

دليل الرصد والتعامل مع المواضيع والقضايا المتداولة

«هذا الدليل يخدم أهداف خطة
التواصل الحكومي 2020-2019»

النسخة الأولى-أكتوبر 2019

قائمة المحتويات

01 المقدمة

02 أهداف الرصد والتعامل

03 أفضل الممارسات

04 نطاق الرصد

05 خصائص أدوات و أنظمة
الرصد والتحليل

08 التعامل مع المواضيع
والقضايا المتداولة

09 تقارير الرصد والتحليل

10 نماذج لأدوات وأنظمة
الرصد والتحليل

المقدمة

دليل الرصد والتعامل مع المواضيع والقضايا المتداولة موجه للمؤسسات الحكومية المختلفة؛ لرصد وتحليل ما يتم نشره وتداوله في وسائل الإعلام ومنصات التواصل الاجتماعي المختلفة عبر استخدام التقنيات الحديثة، الأمر الذي يساهم في رسم صورة كاملة حول ما يتم نشره وتداوله عن المؤسسة لدى متخذي القرار، كما تمكن منظومة الرصد والتحليل من وضع مؤشرات رقمية تعكس إدراك وعواطف الرأي العام حول الخدمات التي تقدمها المؤسسة، وبالتالي اتخاذ الإجراءات المناسبة بهدف التطوير والتحسين.

أهداف الرصد والتعامل

تسهم تقنيات الرصد والتحليل في تجسير الهوة بين المؤسسة والمستفيد، من خلال جعل المؤسسة في أقصى حالات الاستعداد للتعامل مع القضايا ذات العلاقة باختصاصاتها، ويتحقق هذا من خلال تقنية الرصد والتحليل وذلك عبر قياس رضا المستفيد من الخدمات المقدمة من قبل المؤسسة.

التعامل مع الشائعات والأخبار الكاذبة والمضللة.
(يُنظر لدليل التعامل مع الشائعات والأخبار الكاذبة والمضللة).

الاستفادة من نتائج رصد وتحليل مدركات وعواطف الرأي العام بما يسهم في صياغة الرسائل الإعلامية المختلفة المراد نشرها في وسائل الإعلام المختلفة وبما يخدم تحقيق سياسات وخطط المؤسسة.

اطلاع أصحاب القرار بملاحع عن المواضيع التي تقع ضمن اختصاص المؤسسة ويتم نشرها وتداولها في وسائل الإعلام المختلفة.

التنبؤ بالمواضيع المهمة المتوقع تصاعد وتيرتها في المستقبل القريب والتهيئة للتعامل معها.
(يُنظر لدليل التهيئة للقرارات الحكومية).

التعامل مع الاقتراحات المقدمة التي من شأنها أن تسهم في تطوير أداء عمل المؤسسة.

الإبلاغ الفوري عن الأحداث الطارئة والقضايا العاجلة المثارة في مختلف وسائل الإعلام والتواصل الاجتماعي، مما يسهم في التفاعل واتخاذ الإجراء المناسب في التوقيت الأنسب.

أفضل الممارسات

متابعة ما يُنشر في مختلف وسائل الإعلام والتواصل مثل الصحف والإذاعات والتلفزيون والمواقع الإخبارية والشبكات الاجتماعية والمدونات والصحف والمجلات الإلكترونية.

01

الإبلاغ الفوري عن الأحداث الطارئة والقضايا العاجلة ذات العلاقة باختصاصات المؤسسة والمثارة في مختلف وسائل الإعلام والتواصل.

02

استخدام أفضل أدوات وأنظمة الرصد والتحليل لقياس وتحليل تفاعل الرأي العام واستخراج مؤشرات علمية تساعد في عملية اتخاذ القرار.

03

إعداد تقارير دورية حول الموضوعات ذات الاهتمام التي يتم تداولها عبر مختلف وسائل الإعلام والتواصل، بحيث تتضمن حيثيات الموضوعات، واستعراض وجهات النظر المختلفة، ومن ثم اقتراح الحلول والمعالجات المناسبة التي من شأنها بالاستعانة بالدوائر والأقسام الأخرى.

04

حفظ وتوثيق جميع المواضيع والقضايا المرصودة من قبل المؤسسة للرجوع إليها وقت الحاجة.

05

نطاق الرصد

يتم رصد المواضيع والقضايا ذات العلاقة باختصاصات المؤسسة من خلال المتابعة المستمرة للوسائل والقنوات الإعلامية التالية :



القنوات الإذاعية

- إذاعة سلطنة عمان.
- إذاعة هلا أف أم.
- إذاعة الوصال.
- إذاعة مسقط أف أم.
- إذاعة الشباب.
- المواد الإعلامية التي تبث قضايا تؤثر بطريقة مباشرة أو غير مباشرة على السلطنة في إذاعات خليجية وإقليمية ودولية.
- في إذاعات خليجية وإقليمية ودولية .



القنوات التلفزيونية

- تلفزيون سلطنة عمان (القنوات: العامة، الرياضية، الثقافية، مباشر).
- المواد الإعلامية التي تبث قضايا تؤثر بطريقة مباشرة أو غير مباشرة على السلطنة في إذاعات خليجية وإقليمية ودولية.



منصات التواصل الاجتماعي من خلال متابعة أبرز الحسابات أو المجموعات في كل من:
تويتر فيس، بوك يوتيوب، انستجرام، الواتس اب، لينكد إن



الصحف والمجلات المطبوعة والإلكترونية

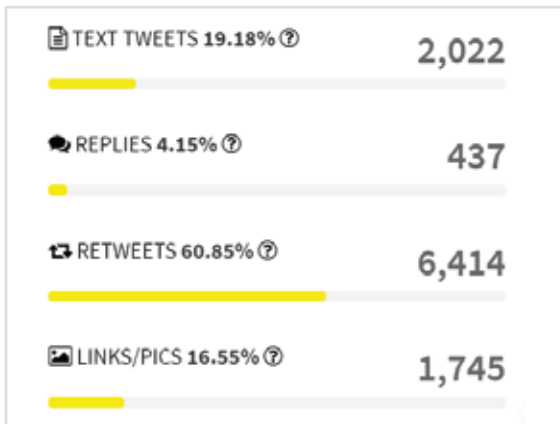


المدونات والمنتديات الحوارية الإلكترونية.

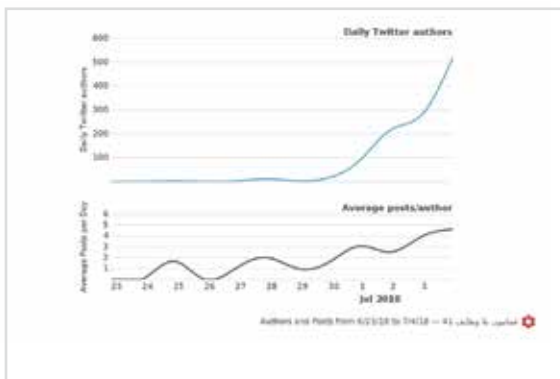


الأدوات والأنظمة المستخدمة في الرصد والتحليل

تسهم أدوات وأنظمة الرصد والتحليل الإلكترونية في تحويل البيانات النوعية التي تم رصدها - وهي عبارة عن إدراك وعاطفة الرأي العام حول موضوع معين - إلى مؤشرات قابلة للقياس، يتم الاستناد إليها عند اتخاذ القرار. كما أن هذه الأدوات والأنظمة تعمل على تحليل التفاعل وفقا للخصائص التالية:



شكل رقم (١)



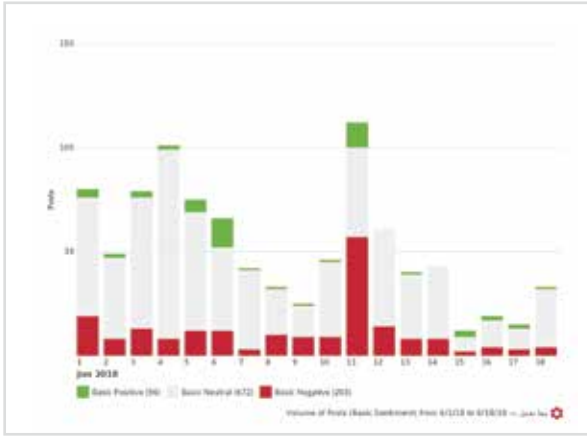
شكل رقم (٢)

٠١ تحديد معدل تفاعل الرأي العام مع الموضوع المتداول، فعلى سبيل المثال في حال كان الموضوع متداولاً عبر منصة تويتر فهذه الأنظمة تساعد في تحديد عدد المنشورات الأصلية، ومعدل إعادة التغريد والإعجاب والردود بالمنشورات المتعلقة بالموضوع المتداول. فالشكل رقم (١) يوضح أن عدد التغريدات الأصلية النصية مع الموضوع تراوحت ٢٠٢٢ تغريدة أصلية.

٠٢ معدل النشر الحسابات مع الموضوع من خلال احتساب متوسط عدد المنشورات لكل حساب خلال اليوم أو عدد المنشورات للحسابات خلال الفترة الزمنية المحددة، من قبل المستخدم للنظام، وتحدد هذه المؤشرات مدى نشاط الحسابات مع الموضوع حسب عدد المنشورات والفترة الزمنية التي شهدت تفاعلاً ملحوظاً.

03

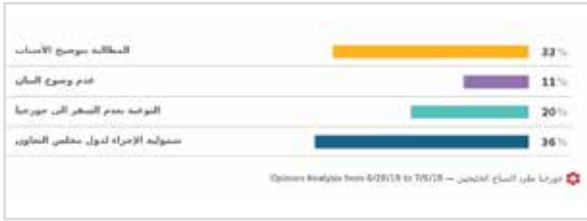
نوع عاطفة الرأي العام تجاه الموضوع المتداول، وتعتمد هذه الخاصية على استخدام الذكاء الاصطناعي في تحديد مشاعر الرأي العام إزاء المواضيع المتداولة من خلال تحليل الكلمات والرموز المستخدمة ومن ثم تحديد نسب التفاعل الإيجابية والسلبية والمحايدة من إجمالي التفاعل مع الموضوع



شكل رقم (٣)

04

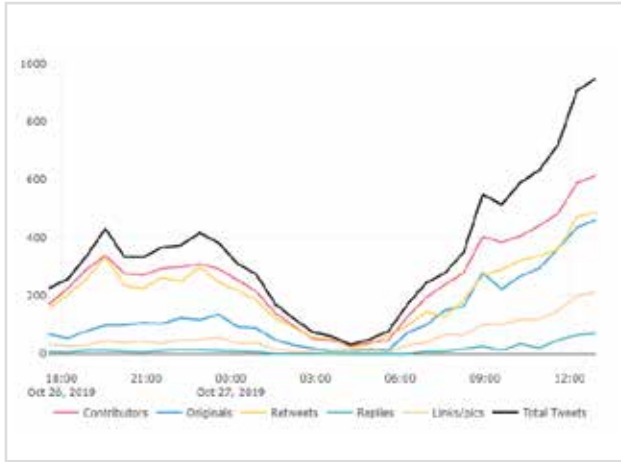
طبيعة مشاعر الرأي العام نحو المواضيع المتداولة بحيث تعمل هذه الأنظمة على قراءة وتحليل مضمون التفاعل من كلمات ورموز ومن تصنيفهم حسب نوع المشاعر إلى فرح أو امتعاض أو حزن أو غضب أو خوف أو مفاجأة، وتتميز بعض الأنظمة بإمكانية تصنيف وجهات نظر الرأي العام حول موضوع معين وفق معايير يتم تحديدها مسبقاً وتكون ذات علاقة بالموضوع المراد قياس تفاعل الرأي العام حوله، كأن يتم قياس انطباع الرأي العام حول قرار معين تم إصداره.



شكل رقم (٤)

05

تحديد الأوقات الأكثر تفاعلاً باليوم والساعة، وهذه الخاصية تمكن المستخدم من معرفة أوقات الذروة للتفاعل مع الموضوع، وبالتالي إمكانية الاستفادة منها في نشر رسائل إعلامية تخدم الإطار العام للموضوع المراد رصده وتحليل تفاعل الرأي العام معه، أو الأوقات الأقل ذروة لتفادي نشر المؤسسة لأي محتوى لمحدودية تداوله وتفاعل الرأي العام معه في ذلك الوقت. كما أن المستخدم يستفيد من هذه الخاصية في تحديد أية عوامل أو أحداث قد تكون طرأت في وقت دراسة وتحليل تفاعل الرأي العام مع الموضوع وأثرت على نشاط التفاعل بطريقة غير مباشرة.



شكل رقم (٥)



شكل رقم (٦)

تحديد أكثر المستخدمين تفاعلاً من حيث الموقع الجغرافي والفئة العمرية، وتفيد هذه الخاصية المؤسسة في صياغة محتوى الرسائل الإعلامية بما يتناسب مع خصائص المتفاعلين. كما تمكن المؤسسة من قياس مدى وصولها للفئة المستهدفة مثلاً إذا كان الموضوع المتداول يمثل سياسة أو قراراً أو مشروعاً صادراً عنها، يستهدف فئات محددة من المجتمع سواء المحلي أو الخارجي، ويوضح الشكل رقم (٧) الدول أو المناطق المتفاعلة مع الموضوع، ومعدل تفاعلها من إجمالي التفاعل.

عمان يا رب
مكروه اللهم
صلالة ظفار
ميكونو

شكل رقم (٧)

تحديد أبرز الكلمات المفتاحية في تفاعل الرأي العام مع الموضوع خلال فترة معينة، وتسهم هذه الخاصية في معرفة أكثر الموضوعات تداولاً من قبل الرأي العام والتي قد تكون مرتبطة بموضوع الرصد أو خارج نطاق الموضوع المراد رصده، ويوضح الشكل أدناه أكثر الكلمات تكراراً عند تحليل تفاعل الرأي العام مع الموضوع.



شكل رقم (٨)

توفر عدداً من الأنظمة خاصية الوصول إلى بيانات تاريخية تمكن المستخدم من معرفة طبيعة التفاعل مع الموضوع الذي تم رصده وتداوله سابقاً ودراسة الاختلافات في التفاعل إن وجدت. حيث يوضح الشكل رقم (٨) التفاعل من عام ٢٠١٤ م وحتى عام ٢٠١٧ م لموضوع معين.

التعامل مع المواضيع والقضايا المتداولة

تسهم أدوات الرصد والتحليل المعتمدة من قبل المؤسسة في تكوين صورة جيدة حول ما يتداول عنها من قبل الجمهور ومنصات التواصل المختلفة، ومن المهم أن تستفيد المؤسسة من وسائل الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي كأداة استراتيجية قيّمة، ومن الممارسات التي ينبغي على المؤسسة أن تنتبه لها:

- 1 من الجيد أن تبرز المؤسسة أنها مواكبة لما يتداول عنها، وأنها مهتمة بذلك، ويمكن إبراز هذا الجانب في حال تفاعل الجمهور وتقديم مقترحات تجاه موضوع ما، فيكون الرد من المؤسسة بالتقدير على الاهتمام وأنها تتابع المقترحات المقدمة.
- 2 من الجيد أن يتم اقتراح كيفية التعامل مع الموضوعات المتداولة عن المؤسسة وذلك بشكل دوري وحسب طبيعة عمل المؤسسة وكثرة الموضوعات المتداولة عنها، وأن يتم تطبيق المقترح مباشرة بعد اعتماده، ويمكن عقد اجتماع مصغر وسريع يضم المعنيين من الدائرة القائمة بعملية الاتصال بالإضافة إلى الدوائر الأخرى المعنية بالموضوعات المتداولة؛ لمناقشة واعتماد المقترحات. ومن المهم أن تتم متابعة المقترحات التي تم وضعها والتأكد من تنفيذها.
- 3 ينبغي أن تبادر المؤسسة بتوضيح الموضوع المتداول عنها، وألا تنتظر إلى أن تصبح ردة الفعل واسعة ضدها. إن احتواء الموضوع والتعامل معه في حينه يسهم في تحويل النقاش العام الذي يدور إلى صالحها، وذلك عبر المبادرة إلى توضيح الموضوع والخلفيات المرتبطة به. ويمكن أن يتم التعامل مع هذا التفاعل عبر النشر المباشر الصادر عن المؤسسة أو عبر التعاون مع وسيلة إعلامية، أو أن يتم هذا بشكل غير رسمي.
- 4 ينبغي على المؤسسة أن تقوم بتقييم استجابتها للقضايا المتداولة، وأن تقوم بقياس أثر التعامل من حيث (التفاعل والانتشار وغيرها)، ومن ثم اتخاذ الإجراءات المناسبة وفقا لنتائج التقييم.

تقارير الرصد والتحليل.

إن عملية الرصد والتحليل ينتج عنها تقارير (لحظية - يومية - أسبوعية - شهرية) حول الموضوعات ذات الاهتمام التي يتم تداولها عبر مختلف وسائل الإعلام والتواصل، واقتراح الحلول والمعالجات المناسبة بشأنها.

طبيعة التقرير

محتوى التقرير

تقرير لحظي

تقرير يصدر بصورة عاجلة ويتضمن إجراءات للتعامل الإعلامي السريع

- تمهيد.
- التسلسل الزمني للموضوع (يتضمن تسلسل الأحداث منذ بدء تداول الموضوع).
- تحليل أبرز وجهات نظر الرأي العام.
- إجراءات التعامل العاجل مع الموضوع.

تقرير يومي

تقرير يصدر بشكل يومي يتضمن المواضيع التي تم رصدها خلال اليوم وآلية التعامل الإعلامي المقترح

- تمهيد.
- التسلسل الزمني للموضوع (يتضمن تسلسل الأحداث منذ بدء تداول الموضوع).
- أبرز وجهات نظر الرأي العام.
- مقترحات التعامل مع الموضوع

تقرير أسبوعي

تقرير يصدر بشكل أسبوعي يتضمن المواضيع المتداولة خلال الأسبوع وآلية التعامل الإعلامي المقترح

- تمهيد(يتضمن أنواع القضايا وعددها).
- تقديم ملخص للقضايا.

تقرير شهري

تقرير يصدر شهريا يتضمن المواضيع المتداولة خلال الشهر وآلية التعامل الإعلامي المقترح

- تمهيد.
- أبرز المواضيع المتداولة خلال شهر.
- طرق التعامل معها.

نماذج لأدوات وأنظمة الرصد والتحليل

مرفق (أ)

أدوات تحليل وسائل التواصل الاجتماعي

الموقع الإلكتروني	أبرز الخصائص	التكلفة	الأداة
www.tweetdeck.com	• يتيح إنشاء لوحة تحكم شاملة يتيح للمستخدم خاصية متابعة أكثر من حساب أو أوموضوع أو وسم في ذات الوقت. • يساعد المستخدم على الإطلاع على أكثر المواضيع تداولاً عبر منصة تويتر.	مجانية	Tweet deck
www.tweetbinder.com	• يختص بتحليل الوسوم والحسابات في تويتر. • يقدم المؤشرات على صيغة تقارير.	مدفوعة	Tweet binder
www.tweetreach.com	• أداة تحليل لحسابات المؤسسة عبر منصة تويتر من حيث التفاعل والانتشار. • تحليل الوسوم أو التحليل باستخدام الكلمات المفتاحية المرتبطة بنشاط المؤسسة.	مدفوعة	Tweet reach
www.followerwonk.com	• مختص بدراسة خصائص الحسابات والمتابعين والمقارنة بينهم.	مدفوعة	Follower wonk

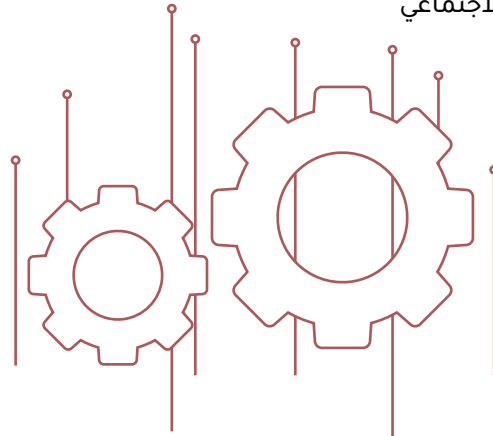
- قد تطرأ على هذه الأدوات والأنظمة تحديث في خصائصها العامة
- لا يُنصح بالأنظمة التي تتطلب الحصول على صلاحية الدخول لحساب المؤسسة

نماذج لأدوات وأنظمة الرصد والتحليل

مرفق (أ)

أدوات تحليل وسائل التواصل الاجتماعي			
الموقع الإلكتروني	أبرز الخصائص	التكلفة	الأداة
www.sproutsocial.com	• تتيح جدولة لمحتوى للنشر الآلي. • تتيح تحليل الحسابات على مختلف منصات التواصل الاجتماعي.	مدفوعة	Sprout social
www.hootsuite.com	• أداة لإدارة وتحليل حسابات المؤسسات في مختلف منصات التواصل الاجتماعي. • تتيح خاصية النشر.	مدفوعة	Hoot suite
www.keyhole.com	• أداة لتحليل الوسوم والكلمات المفتاحية.	مدفوعة	Keyhole

- قد تطرأ على هذه الأدوات والأنظمة تحديث في خصائصها العامة
- لا يُنصح بالأنظمة التي تتطلب الحصول على صلاحية الدخول لحساب المؤسسة على منصات التواصل الاجتماعي



نماذج لأدوات وأنظمة الرصد والتحليل

مرفق (أ)

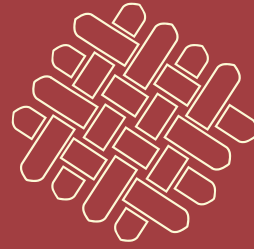
أنظمة تحليل وسائل التواصل الاجتماعي

النظام	التكلفة	أبرز الخصائص	الموقع الإلكتروني
CX Social	مدفوعة	- يختص بخدمة المتعاملين - إتاحة مراقبة أداء المؤسسة	www.cxsocial.com
Crimson Hexagon	مدفوعة	- مقارنة النتائج من شاشات متعددة - إتاحة بيانات لحظية وسابقة منذ ٢٠٠٧م	www.hootsuit.com
Net Base	مدفوعة	- إتاحة جمع بيانات لحظية وتاريخية لـ ٢٧ شهرًا وتصل إلى ٥٥ شهرًا - خاصية Geo fence للحصول على بيانات ضمن نطاق مكاني معين	www.netbase.com
Synthesis	مدفوعة	إتاحة جمع بيانات لحظية وتاريخية لـ ٣ سنوات	www.synthesis.com
Meltwater	مدفوعة	- تحليل حسابات التواصل الاجتماعي - إتاحة بيانات تاريخية ولحظية	www.meltwater.com
Brand watch	مدفوعة	- مقارنة النتائج من شاشات متعددة - إتاحة بيانات لحظية وسابقة منذ ٢٠٠٧م	www.brandwatch.com

خطة التواصل الحكومي

2020 - 2019

نتكامل ونتواصل



تم إعداد نسخة خاصة من هذا الدليل لذوي الإعاقة
البصرية، للحصول عليها يرجى التكرم بالتواصل عبر
البريد الإلكتروني: Together@gsc.gov.om