قضايا التمييز، العمالة الأجنبية في لبنان.

⁹¹ معابدات، التفاعل مع المغرّدين، نشر مواد فنية، عرض مواقف شخصية من الحياة اليومية وممارسة هوايات، طلب مقترحات، إعلان عن مقابلات إعلامية، تعزية.

⁹² إجراءات السفر إلى بلاده، أخبار عن بلده، أخبار السفارة، لقاءات في السفارة، مناسبات وطنية، صور لنشاطاته الرسمية، مشاركة أخبار.

جدول 3: عدد تغريدات السفراء بحسب الهدف

السفراء	تعزير الأجندة السياسية الداخلية	تعزير الأجندة السياسية الخارجية	الترويج لمساهمات دولته في البلد المضيف	التسويق لدولته	التقدير والتعاطف مع الدولة المضيئة	المشاركة المعلوماتية	تواصلية
اليابان	12	15	40	39	35	4	12
بريطانيا	26	20	18	5	5	4	7
هولندا	17	6	16	5	4	5	2
ألمانيا	50	26	38	2	15	5	4
كندا	24	20	9	17	10	1	5
الصين	-	13	5	15	6	3	2
فرنسا	11	2	9	-	2	2	1
تركيا	27	19	52	8	6	14	11
المكسيك	23	17	6	9	11	22	12
الدنمارك	115	44	30	3	1	8	5
أوكرانيا	3	55	-	1	-	3	-
سويسرا	23	26	4	3	3	4	5
السويد	23	14	4	2	4	3	-
النرويج	28	31	6	17	9	2	4
سلوفاكيا	6	14	2	4	-	5	-
مجموع	382	308	237	126	111	80	70
النسبة	29	23.4	18	9.5	8.4	6	5.3

تحليل:

- أكثر من نصف التغريدات (52.4%) اهتمت بالترويج لأجندة الدولة الأمّ على صعيدي لبنان والعالم. ركّزت 37.4% من التغريدات اهتمامها على الدولة المضيئة (الأجندة المحليّة والتعاطف مع الدولة المضيئة) فيما تمحورت 50.9% من التغريدات حول الدولة الأمّ (الأجندة الخارجية للدولة، التسويق للدولة، الترويج لمساهمات الدولة). بالمقارنة وجدت دراسة سابقة أن تغريدات ثماني سفارات أميركية اشتركت في أن أكثر الأحداث التي جرى تداولها حدثت في أميركا وليس في الدول المضيئة⁹³.
- لم يُبد سفيراً الصين واليابان أي اهتمام للترويج لأجندة مرتبطة بالواقع المحليّ ما يعكس حرصهما على عدم التدخّل بالمسائل الداخلية. وفي حين اهتمّ السفير

⁹³ Meghan Sobel, Daniel Riffe, & Joe Bob Hester, Twitter Diplomacy? A Content Analysis of Eight U.S. Embassies' Twitter Feeds, the Journal of social media in Society, vol. 5, n.2, 2016, pp. 75-108.

الصيني بالأجندة الدولية لبلاده (جهود احتواء كورونا، الحرب في أوكرانيا، الاستقرار في الشرق الأوسط، المبادرات الدولية)⁹⁴ كان السفير الياباني أكثر حذرًا في الترويج للأجندة الداخلية أو الخارجية على حدٍ سواء. يظهر بمراجعة تغريدات السفير الصيني حتى آب 2023 تركيزه على الترويج لمواقف وزير خارجية بلاده ومواقف الرئيس الصيني وتطورات العلاقات العربية الصينية وذلك على حساب المحتوى المحلي وهو ما يعكس شعور الدبلوماسية الصينية بحدة التنافس الدولي المتصاعد ونظرًا للاهتمام الصيني المتزايد بشؤون المنطقة في الأشهر الأخيرة.

- ضمن فئة "التعاطف والتقدير مع الدولة المضيفة، كانت الصين (الترويج للرياضيين اللبنانيين المشاركين في أولمبياد بكين) واليابان (مشاركة رياضيين، أعمال فنية، الأوضاع الاقتصادية، جمال الطبيعة)، هما الدولتان الأكثر اهتمامًا بذلك. أما سفراء ألمانيا (رموز ثقافية لبنانية وجمال الطبيعة اللبنانية) وكندا (جمال الطبيعة والمناطق اللبنانية) والمكسيك فكان عدد تغريداتهم في فئة التعاطف دون المرتبة الثالثة من مجمل تغريداتهم لكنها كانت مرتفعة بالمقارنة مع بقية السفراء. ولم يتم تصنيف أي تغريدة لسفراء كل من أوكرانيا وسلوفاكيا ضمن هذه الفئة، وهو أمر مفهوم بالنسبة للسفير الأوكراني الذي كان يركّز على التغريد فيما يخص الحرب في بلاده حصراً.
- كان سفيرا كل من الصين واليابان (الرياضة، المنجزات العلمية، الطبيعة، الثقافة) الأكثر اهتمامًا بالتسويق لبلديهما. وهذا يعني أنهما كانا يركّزان على صورة الدولة ورفع جاذبيتها أكثر من محاولة تحقيق أجندة سياسية مباشرة. في حين لم يُبدِ سفراء دول أوروبا الغربية اهتمامًا ضمن المراتب الثلاث الأولى بالتسويق لدولتهم في المجالات المرتبطة بالمنجزات الرياضية والثقافية أي ما له علاقة بالقوة الناعمة للدولة ما عدا تقديم المساعدات، وركّز السفير الياباني على مجالات الرياضة والعلوم والثقافة وروح التعاطف مع الدول الأخرى، ويُلاحظ أن

⁹⁴ بتاريخ 26 حزيران 2023 نشر سفير الصين في لبنان تشيان مينجيان مقالاً في صحيفة الأخبار اللبنانية تحت عنوان "تنفيذ مبادرة الحضارة العالمية وتعزيز التبادل والتعلم المتبادل بين الحضارتين الصينية واللبنانية". يهدف المقال للترويج لمبادرة الحضارة العالمية التي أطلقها الرئيس الصيني شي جين بينغ في آذار 2023 خلال المؤتمر العشرين للحزب الشيوعي الصيني.

السفير كان يربط ذلك بالسياق العربي من خلال إعادة التغريد من حسابات عربية تمتدح الصين أو ربط رموز ثقافية يابانية وعربية مثل عزف موسيقى ماريو على آلة العود لفنان مصري أو الخط العربي لفنان ياباني أو شعر لعنترة بن شداد مع فارس ياباني.

- السفراء الذي ركّزوا على التأثير السياسي بشكله المباشر من خلال الترويج لأجندة بلادهم في لبنان والخارج، هم سفراء بريطانيا⁹⁵، وكندا، والسويد، والدنمارك، والمكسيك، وسويسرا، وسلوفاكيا، والنرويج. لكن يُلاحظ أن سفراء دول مثل الدنمارك وألمانيا⁹⁶ وهولندا وفرنسا وتركيا والسويد كانت الأولوية لديهم نسبياً للأجندة اللبنانية (قضايا المرأة والانتخابات والأزمة الاقتصادية والنزاع الحدودي البحري مع كيان العدو الإسرائيلي، انفجار مرفأ بيروت، اغتيال لقمان سليم، تصويت لبنان في الأمم المتحدة) فيما منحت تغريدات سفير الصين (قضايا الشرق الأوسط، السياسات الداخلية الصينية) وسفير سلوفاكيا (الحرب في أوكرانيا) الأولوية لأجندة دولتيهما العالمية. كان البارز عدد تغريدات السفارة الدنماركية لتعزيز أجندة بلادها في لبنان إذ بلغت 115 تغريدة من أصل 398 تغريدة في هذه الفئة وقد هيمنت قضايا المرأة وتمكينها ودورها في المجال السياسي واستحقاق الانتخابات النيابية على مضمون التغريدات، وكذلك كانت موضوعات السفير الألماني (50 تغريدة ضمن هذه الفئة).

- بالمقارنة بين تغريدات كل سفير، كان السفير التركي الأكثر تركيزاً بشكل واضح على الترويج لمساعدات بلده في لبنان (تركّزت في شمال لبنان) وهي بمجملها مساعدات إغاثية وإنسانية (ملابس وأغذية) وبعض التدريب المهني (تصليح إلكترونيات، تصنيع أطعمة ومشروبات) وهي بالمجمل تقديمات غير عالية الكلفة ولكن السفير كُثف من تسليط الضوء عليها. أما بالمقارنة بين السفراء فكانت

⁹⁵ السفير البريطاني هو الوحيد الذي له عدد من التغريدات مرتبطة بالدفاع عن حقوق المودعين من حملة الجنسية البريطانية وليس من الواضح سبب ذلك، ربما يعود الأمر إلى حجم ودائع هؤلاء في القطاع المصرفي من حملة الجنسية المزدوجة (اللبنانية والبريطانية) أو لوجود تأثير كبير للمودعين من حملة الجنسية البريطانية ونجاحهم في نقل قضيتهم للسفير، أو يعود الأمر لحيوية السفير نفسه.

⁹⁶ بتاريخ 2 نيسان 2022، قام السفير بإعادة التغريد عن صفحة وزارة التعليم اللبنانية لتغريدة تضمّنت تصريحاً لوزير التربية اللبناني بأنه من دون دعم للمعلمين سيعلق التعليم في فترة بعد الظهر (مخصص للطلاب السوريين النازحين)، وقد أرفق السفير ذلك بنص يبيد فيه انزعاجه من التصريح ويذكر أن بلاده قدّمت 370 مليون يورو لدعم التعليم.

- حصّة سفراء ألمانيا (دعم وتدريب زراعي، خدمات عامة، سلامة الغابات، أضرار انفجار مرفأ بيروت، تدريب مهني) واليابان (مساعدات إغاثية، تدوير ومعالجة النفايات) والدنمارك (مساعدات صحية وتنموية) هي الأعلى بعد السفير التركي.
- فيما يخصّ التواصلية، إذا أخذنا معيار عدد تغريدات هذه الفئة بين السفراء يبرز سفراء كل من اليابان وتركيا والمكسيك. ويطغى الطابع الإنساني والثقافي لتغريدات السفير الياباني في هذا المجال⁹⁷، وفي إحدى المرّات استخدم السفير أثناء إعادة التغريد مثلاً شعبياً باللغة العامية "في الحركة بركة". بينما ركّز السفير التركي على التهنئة في الأعياد الإسلامية والمسيحية إضافة إلى إعادة تغريد تغريدة عبارة عن صورة فيها صاحبة الحساب وابنتها تشاهدان مقابلة متلفزة للسفير مع تعليق بالشكر. وركّز السفير المكسيكي على التواصل مع السفراء بالتهنئة والشكر. أما سفيرا السويد وسلوفاكيا فلم يتم تصنيف أي تغريدة لهما ضمن هذه الفئة.
 - بطبيعة الحال فإن فئة المشاركة المعلوماتية ليست من أولويات الدبلوماسية الرقمية على تويتر، إلا أنه بالمقارنة بين السفراء برز اهتمام نسبي أعلى لكل من سفير المكسيك وتركيا. يمكن أن تتضمّن المشاركة المعلوماتية مواجهة للمعلومات التي يعتبرها السفير مضللة، ففي ظل حملات المعلومات يمكن للسفراء الاستفادة من حساباتهم لدحض أو توضيح أخبار تتناول مواقفهم أو مواقف بلادهم بشكل سريع. على سبيل المثال في 27 نيسان 2023 غرّد السفير الألماني عدة مرات لنفي خبر نشرته صحيفة الأخبار اللبنانية وتناقلته وسائل إعلام محلية حول موقف أدلى به خلال مناسبة اجتماعية ردّاً على سؤال عن مسؤولية الاتحاد الأوروبي في بقاء النازحين السوريين في لبنان مما يهدّد الوجود المسيحي اللبناني، فقال: "أنتم، المسيحيين، لا تشكّلون اليوم أكثر من مليون نسمة. عليكم أن تعتادوا ذلك وأن تتأقلموا معه." وأرفق تغريدة النفي بالجملة التالية باللغة العربية: "أنا لا أقدم نصائح لأية مجموعة في لبنان. يجب على اللبنانيين اتخاذ قراراتهم بخصوص شؤونهم بأنفسهم. وينتابني استهجان لهذا الخبر الكاذب الجديد". وكان سبق ذلك في 16 كانون الثاني رده على مقطع فيديو

⁹⁷ أعاد تغريد تغريدة من حساب يطلب متبرّع بالدم لحالة صحية وآخر نشر يبحث عن فرصة عمل شاغرة. كما أنه كان يتواصل مع الجمهور العربي بامتداح الثقافة العربية مثل الشعر والطعام وجمال بعض المناطق.

له نشره حساب "وقائع" على تويتر وقال في التعليق على المقطع أنه مجتزأ ولا يعكس كامل الفكرة التي أدلى بها.

رابعاً: محدّدات التفاعل

اهتمت الدراسات بتحديد تقنيات وعوامل تعزّز تفاعل الجمهور بشكل إيجابي مع التغريدات، فالغاية النهائية هي التأثير في أكبر شريحة ممكنة من الجمهور المستهدف. مثلاً توصّلت دراسة مانور إلى أنه لتحقيق الإقناع تجاه جمهور مستهدف يجب استباقه بالأمر الآتية: بناء الثقة (من خلال ربط الدبلوماسية الرقمية بتلك الواقعية والتبادل الشعبي ورسائل إيجابية مرفقة بأحداث إيجابية من الحياة الواقعية)؛ الصلة الإيجابية (عندما يربط الجمهور مصدر المعلومة بشيء إيجابي يتقبّلونه أكثر وتصبح المعلومة أقرب للتصديق. من ذلك مثلاً إن الدولة التي صورتها إيجابية عالمياً يمكن معاملتها بصدقة أكثر من البقية)؛ أدوات دبلوماسية مناسبة للسياق؛ التأثير (من خلال القوة الناعمة والصلبة) الذي يبدأ من الاتصال الاستراتيجي؛ اللحظات المميّزة يمكن أن تعزّز الثقة أو العكس؛ جذب الانتباه⁹⁸.

4.1 طبيعة التعليقات على التغريدات

- حلّلت الدراسة ما مجموعه 2120 تعليماً وردت على تغريدات السفراء وتم فرزها بين "إيجابي" و "سلبى" و "محايد" وذلك من خلال قراءة كل التعليقات بشكل مباشر دون الاستعانة ببرمجية مخصصة.
- أكثر من ثلثي التعليقات (بالتحديد 1513 تعليماً) تعود إلى تغريدات السفير الياباني وحده ما يؤكّد مجدداً التفاعل الكبير الذي نجح السفير في اجتذابه عبر حسابه على تويتر وتوظيفه في خدمة دبلوماسية بلاده الرقمية. فنمطه في التغريد متركّز حول الواقع المحلّي مع الابتعاد عن المواقف السياسية المباشرة والتركيز على الرموز والقضايا التي تهم المجتمع اللبناني. بالمقابل كانت التعليقات شبه منعدمة على تغريدات سفراء سلوفاكيا والنرويج والسويد وسويسرا وهولندا.

⁹⁸ Manor, Op. Cit., 2019, pp.22-27

جدول 4: تصنيف طبيعة التعليقات على تغريدات

السفير	تعليق سلبي	تعليق إيجابي	تعليق محايد	المجموع
اليابان	104	1092	322	1518
بريطانيا	31	30	27	88
هولندا	1	6	8	15
ألمانيا	20	83	31	134
كندا	1	45	10	56
الصين	2	19	14	35
فرنسا	48	24	27	99
تركيا	1	10	5	16
المكسيك	2	51	10	63
الدنمارك	2	12	1	15
أوكرانيا	22	19	8	49
سويسرا	2	7	3	12
السويد	2	2	3	7
النرويج	0	6	2	8
سلوفاكيا	0	0	0	0

- السفراء الأكثر اجتذابًا للتعليقات، عدديًا وليس بالنسبة لعدد تغريداتهم، هم سفراء اليابان (بفارق شاسع عن البقية)، ألمانيا، فرنسا، بريطانيا، المكسيك. زادت التعليقات الإيجابية على تلك السلبية لدى سفراء الصين (فارق كبير جدًا 10/1)، وألمانيا (5/1) والمكسيك. فيما تجاوزت التعليقات السلبية تلك الإيجابية لسفراء بريطانيا وفرنسا. يمكن تفسير ذلك بوجود تاريخ استعماري بريطاني فرنسي في لبنان إضافة إلى تورط الدولتين في التدخل المستمر في الشؤون المحلية اللبنانية⁹⁹. في حالة السفير الألماني يعود ارتفاع التعليقات لاتخاذ مواقف متحيّزة إلى معسكري الانقسام السياسي في لبنان. ففي الأشهر التي تلت الانتخابات النيابية دأب على اتخاذ مواقف مؤيدة لمنافسي حزب الله وحلفائه. ففي 17 تموز 2021 طرح استفتاء على صفحته حول لماذا يمكن لأحد أن يقترح

⁹⁹ عام 2020 نشرت صحيفة الأخبار اللبنانية وثائق مسربة تكشف عمق التدخل البريطاني في لبنان بجهد تضمّن التعاقد مع شركات لتحليل الجمهور اللبناني المستهدف (2019) ثم القيام بحملات من الاتصال الاستراتيجي عبر منظمات غير حكومية ونخب محلية واختراق المؤسسات الرسمية بهدف تحفيز "التغيير الاجتماعي الإيجابي" الذي يشمل القدرة على تحريض السكان ضد الحكومة، مع التشديد على أن لا تظهر الحكومة البريطانية علنًا في هذه الجهود. أنظر: صحيفة الأخبار، مبادرات "صاحبة الجلالة" - تابع: بريطانيا ترعى التحريض على التمرد في لبنان، 14 كانون الأول 2020.

لمن منع تشكيل حكومة قادرة وراغبة في تطبيق الإصلاحات والتي هي مسألة في صلب الانقسام اللبناني وحدد الإجابات بـ: قلة البدائل، التبعية الإقطاعية، الجهل، المكاسب الشخصية. أي أن السفير كان يقوم بالتنمر والضغط على الناخبين ممن لا يرغبون بالتصويت لمرشحين مدعومين من الدول الغربية بعدما تم تقديمهم على أنهم يمثلون الأمل بالتغيير.

- لمقارنة طبيعة التعليقات مع التغريدات بحسب المجال والهدف كان لا بد من منح كل تغريدة عليها تعليقات تصنيفاً يُبين الطابع الغالب للتعليقات عليها بين "إيجابي" و"سلبي" و"محايد". فالتغريدات التي تساوى فيها عدد التعليقات السلبي والإيجابي (التساوي بين حدّي التطابق أو فارق أقل من 20%) أو طغت عليها التعليقات المحايدة تم تصنيفها محايدة، وإذا زادت التعليقات الإيجابية أو السلبية بالمقارنة بينهما بنسبة معقولة (20% وأكثر) تصنّف إيجابية أو سلبية. وبناء عليه لوحظ الآتي:

✓ داخل تصنيفات كل مجال كانت التعليقات الإيجابية هي الطاغية ضمن مجالات "ثقافة وفنون" و "تعليم وعلوم" والصحة والبيئة والدين والرياضة، وكانت زائدة بشكل طفيف في "الاقتصاد والتنمية". وكانت التعليقات شبه متعادلة في المجال السياسي. أما عند مقارنة المجالات فيما بينها فإن مجال "الثقافة والفنون" شكّل 35.5% من مجمل التعليقات الإيجابية يليه المجال السياسي بنسبة 20% ولكن ذلك بسبب عدد التغريدات الكبير داخل المجال السياسي (يشكّل ثلث التغريدات تقريباً). أما التعليقات السلبية فثلثاها يعود للمجال السياسي (66%) ثم المجال "الاقتصادي التنموي" (19.4%).

✓ فيما يتعلق بطبيعة التغريدات بالمقارنة مع الهدف، أولاً بالمقارنة داخل كل مجال بذاته كانت التعليقات الإيجابية غالبية بشكل كبير في فئات "التقدير والتعاطف مع الدولة المضيفة (33%) و التواصلية (30.1%) و "الترويج لمساهمات الدولة في البلد المضيف" (17%) و "التسويق لدولته" (13%). في حين أنه ضمن مجال وحيد هو "تعزيز أجندة الدولة الخارجية" فاقت التعليقات السلبية تلك الإيجابية بشكل واضح. وقد تأكدت هذه النتائج عند مقارنة الفئات مع بعضها على مستوى التعليقات الإيجابية،

أما في التعليقات السلبية فنسبة 77% منها كانت من نصيب مجالي تعزيز أجندة دولة السفير الداخلية (داخل لبنان) والخارجية.

4.2 قوة التفاعل ربطاً بمتغيرات الهدف والمجال

يفحص هذا القسم قوة التفاعل مع التغريدات (التغريد حصراً دون إعادة التغريد) مع ربط ذلك بعدد من المتغيرات التي شملت الدراسة. ولقياس قوة التفاعل جرى بناء معادلة تدمج ما حصلت عليه التغريدة من إعادة تغريد وإعجاب وتعليق وفق الآتي: قوة التفاعل = (الإعجاب ضرب 1) + (إعادة التغريد ضرب 2) + (التعليق ضرب 2). وتمّ بناء 4 فئات لقوة التفاعل: قوي، متوسط، ضعيف، منعدم. وثُحدّد قوة التفاعل على تغريدات كل سفير على حدة بسبب وجود فوارق كبيرة بين أعداد المتابعين بين السفراء. بعد تحديد قوة التغريدات لكل سفير جرى احتساب معدّل وسطي لها وتصنيف ما فوق المعدّل على أنه تفاعل قوي، أما التغريدات التي نالت دون المعدّل الوسطي فعوملت كفئة جديدة وُحدّد معدّل وسطي لها، فما كان فوقه صُتّف على تفاعل متوسط وما دونه تفاعل ضعيف. وهكذا تظهر ثلاث فئات أضيف لها فئة رابعة هي تلك التغريدات التي لم تحظ بأي تفاعل (منعدم التفاعل).

السفراء	توزيع عدد التغريدات وفق قوة التفاعل معها		
	قوي	متوسط	ضعيف
اليابان	16	13	23
بريطانيا	12	17	17
هولندا	8	5	5
ألمانيا	13	15	17
كندا	5	7	3
الصين	6	2	3
فرنسا	11	7	6
تركيا	13	7	3
المكسيك	14	13	18
الدنمارك	4	6	2
أوكرانيا	9	5	3
سويسرا	12	10	7
السويد	8	7	9
النرويج	6	6	4
سلوفاكيا	5	2	2

- إذا تم تحديد قوة التفاعل لتغريدات كل سفير وفق قياس يقارن تغريدات كل سفير على حدة وذلك لسببين، الأول هو الفارق في أعداد متابعي كل سفير والثاني أنه بذلك يمكن ربط قوة التفاعل بمتغيرات أخرى مثل هدف التغريد أو مجاله. وعليه قد تكون قيمة التفاعل على تغريدة سفير بالمقارنة مع باقي تغريداته عالية ولكن إذا قورنت بباقي السفراء فستكون منخفضة وهكذا يصعب فهم علاقة قوة التفاعل بالمتغيرات المذكورة. مثلاً قوة التفاعل للسفير الياباني في أعلى قيمة لها بلغت 7897 نقطة بينما الأقرب إليه هو السفير الكندي بأعلى تغريدة نالت 726 نقطة، فيما نالت أعلى تغريدة لدى السفير السلوفاكي 30 نقطة فقط.
- من ناحية العدد في قوة التفاعل يحلّ السفير الياباني في المقدمة بدون منازع. ففي مجال الإعجابات ينال السفير الياباني معدّل 492 إعجاباً للتغريدة، والسفير الأقرب عليه هو الكندي وتنال التغريدة عنده معدّل 63 إعجاباً. لا يعود هذا الفارق فقط إلى كون السفير الياباني لديه فارق كبير في عدد متابعيه (23800 متابع) إذ إنه بأخذ هذا العامل بعين الاعتبار فإن التغريدة لديه تحوز معدّل إعجاب 2٪ من متابعيه وهذه نسبة لا يتجاوزها إلا السفير الهولندي (2.8٪) والدنماركي (3.2٪) والسويدي (2.3٪) والأوكراني (6.3٪) وهي نسبة مرتبطة بالتعاطف مع أوكرانيا في ظل الهجوم الروسي). لكن بنسبة إعادة التغريد لكل مئة متابع يتفرد السفير الياباني مجدداً بالصدارة بفارق واضح ما يؤكّد أن التفاعل معه يتجاوز عامل عدد المتابعين ويعود إلى نمط نشاطه الرقمي على منصة تويتر.
- بعد الفرز تبيّن أن 36.1٪ من مجمل تغريدات السفراء حصلت على تفاعل قوي، و31٪ على تفاعل متوسط، و30.1٪ على تفاعل ضعيف، و2.6٪ لم تجتذب أي تفاعل (12 تغريدة أربع منها تعود للسفيرة الكندية). السفراء الذين تجاوزت قوة التفاعل لديهم هذا المعدّل في التصنيفين القوي والمتوسط هم سفراء وسويسرا وأوكرانيا والدنمارك وتركيا والصين. (مع التأكيد مجدداً أنه لو كان القياس مأخوذاً بالمقارنة بين السفراء فإن التغريدة المصنفة ضعيفة التفاعل عند السفير الياباني قد تكون حاصلة على نقاط أعلى من تلك المصنفة قوية التفاعل عند سواه).

• قوة التفاعل بحسب المجال

- بمقارنة قوة التفاعل داخل كل مجال بذاته يتبيّن أنه داخل المجال الحقوقي كانت نسبة التفاعل الضعيف 58.3٪ وهي النسبة الأعلى ثم المجال الصحي 46.7٪ ثم المجال البيئي 45.5٪. أما المجالات حيث نسبة التغريدات ذات التفاعل الضعيف كانت متدنية فهي مجال التعليم والعلوم 13.6٪ والرياضة 25٪. وهذا يعني أن المتابعين كانوا متفاعلين بنسبة مرتفعة مع التغريدات ذات المضمون المرتبط "بالتعليم والعلوم" و "الرياضة" (20.4٪ و 20٪ على التوالي من تغريدات هذين المجالين حازت على تفاعل قوي). ويمكن تفسير ذلك بأن هذين المجالين مرتبطان بشكل قوي ببيئة الشباب أي الشريحة الأكثر حضوراً على منصّات وسائل التواصل، ولكون التفاعل مع هذين المجالين البعيدين عن المجال السياسي إلى حد ما مريح لناحية أنه لا يستجلب انتقادات وتنمراً.
- ففي المجال الرياضي كان تركيز التغريدات على ألعاب كرة القدم وكرة السلة وأولمبياد بكين. وقد حرص السفيران الياباني والصيني على التفاعل التواصلي مع الموضوعات الرياضية المرتبطة بلبنان من خلال نشر التبريكات والإشادة بأداء الرياضيين اللبنانيين لا سيّما المشاركين في أولمبياد بكين. بينما حصر السفيران السلوفاكي والمكسيكي التهنة برياضي بلديهما. في حين ركّز السفير الهولندي في المجال الرياضي على هوايته الشخصية وهي قيادة الدراجة الهوائية وربطها بسياقات لبنانية وبمسائل البيئة والازدحام المروري إضافة إلى رعاية أنشطة مرتبطة بكرة القدم مستفيداً من وجود جمهور لبناني كبير نسبياً يشجّع المنتخب الهولندي. ويشارك السفير الهولندي بشكل دوري أنشطة شخصية من حياته اليومية مرتبطة بالرياضة بشكل أساسي مع متابعيه على تويتر وهذا ما ساهم في حصول السفير على ثاني أعلى نسبة من الإعجابات (بلحاظ عدد متابعيه) مقارنة بباقي السفراء¹⁰⁰.
- أما بالمقارنة بين المجالات لناحية قوة التفاعل فيلاحظ أن المجال السياسي حصد ثلث عدد التغريدات ذات التفاعل القوي على الرغم من أن تغريدات المجال

¹⁰⁰ في تغريدة بتاريخ 19 آذار 2022 يبدي السفير امتعاضه من وجود سيارة في الموقف المخصص له في محل إقامته، وهذه إشكالية شائعة في لبنان ولذا من شأن إخبار السفير عن اختباره هذه "المعاناة" المشتركة مع كثير من اللبنانيين أن يجذب له التعاطف والتفاعل.

السياسي (633 تغريدة) هي نصف تغريدات مجموع المجالات، فيما التغريدات من المجال الثقافي (232) تعادل ثلث تغريدات المجال السياسي ولكنها حازت على ثلث التغريدات ذات التفاعل القوي. أي أن المجال السياسي حصد تفاعلاً قوياً أقل من نسبة التغريدات، بينما حصد المجال الثقافي تفاعلاً قوياً أكبر بكثير من نسبة التغريدات. وحاز مجال "التعليم والعلوم" على نسبة 6% من التغريدات ذات التفاعل القوي بما يفوق بشكل ملحوظ عدد تغريداته لباقي المجالات. وعلى الرغم من أن التغريدات المرتبطة بالدين حلّت في المرتبة الأخيرة (32 تغريدة) فقد حازت على 3.8% من التغريدات ذات التفاعل القوي لتحلّ في المرتبة الخامسة.

• فيما يخص قوة التفاعل مع هدف التغريدة

- مقارنة نسبة درجات قوة التفاعل داخل كل فئة من الغايات يظهر الآتي:
- ✓ الفئة الوحيدة التي تجاوزت فيها نسبة التغريدات ذات التفاعل القوي (27.5%) التغريدات ذات التفاعل الضعيف (17.4%) هي فئة "التقدير والتعاطف مع الدولة المضيفة".
- ✓ الفئات التي كانت فيها نسبة التغريدات ذات التفاعل الضعيف طاغية هي المشاركة المعلوماتية (43.3%) والتسويق لدولته (36.4%) والتواصلية (36.3%).
- أما بمقارنة الفئات بين بعضها للاحية حصة كل منها من درجات التفاعل فيتبيّن الآتي:
- ✓ كانت نسبة التغريدة ذات غاية "التقدير والتعاطف مع الدولة المضيفة" 8% من مجمل التغريدات إلا أنها شكّلت 26% من نسبة التغريدات ذات التفاعل القوي.
- ✓ تتساوى تقريباً نسبة فئة "الترويج لمساهمات دولته في البلد المضيف" (18%) إلى مجمل التغريدات مع نسبة هذه الفئة من درجة التفاعل القوي (17.9%). أي أن هذه الفئة حصدت تفاعلاً قوياً مقبولاً وذلك لكونها مرتبطة بالمساعدات التي تقدّمها دولة السفير في لبنان.
- ✓ حازت فئة "تعزيز الأجندة الداخلية" نسبة 17.9% من فئة درجة التفاعل القوي وهذا أقل من نسبتها من مجمل التغريدات 28.2%. أما "تعزيز الأجندة

الخارجية" فنسبته من مجمل التغريدات هي 25.9 بينما حصّته من التفاعل القوي هي 15%. وهذه نتيجة منطقية لأن الجمهور المحلي يتفاعل مع التغريدات المرتبطة بأوضاع داخل بلاده أكثر من التفاعل مع الموضوعات التي تهم دولة السفير حول العالم أو السياسة المحلية لدولة السفير.

✓ توضح الأرقام أهميّة التغريدات التي تهدف للتواصل مع الجمهور مثل التفاعل مع المغرّدين أو نشر المعائدات أو نشر أنشطة ومواقف من الحياة الشخصية للسفير. فقد حصدت هذه التغريدات 10% من التغريدات ذات التفاعل القوي مع أن نسبتها هي 5% فقط، إلى مجمل التغريدات. على العكس من ذلك فإن نسبة التغريدات المرتبطة "المشاركة المعلوماتية" مثلت 5.9% من مجمل التغريدات إلا أن حصّتها من التفاعل القوي هي 3.3%.

✓ إن التغريدات التي جذبت تفاعلاً عالياً هي تلك التي كان مضمونها مرتبطاً بالدولة المضيفة مثل التقدير والتعاطف معها و تعزيز الأجندة الداخلية والترويج لمساهمات دولة السفير في الدولة المضيفة. بينما كان التفاعل مع تعزيز الأجندة الخارجية للدولة أو تسويق السفير لدولته أقل نسبياً. ما يعزز هذه الملاحظة أن التغريدات التي لم تحظ بأي تفاعل يعود معظمها لتغريدات مصنّفة على أنها لتعزيز أجندة دولة السفير في الخارج وفي لبنان.

خاتمة

كشف تحليل الدبلوماسية الرقمية لـ 15 سفيراً عاملاً في لبنان وجود تباينات واضحة فيما بينهم على مستوى الفعالية والكفاءة والأهداف وأنماط التغريد. كان نمط تغريد السفراء الشرقيين (اليابان والصين وتركيا إلى حد ما) مختلف عن نمط تغريد أقرانهم الغربيين. فالسفراء الشرقيون ابتعدوا عن القضايا اللبنانية المرتبطة بالانقسامات السياسية والثقافية أو محاولة تشكيل أجندة القضايا المحليّة وركّزوا على الدبلوماسية الثقافية والترويج لبلادهم مع إبداء التعاطف مع الدولة المضيفة. أما السفراء الغربيون المشمولون بالدراسة فركّزوا على تشكيل الأجندة المحليّة الثقافية (البرلة) والسياسية والترويج لقضايا النظام الدولي، وإن امتلك بعضهم القدرة على محاكاة الثقافة المحليّة من ناحية شكل الاتصال بالجمهور المحلي. بينما تشارك السفراء عمومًا في محاولة الاستفادة من هويات شخصية أو مزايا خاصة ببلادهم ودمجها في دبلوماسيتهم العامة، فالسفير الهولندي اهتم بمجالات الزراعة والغذاء والرياضة، والسفيرة الفرنسية بالنبذ والتعليم، والسفير التركي بالرموز الدينية، والسفير الياباني بالتنمية والعلوم والبيئة، والدنماركي بالتنمية والصحة.

وهكذا يمكن التمييز بين نمط تغريد تدخلي ظهر لدى عدد من السفراء الغربيين، ونمط تغريد تشاركي ظهر لدى السفراء الشرقيين.

كان بارزاً تميّز السفير الياباني عن أقرانه حيث اتسمت دبلوماسيته الرقمية بقدرة عالية على التفاعل مع المجتمع المحليّ واتباع نمط من التغريد يركّز على الدولة المضيفة ويبني الجسور مع شعبها. ويظهر أن معظم السفراء المشمولين بالدراسة لا يولون الدبلوماسية الرقمية أهمية عالية وذلك ينعكس في أعداد متابعيهم وعدد التغريدات المنشورة وضعف التفاعل معهم وعدم اهتمام معظمهم بالسياق المحليّ بالشكل الكافي. والتباينات في توظيف الدبلوماسية الرقمية لا تعود إلى سياسة الدولة فقط بل أيضاً شخصية السفير ومدى ميله لهذا النوع من الممارسة الدبلوماسية وكفاءته واستعداده للتعلّم للمشاركة في هذا الفضاء المستجد على الدبلوماسيين وهذا يظهر من أنماط التغريد وفعاليتها وكون معظم الحسابات المرصودة حديثة الإنشاء.

كما ظهر تباين واضح بين السفيرين الياباني والصيني من ناحية والسفراء الغربيين من ناحية ثانية. فتغريدات السفير الياباني ركّزت على المجالات الناعمة مثل الثقافة والفن

والرياضة والبيئة فيما أبدى مع نظيره الصيني الحذر من التدخّل في شؤون داخلية لبنانية وحاولا التواصل مع الجمهور المحلي وإبداء التقدير والتعاطف مع لبنان وشعبه. في المقابل ركّز السفراء الغربيون على القضايا السياسية والاقتصادية (ما عدا كندا وازنت سفيرتها بين السياسة والثقافة) وحاولوا تعزيز الأجندة السياسية لبلادهم في لبنان وحول العالم. وبدت بوضوح المساحة الهائلة التي استحوذت عليها قضايا المرأة وتمكينها في تغريداتهم وجرى ربطها بمختلف المجالات كالبيئة والمناخ والسياسة والانتخابات والجنس¹⁰¹ والبطالة والتنمية.

بالمجمل يمكن تحديد مجموعة خصائص لشخصية السفير الرقمية وبالتالي قدرته على الوصول إلى الجمهور المحلي والتأثير فيه كالاتي: الإكثار من التغريد وجعله الأصل وليس إعادة التغريد، استخدام اللغة المحليّة، التفاعل مع التعليقات، مشاركة تغريدات لناشطين مؤثرين، استخدام اللغة المحكية والرموز الثقافية المحلية واختبارها في الحياة اليومية ومشاركة ذلك على وسائل التواصل، طلب الاستماع للجمهور من خلال طرح الأسئلة وطلب الرأي، استخدام الفكاهة المحبّبة المنسجمة مع الثقافة المحليّة، إرفاق التغريدات بالصور ومقاطع الفيديو، تخصيص مناسبات للإجابة عن الأسئلة المرسلّة سابقاً، التركيز على إبداء التعاطف والتقدير مع الدولة المضيّفة وشعبها. ومن الأفضل دائماً أن يجري ربط مصالح دولة السفير الواردة في التغريدات بهذه العناصر ما يجعل الجمهور المحلي أكثر قابلية لاستهلاكها والتفاعل معها وقبولها. وقد تميز في هذه الخصائص بالمجمل سفراء اليابان وبريطانيا¹⁰² بشكل أساسي والسفير الصيني والألماني والتركي بدرجة أقل.

أظهرت تغريدات السفراء تماهياً كبيراً مع سياسة الدولة التابعين لها. فقد حازت الحرب الأوكرانية على اهتمام مرتفع من قبل السفراء الغربيين (ما عدا السفارة الفرنسية) منذ اللحظات الأولى لاندلاعها، فيما تجاهلها إلى حد كبير سفيرا الصين وتركيا وهو ما

¹⁰¹ يظهر من مراجعة محتوى التغريدات حتى آب 2023 أن سفراء كل من ألمانيا وكندا والنرويج وهولندا كانوا من الأكثر اهتماماً بدعم ما يُسمّى "حقوق المثليين" من خلال الاجتماع بممثلين عنهم (السفير الألماني) أو رفع علمهم في مقر السفارات والترويج لأنشطتهم حول العالم ونشر مواقف مؤيِّدة لهم.

¹⁰² في رسالته الوداعية بعد نهاية مهمته في لبنان (تموز 2022) قال السفير كلاورد إن لبنان ليس دولة بل رسالة ونموذج للتعايش بين الأديان ووصفه بـ "جوهرة شرق البحر الأبيض المتوسط". يتقن السفراء البريطانيون بوجه عام التعامل مع الرموز الثقافية المحليّة وذلك كجزء من التقاليد الراسخة في الجهاز الدبلوماسي لواحدة من أبرز قوى الاستعمار القديم في العالم.

ينسجم مع الموقف الصيني الأقرب إلى السياسة الروسية، فيما لم تكن تركيا حينها قد بلورت موقفاً واضحاً بعد لأنها كانت توازن مصالحها بين أطراف الحرب. كذلك لا تظهر في تغريدات السفراء مسألة النزوح السوري إلا بشكل عابر حول تقديم المساعدات وهو ما يتناسب مع موقف معظم الدول الغربية بإزاحة هذا الموضوع عن أجندة النقاش العام قدر المستطاع.

اهتمّ السفراء عموماً بإعادة التغريد بشكل ملحوظ لا سيّما من مصادر وطنية أو دولية بهدف الترويج لقضايا ومواقف تشرعن سياسات الدولة وتوسعة نطاق وصولها، بالإضافة إلى أن إعادة التغريد من حسابات محدّدة تمثّل بذاتها تصديقاً من السفراء على تبني مصداقيتها وترويجاً لها. وقد ساعدت حسابات السفراء الشخصية بتضخيم وصول محتوى حسابات السفارات ووزارات الخارجية إلى الجمهور. مع الإشارة إلى أن السفيرين الصيني والياباني ركّزا على إعادة التغريد من حسابات إعلامية وثقافية لبلديهما ناطقة باللغة العربية لربطها تدريجياً بالجمهور العربي، وليس من حسابات حكومية أو حسابات المؤسسات الدولية كما فعل معظم السفراء الغربيين.

بيّنت الأرقام أن الموضوعات المرتبطة بالقوة الناعمة مثل الثقافة والفنون والتعليم والعلوم والرياضة اجتذبت تفاعلاً قوياً للتغريدات وكانت التعليقات على هذه التغريدات تميل بالعموم نحو الإيجابية. فهذه الموضوعات المحايدة في ظاهرها تلامس اهتمامات جمهور تويت وهواياته وحاجاته وميله نحو المحتوى الترفيهي كما أن التفاعل معها لا يُعرّض المغرّدين للنقد أو التنمّر. ويزداد تأثير هذه الموضوعات كلما ارتبطت بالجمهور المحلي والدولة المضييفة. ولذا من الممكن استخدام هذه المجالات الجذّابة لربط الجمهور المستهدف بدولة السفير مثل الترويج للثقافة الوطنية لدولة السفير بربطها برموز ثقافة الدولة المضييفة (السفير الياباني أتقن ذلك) أو ربط رسالة سياسية لدولة السفير بحدث/ رمز ثقافي أو علمي أو رياضي مختص بالدولة المضييفة أو المجتمع المستهدف. في المقابل كان التفاعل مع المجالات السياسية والاقتصادية ضعيفاً ويميل نحو السلبية.

كما تبرز الأرقام أهميّة أن تُظهر التغريدات نمطاً من التعاطف والتقدير مع الدولة المضييفة وشعبها وثقافتها ومنجزاتها. وقد اجتذب عرض السفراء لمساعدات بلادهم للدولة المضييفة تفاعلاً مقبولاً ولكن ينبغي إرفاقها بإبراز التواضع والتقدير للدولة المضييفة وليس مجرد أخبار وأرقام مجردة. كذلك تشجّع الأرقام على الاهتمام بالتواصل

مع الجمهور من خلال إعادة تغريد بعض ما ينشره المؤثرون منهم خاصة والتفاعل بالتعليقات مع عامة الجمهور وطرح الأسئلة وطلب الآراء وهو سلوك لم تلحظه البيانات المجمعة في هذه الدراسة. كذلك سيرتفع تأثير محتوى حساب السفير ووصوله حينما يتحوّل إلى مؤثر ويشترك الجمهور جزءاً من حياته اليومية وهواياته من خلال الصور والفيديو وإبراز تفاعله مع الناس العاديين في الحياة الواقعية، ويندمج في الثقافة المحليّة من حيث اللغة والتعبيرات والنكات والطعام¹⁰³ والأمثال الشعبية والفنون، ودمج كل ذلك بالأهداف المحددة له في عمله كسفير. ويتعيّن على الدبلوماسيين إنشاء روابط بين العالمين الرقمي والفيزيائي (الواقعي) وإلا كان تأثيرهم محدوداً، فالنشاط في كلا المجالين يكمل بعضه بعضاً ومن خلال ذلك يتمكّن السفراء من بناء شبكات من المؤثرين والناشطين في الدولة المضيفة تقوم بتضخيم تأثير السفير ووصول محتواه إلى مجتمعات متعدّدة ضمن الدولة المضيفة.

من الناحية المنهجية ساهم العدد الكبير نسبياً لعينة السفراء المشمولة بالدراسة (15 سفيراً) في الحصول على داتا غنية وإجراء مقارنات مفيدة إلا أنها في المقابل عانت من أمرين: محدودية الفترة الزمنية للبيانات المجمعة وهي أربعة أشهر ما حال دون مراقبة تغيير نمط التغريدات بحسب الزمن؛ وقلة عدد التغريدات مقارنة بإعادة التغريد إذ ركّز معظم السفراء على إعادة التغريد من مصادر دولية أو وطنية رسمية أو إعلامية موثوقة أو من مصادر غير حكومية متصلة بعمل السفير.

وعليه من المفيد أن تركز دراسات قادمة على توسعة عينة المقارنات لتشمل سفراء عرباً وأفارقة وأن يكون مداها الزمني أكثر امتداداً. وفي الختام تبرز أسئلة إضافية تستحق الدراسة: كيف يشترك السفراء في معارك الوعي والتضليل المعلوماتي الخاصة ببلادهم سواء من الناحية الهجومية أو الدفاعية؟ كيف يمكن توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في رفع كفاءة الدبلوماسية الرقمية؟ كيف يمكن دراسة تأثير الدبلوماسية العامة على الرأي العام المستهدف أو على سلوك الجهات السياسية المستهدفة؟

¹⁰³ في 30 أيلول 2021 نشر السفير البريطاني عبر حسابه في تويتر صورة له وهو يتناول فطوراً لبنانياً هو "المنقوشة" وأرفقها بالنص الآتي: "حسناً، أنا في لبنان منذ 3 أشهر، لقد استمتعت بوفرة الطعام ... المنقوشة والفلافل والفتوش والمزيد! دعونا نحاول الحصول على ترتيب من الألف إلى الياء من المأكولات اللبنانية المفضلة (حتى لو كانت نباتية إن أمكن!) ... أرسلوا لي أفكاركم وسأرى كم يمكنني أن أكل خلال الشهر القادم !!".

then introduced into the statistical application SPSS of analytical tables linking the identified variables in the study (Assignment by Nargis Abdullah).

This study raises several important questions: what are the ambassadors' main issues? What fields attract their tweets and objectives? Finally, Did the ambassadors succeed in the Twitter platform, and is that success (or absence) relevant to the areas or goals they focused on?

Furthermore, the study analyzes the critical discourse to examine the relationship between the ambassadors' language in their tweets and the target community. It also focuses on monitoring performance indicators (such as personal account characteristics, tweet pattern, and interaction), Decoding cultural codes in tweets, identifying access points through ambassadors' attempts to interact with the target audience, and classifying tweets according to the language and subject. A critical discourse analysis includes integrating text analysis and text drafting analysis, using, distribution, and sociocultural analysis of the discourse event. Numerous studies used this technique to analyze tweets on Twitter.

Methodologically, research on the ambassadors' digital behavior working in Lebanon had confined on Twitter to those from North and South America, Europe, and Asia without Arab ambassadors. The countries of these three continents are the most influential and effective in Lebanon, and the exception of Arab ambassadors was to focus on countries where cultural and political differences are evident.

As a result of the search, 17 account ambassadors were accessed (between 50 and 60 ambassadors serving in Lebanon), and two were out due to their tweets' dearth (India and Australia ambassadors). In the second phase, the manual analysis Process of each of the 15 ambassadors' tweets published between 1 January 2022 and the end of April 2022 began over four months, numbering 1351 tweets. Each analyzed tweet was in a table containing 20 digits of descriptive and analytical information (Assignment by Zainab Abdullah). The analytical segment included the subject/ tweet theme /purpose/the comments classification/the tweet interaction effect according to a mathematical equation. In the third phase, the data was verified, adjusted, coded, and

Studies of ambassadors' digital activities focus on Twitter due to its popularity and limited restrictions on political content compared to other platforms such as Facebook, and its smooth content in addition to the easy ways of collecting Data from Twitter compared to Facebook. A study (2012) noted that Twitter diplomacy is generally unlike traditional one behind closed doors. So, Twitter is not involved in structural change in the diplomacy social practice but in the diplomat's ways and goals in using this technology in their duties' pursuit. Examining and understanding ambassadors' tweets allow us to learn about their country's agendas, political priorities, and interests in the host country; examine their language and attitudes on their State's fundamental issues; identify main courses of action and the social groups targeted, and finally recognize their perceptions in influence and effect change. Overall, this process is an access to evaluate their intentions and draw their governments' foreign policy action programs.

Two good experiments appeared in Lebanon. The first was former British Ambassador Tom Fletcher, and the second was a Chinese Diplomat called Abu Wassim. Fletcher was Britain's ambassador in Beirut between 2011 and 2015. He was involved in developing diplomatic use of social media, so he called Twitter diplomat Twiplomat. This concept created a new career as a diplomat sharing Twitter messages with his followers. Fletcher received the Lovie Special Achievement Award for using social media platforms during his diplomatic work in Lebanon. He issued several books about his experience, including one widely popular, "The Naked Diplomat: Power and Statecraft in the Digital Age". As for Abu Wassim (CAO Yi was a consul at the China Embassy in Beirut from 2018 to 2022), he was perfect at writing and tweeting in Arabic and had many Lebanese and Arab tweeters. At the same time, he admired and loved Lebanon, using the hashtag # Love _you _ Lebanon. Also, he has a good sense of *humor* that suits the local environment.

This study raises a fundamental question about foreign ambassadors' efforts to achieve their countries' political agenda by tweeting on Twitter in the first four months of 2022.

States have increasingly relied on digital diplomacy, where the State employs part of the image management process from a broader dynamic managing power. These iconic images represent other's recognition of the State, for example, T. Camber Warren says that modern nations are not only built on power and wealth but on their ability to communicate efficiently through means such as Twitter to present their normative demands for loyalty and national unity.

In contrast, the nature of these platforms increased the public's power to participate and consult in accepting the political actors' authority. Moreover, the communications technology revolution compounded the public's importance in foreign policy, leading political actors to devote enormous resources to communication technology. From here, a digital diplomacy hypothesis that promotes transparency, democracy, and public participation appeared as this hypothesis is not right given the increasing influence of political actors in information manipulation, mastery of cognitive warfare practice by using artificial intelligence features, analyzing big data, Progress in spying and penetration techniques, and Brain increased discoveries in neuroscience, psychology, and communication.

Among digital diplomacy, a new interest began in studying ambassadors' performance on the media through their pages. The Ambassador's participation in digital communication enhances the diplomatic apparatus access while noting that this effective participation remains controversial. In this case, the Ambassador becomes an influencer diplomat who combines his diplomatic role with all the officials, a cautious, representative, institutional, and digital influencer who interacts less formally with the virtual audience about daily activities of his life, evoking humor, wit, and local culture symbols. This combination is a big challenge for ambassadors and requires developing knowledge, skills, and personal advantages that might be hard to gain in addition to institutional support. Noting that The Ambassador's authority over social platforms is subject to challenge, criticism, bullying, and objection, as he is well-known, he must be interactive and spontaneous, all of which serve as traps for diplomatic action.

Introduction:

Problems and dilemmas associated with the information revolution and their impact in virtual and factual areas have increased in recent years. The proliferation of smartphones and the relatively cheap Internet, apart from the lockdown consequences of the coronavirus pandemic, has attracted a critical mass of people to social networks to produce, circulate, and use information so freely as misinformation or false information can often control Obvious issues (such as spherical Earth). Thus, we reached a "post-truth" period. Nevertheless, Countries began competing for influence and power in social networks in consciousness and information wars. In this case, those who win in the information field and those who shape narratives and perceptions possess an advantage and balance in the realistic field.

Accordingly, the brain became the war's fifth dimension (adding to land, sea, air, and space) as the disinformation campaigns and cognitive /consciousness wars became critical areas for any political actor's power measure. Therefore, Political actors began transferring part of their resources and capabilities to the digital sphere to build networks, platforms, expertise, and tools to influence this sphere by understanding the audience target, creating messages, finding channels to transmit and measure their success, whether these acts are a prelude to disseminating and promoting specific information (about an idea, event, narrative people, etc.) or respond to hostile information campaigns via jamming, shaming, isolation, and containment.

In this situation, The State found that public diplomacy concerning Popular Communication as a foreign policy tool could benefit from the Mass Media popularity and features to influence the external public perceptions vis-à-vis the State, specific events, and other States and actors, thereby enhancing that State's stature, reputation, interests and narratives.

Thus, Digital diplomacy emerged as one of the soft power tools stream and information influence. Since the end of the first decade of the twenty-first century,

Table of Contents

Introduction	5
First: Embassies in the social platforms period	14
1.1 Digital Diplomacy.....	15
1.2 Tweeting Ambassadors.....	15
Second: Data Collection.....	27
Third: Tweet Themes and fields	34
3.1 Analysis of the Most Prominent Issues	34
3.2 Tweeting Fields.....	37
3.3 Classification by Target.....	41
Fourth: Interaction determinants	47
4.1 the comments on Tweets.....	47
4.2 Interaction Power Linked to Target and Field Variables.....	50
Conclusion.....	55

Studies and Reports

Twitter diplomacy

Interventional and Participatory Tweeting
of Foreign Ambassadors in Lebanon

November 2023

Studies and Reports

A periodic Series Adresses Current Challenges and Issues



المركز الإستشاري
للدراسات والتوثيق

A specialized scientific institution in charge of information and researches. It deals with socio-economic issues and follows-up the effecting strategic issues and global transformations.

- Publisher:

The Consultative Center for Studies and Documentation

- Research Assistant:

Zainab Abdullah

- Volume: Thirty Three

- Date of publication:

November 2023

All rights reserved to the center. Therefore, it is neither allowed to copy or to archive a part(s) of the study in whatever information or retrieving system, but in case of limited quoting with the aim of studying and scientific benefit while citing the reference is a must.

Twitter diplomacy

Interventional and Participatory Tweeting

of Foreign Ambassadors in Lebanon

Dr. Hosam Matar