

تمرين تحليل السياسات

المؤلف: عبدالعزيز سلطان شامس حميد المعمرى

ملخص

دور استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الجهات الحكومية الاتحادية بدولة الإمارات العربية المتحدة

مقدمة

أطلقت حكومة الإمارات عام 2010 رؤية الإمارات 2021، في اجتماع الحكومة الاتحادية بهدف أن تكون دولة الإمارات العربية المتحدة واحدة من أفضل دول العالم من الناحية الاقتصادية والاجتماعية، وذلك مع حلول اليوبيل الذهبي لدولة الإمارات العربية المتحدة.

وجاءت الرؤية مستندة على أربعة بنود رئيسية انبثق منها ستة محاور تسعى إلى تحقيقها حكومة الإمارات، ولذلك يهدف هذا الموجز إلى تسليط الضوء على التواصل بين الشعب والحكومة، حول مدى استفادتهما من أدوات التواصل الاجتماعي، في إسعاد وإرضاء المتعاملين، ودور إدارات الاتصال الحكومي في بناء الصورة الذهنية عن الجهات الحكومية لدى المتعاملين والجمهور وتعزيز الانطباعات الإيجابية لديهم.

لقد حققت دولة الإمارات المركز الأول على مستوى العالم العربي في نضج الخدمات الحكومية الإلكترونية والثقالة لعام 2017 بحسب التقرير الصادر عن اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا (الاسكوا)، إلا أن هذا لا يكفي

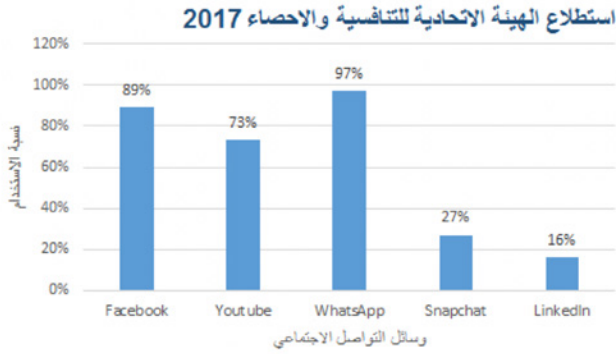
يهدف موجز السياسات إلى البحث في وسائل التواصل الاجتماعي كأداة اتصال وتواصل بين المتعاملين والجمهور من جهة، والجهات الحكومية الاتحادية والمسؤولين في إدارات الاتصال الحكومي من جهة أخرى، وأثر فاعلية ذلك التواصل على تحسين الخدمات الحكومية الاتحادية، من خلال قياس فاعلية هذه الأدوات في جمع المقترحات، ومعرفة تفضيلات المتعاملين، ومدى القدرة على تعزيز الانطباع الإيجابي عن خدمات الجهات الحكومية الاتحادية لدى المتعاملين، بالإضافة إلى دراسة إمكانية جعل أدوات التواصل الاجتماعي كأدوات استشارية مشتركة يلجأ إليها متخذي القرار في الجهات الحكومية بغرض تطوير الخدمات المقدمة.

ويسعى موجز السياسات هذا، إلى الإجابة عن تلك الأسئلة؛ من خلال اللجوء إلى استخدام منهجية علمية مبنية على مراجعة الدراسات السابقة، ومن خلال استخدام أداة الاستبانة التي تم توجيهها إلى مدراء إدارات الاتصال الحكومي في الجهات الحكومية الاتحادية، ومن خلال المقابلات مع المختصين في هذا المجال، بغرض المقارنة بين النتائج المستخلصة من الاستبانة، ونتائج المقابلات، والدراسات السابقة؛ للوصول إلى نتائج أكثر واقعية.

وعليه سيجيب موجز السياسات عن السؤال المحوري، ما هو دور استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الجهات الحكومية الاتحادية بدولة الإمارات العربية المتحدة؟

نبذة عن سلسلة تمرين تحليل السياسات

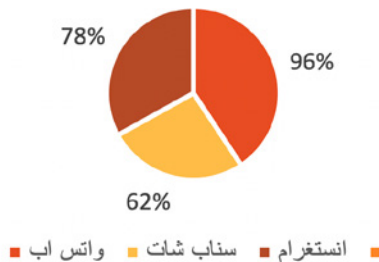
تمرين تحليل السياسات هو عبارة عن سلسلة من ملخصات السياسات التي يؤلفها الطلاب، حيث توفر منبرا لطلاب كلية محمد بن راشد للإدارة الحكومية للتمرين على تحليل السياسات ذات الصلة بالوطن العربي. يقوم الطلاب بتحديد قضايا تعنى بالسياسات المحلية أو العربية وتحليلها وتقديم مقترحات لتحسينها. تساهم السلسلة في زيادة تأثير الإنتاج العلمي لكلية محمد بن راشد للإدارة الحكومية على نطاق السياسات العامة. كما تقوم السلسلة بالارتقاء بمستوى جودة نتاج البحث العلمي لطلاب الكلية. تعرض السلسلة منتجات البحث العلمي التي ينتجها الطلاب والتي تعتمد على الممارسة الفعلية في مجال السياسات العامة مما يتيح الفرصة أمام طلاب الكلية للتعاون مع ممارسين في نفس المجال والاستفادة من الخبرات المختلفة.



الشكل 2: نسبة مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في دولة الإمارات

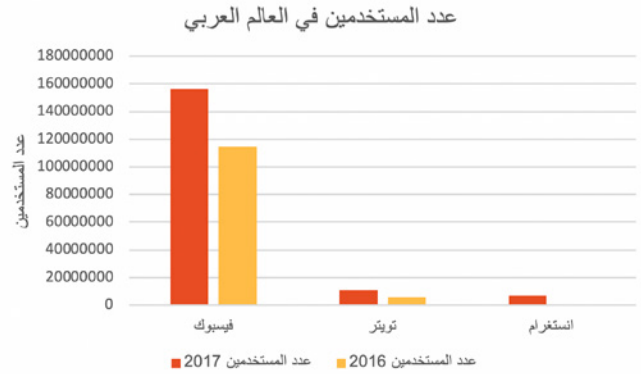
ووفقاً لنتائج المسح الميداني، والذي ميّز بين اهتمامات المواطنين والمقيمين في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، تبين أن نسبة (96%) من المواطنين يفضلون استخدام تطبيق واتس آب، ونسبة (78%) منهم يهتمون بالإنستغرام (Instagram)، وسناب شات (Snapchat) بنسبة (62%)، بينما بينت النتائج أن المقيمين، يفضلون استخدامهم الواتس آب (WhatsApp) حيث بلغت النسبة (97%)، وفيسبوك (Facebook) تاليًا بنسبة (93%)، وأخيرًا يوتيوب بنسبة (75%).

نسبة استخدام الإماراتيين لوسائل التواصل الاجتماعي



الشكل 3: نسبة استخدام الإماراتيين لوسائل التواصل الاجتماعي

لقياس مدى التفاعل والفاعلية بين الحكومة والمتعاملين، ولهذا، فإن موجز السياسات هذا، يسعى للوقوف على هذه الحقيقة.



الشكل 1: عدد مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في العالم العربي

وبقراءة التقرير الإعلامي الصادر عن كلية محمد بن راشد للإدارة الحكومية 2017 الإصدار السابع، والذي يبين أن عدد مستخدمي فيسبوك (Facebook) في العالم العربي بلغ (156) مليون مستخدم، وبلغ عدد المستخدمين النشطين في تويتر (11.1) مليون مستخدم، وعدد مستخدمي الإنستغرام (7.1) مليون مستخدم، (تقرير الاعلام العربي، 2017)، و بمقارنة تلك الإحصائيات مع نتائج المسح الميداني حول استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي لدى المواطنين والمقيمين، وطبيعة استخدامهم لتلك الوسائل داخل دولة الإمارات العربية المتحدة الصادر عن الهيئة الاتحادية للتنافسية والإحصاء والمنشور في جريدة البيان في سنة 2017، حيث تربح تطبيق الواتس آب (WhatsApp) على رأس القائمة بنسبة بلغت (97%) والذي يعتبر أكثر استخداماً، تبعه فيسبوك (Facebook) بنسبة بلغت (89%)، و اليوتيوب وصلت نسبة استخدامه (73%)، وسناب شات (Snapchat) (27%)، و لينكد إن (16%)، هذا ومن الجدير بالذكر وبحسب هذا المسح أنّ الفئة العمرية بين 18-21 سنة كانت هي الأكثر استخداماً. (صحيفة البيان، 2017)

وسائل التواصل الاجتماعي

تُعرّف وسائل التواصل الاجتماعي بأنها: ("منظومة من الشبكات الإلكترونية المعتمدة على الإنترنت، وهي عبارة عن مجتمعات افتراضية تفاعلية تضم أفرادًا أو جماعات أو مؤسّسات، حيث يستطيع المستخدم فيها إنشاء حساب وموقع خاص به، ومن ثمّ ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات، أو ربطه مع الأصدقاء، وتتيح وسائل التواصل الاجتماعي لمستخدميها ميزة إنشاء مدونات إلكترونية، وإجراء المحادثات والحوارات، وإرسال واستقبال الرسائل، ومشاركة الصور ومقاطع الفيديو والملفات مع الآخرين، والمشاركة بإبداء الآراء والتعليق والرد والإضافة والتغيير والتدوين والنشر، من دون التقييد بوقت أو مكان جغرافي معين") (الشهري، 2008).

وتعدّدت وسائل التواصل الاجتماعي، واختلفت بالمضمون والشكل، ولكن أهم تلك الوسائل هي فيسبوك (Facebook) والذي أنشئ في أكتوبر 2003 وبعد الإقبال الكبير عليه تم تحويله إلى موقع تواصل اجتماعي اعتبارًا من يوم 4 فبراير 2004. وتطبيق واتس آب (WhatsApp) الذي أطلق في عام 2005 وتويتر (Twitter) والذي أُتيح للجمهور بنهاية 2006، ويوتيوب (YouTube) في سنة 2006 كما تم إطلاق انستغرام (Instagram) التابع للفيسبوك في عام 2010، وأخيرًا سناب تشات (Snapchat) الذي أطلق في العام 2011. (عيساني، 2014).

تطور وسائل التواصل الاجتماعي في الاتصال الحكومي:

لقد كان لظهور وسائل التواصل الاجتماعي وتكنولوجيا المعلومات أثرًا مباشرًا على المجتمعات والحكومات، حيث مكّن الحكومات من استخدامها كأدوات تساعدها على التفاعل والتواصل مع الجمهور بشكل آني ومباشر ومستمر، الأمر الذي أدّى إلى مشاركة وتبادل الأفكار بين الحكومة والجمهور، بالإضافة إلى رصد ردود الأفعال وتجميع وتحليل الآراء والمقترحات والاطلاع من جميع أفراد وفئات ومختلف شرائح المجتمع، وساهمت بزيادة مصداقية الحكومات وذلك بسبب التواصل المباشر معهم.

لقد ظهرت وسائل التواصل الاجتماعي تحديدًا سنة 1995، مع إطلاق موقع (Classmates.com)، والذي صممه راندي كونراد (Randy Conrads)، ليكون الرابط الذي يجمعه مع

وهذه التباينات، تقودنا إلى ضرورة انتباه مدراء إدارات الاتصال الحكومي في الجهات الحكومية إلى أهمية وسائل التواصل الاجتماعي، وأهمية معرفة المهتمين فيها، وفئاتهم العمرية، بغرض تحقيق اتصال أكثر فاعلية بين الجهات الحكومية والاتحادية ومتعاملليها.

مفهوم الاتصال الحكومي:

يعرّف الاتصال الحكومي بأنه: ("مجموعة من الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها، وتنقذها الجهات الحكومية، تستهدف بها جمهور معين لتزويده بمعلومات محددة وتشرح له السياسات والتوجهات والقرارات الحكومية؛ لتعزيز الثقة والتواصل بين الأطراف ذات العلاقة") (موسوعة الإدارة العامة، 2020).

وتتجلى أهمية الاتصال الحكومي، لكونه يعمل على إيصال رأي الجهات الحكومية للجمهور الداخلي، كما يعمل في نفس الوقت على تحسين صورتها الخارجية، وقد يتخذ الاتصال الحكومي شكل من أشكال التواصل مع الجهات والمؤسسات الأخرى، أو قد يتخذ شكل التواصل مع الجمهور، وقد يكون خليطًا بينهما (البوسميط، 2016). ومن الجدير بالذكر أنّ الاتصال الحكومي مرّ بثلاث مراحل نجملها فيما يلي:

المرحلة الأولى: بدأت في سبعينيات القرن الماضي، حيث تميّز الاتصال الحكومي خلال تلك الفترة بالتركيز على إعلام المواطنين بالسياسات والقرارات والإجراءات الحكومية وتوجيههم بصورة مباشرة، وفي سبيل ذلك تمّ الاعتماد على وسائل الإعلام والمؤتمرات الصحفية.

المرحلة الثانية: فكانت بدايتها في ثمانينيات القرن المنصرم وبداية التسعينيات، وتميز الاتصال الحكومي في تلك الفترة باعتماده على الحوار المتبادل مع الجمهور المستهدف، وإشراك المواطنين في صناعة القرارات قبل اتخاذها.

المرحلة الثالثة: فقد جاءت في نهاية التسعينيات وما زالت مستمرة إلى الآن، واتخذت الاتصال الحكومي من التفاوض مع الجمهور ميزة لها، وكذلك تميّزت هذه المرحلة بأنها جاءت بتشكيل وتأسيس شبكات وتنظيمات اجتماعية، منحت الجمهور فرصة امتلاك زمام المبادرة في التواصل مع الجهات الحكومية، والتعبير عن متطلباته وعرض وجهة نظره في الخدمات المقدمة والإجراءات المتبعة. وكان من أهم الأسباب في ذلك هو بروز دور وسائل التواصل الاجتماعي. (عايش، وعباد، ورضوان، والربيعان، 2020).

وبالتوازي مع إصدار الأدلة التي تدعم تطوير وتعزيز دور الاتصال الحكومي، تم إطلاق برنامج "دبلوم خبراء الاتصال الحكومي" بهدف بناء قدرات ومهارات الكوادر الوطنية؛ لتصبح مؤهلة ومتخصصة علمياً ولتتمكن من المساهمة بشكل فعال في تحقيق أهداف الاتصال الحكومي.

منهجية الدراسة

تم تنفيذ دراسة ميدانية تم تصميم استراتيجيتها انطلاقاً من فهم وتحليل الأدبيات المتعلقة بموضوع الدراسة، بالتطبيق على الجهات الحكومية الاتحادية في دولة الإمارات العربية المتحدة، وربط نتائج استجابات المبحوث عليهم بما توصلت إليه الدراسات السابقة، و لفهم دور وسائل التواصل الاجتماعي على الجهات الحكومية الاتحادية في دولة الإمارات العربية المتحدة؛ فقد تم استخدام المنهج المزدوج (Mixed Methods) بالدمج بين المنهج الكمي والنوعي، والذي يمكن من خلاله وصف الظاهرة قيد الدراسة بطريقة أكثر عمقاً، و للوقوف على مدى اهتمام الجهات الحكومية وحرصها على التواجد على وسائل التواصل الاجتماعي .

وقد تم اختيار العينة الكمية، من الفئة المعنية رسمياً بمتابعة ورصد حسابات وسائل التواصل الاجتماعي في الجهات الحكومية الاتحادية في دولة الإمارات العربية المتحدة، وهم إجمالي ممثلي إدارات الاتصال الحكومي من كافة الجهات الحكومية التابعة للحكومة الاتحادية في دولة الإمارات العربية المتحدة وعددها (56) جهة حكومية. وبالتالي فإن مجتمع الدراسة يتشكل من الجهات الحكومية الاتحادية، وكانت الاستجابة للاستبانة بنسبة %82.1، بإجمالي 46 جهة حكومية.

أما العينة النوعية، كانت عبارة عن مقابلات فردية شبه منظمة، وذلك من خلال تحديد الأسئلة وإعدادها بصورة مسبقة، مع ثماني شخصيات بارزة ومتخصصة وخبراء في مجال الاتصال الحكومي ومتابعة وسائل التواصل الاجتماعي، وتم ترك محور الطرح بما يتناسب مع الموقف أثناء المقابلة مع العينة.

وتم اللجوء إلى أداة الاستبانة الالكترونية، والتي صممت بإجمالي (20) عبارة مقسمة، لبيانات ديموغرافية: وعددها (6) عبارات، وعبارات مغلقة تتعلق بالرد عن أسئلة الدراسة، وعددها (12) عبارة، وأسئلة مفتوحة، وعددها (2)، وذلك بعد الاطلاع على الأدبيات المتعلقة بموضوع الدراسة. وأما

زملائه في الدراسة. وفي عام 1997، ظهر موقع جديد باسم (SixDegrees.com) حيث ركز هذا الموقع على الروابط المباشرة بين المستخدمين، وبعدها بدأت وسائل التواصل الاجتماعي تتخذ عالمية أكبر، بعد انطلاق موقع فيسبوك، وتويتر واليوتيوب، وغيرهم من وسائل التواصل الاجتماعي. (خالد، 2008).

وفي دولة الإمارات العربية المتحدة، تزايد الاهتمام باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الجهات الحكومية مع إطلاق الحكومة الإلكترونية، والحكومة الذكية بعد ذلك، ولعل من أهم الأسباب التي دفعت الجهات الحكومية للاهتمام بوسائل التواصل الاجتماعي بسبب أنّ أول عصفٍ ذهني "Brain-storming"، عقدته حكومة دولة الإمارات العربية المتحدة في العام 2015، حيث تم الاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي في جمع المعلومات من الرأي العام الإماراتي، فكان ذلك بمثابة تدشين رسمي لاستخدام وسائل الاتصال الحكومي في الجهات الحكومية.

بالإضافة إلى ذلك، فإن صاحب السمو الشيخ محمد بن راشد آل مكتوم نائب رئيس دولة الإمارات العربية المتحدة ورئيس مجلس الوزراء حاكم دبي، كان قد استخدم وسائل التواصل الاجتماعي في أكثر من مرة؛ تلبيةً لاحتياجات المواطنين، وهو بذلك قد أعطى مؤشراً للمسؤولين والجهات الحكومية حول مكانتها المستقبلية وأهميتها ودورها، وبالتالي استطاعت وسائل التواصل الاجتماعي فرض نفسها كأحد أدوات التواصل الحكومي في دولة الإمارات العربية المتحدة.

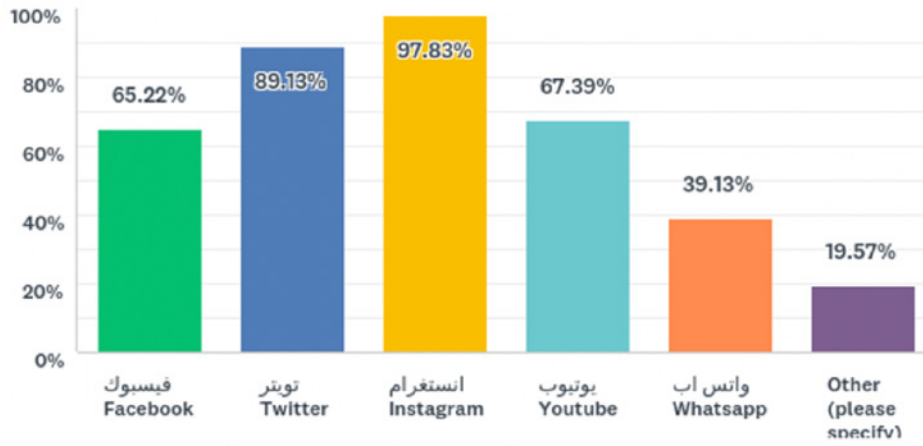
وانطلاقاً من استشراف حكومة دولة الإمارات لأهمية وسائل التواصل الاجتماعي، كإحدى أدوات التواصل الفعال والمباشر مع أفراد المجتمع، ولضمان تحقيق أفضل أساليب التواصل؛ فقد تم إصدار (دليل الاتصال الحكومي، 2017) من خلال مكتب اتصال حكومة الإمارات بالأمانة العامة لمجلس الوزراء في دولة الإمارات العربية المتحدة، وحدد ذلك الدليل أنشطة الاتصال الحكومي في الأغراض التالية:

- توضيح موقف رسمي.
- نقل رسالة للمجتمع.
- الإعلان عن سياسات ومبادرات.
- الترويج لقيم وسلوكيات.
- التوعية بخدمة حكومية.

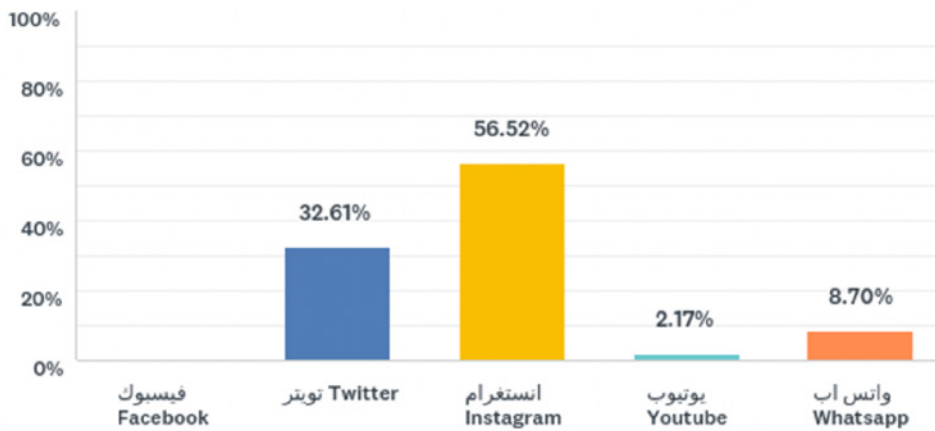
بطاقة المقابلات فتم تصميمها من (10) أسئلة مفتوحة ترتبط بشكل مباشر بالأسئلة المغلقة في الاستبانة، و(3) عبارات للبيانات الديموغرافية. وقد أجريت المقابلات الفردية للعينة المختارة في مواقع مختلفة، بعد الاتصال الهاتفي والاتفاق وتحديد المواعيد، مثل، مقر عمل الأشخاص، والملتقيات الرسمية مثل، المنتدى الدولي للاتصال الحكومي في الشارقة.

استنتاجات الدراسة

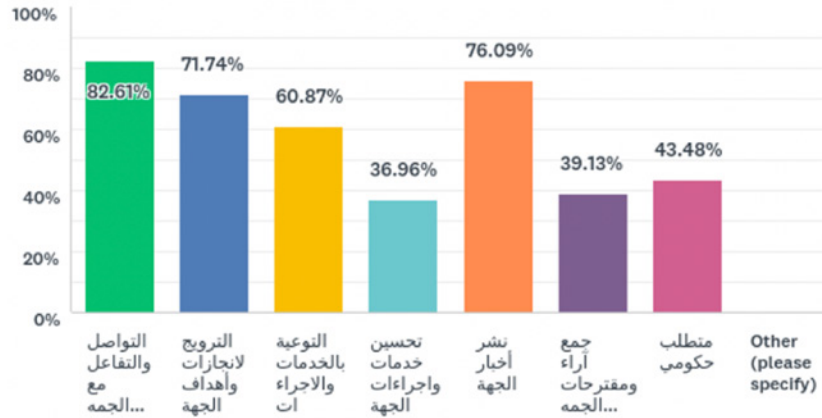
بعد جمع البيانات وتحليلها وفق منهجية علمية، فقد كشفت أن جميع الجهات الحكومية الاتحادية التي شملتها الدراسة تمتلك حسابات على وسائل التواصل الاجتماعي، كما أن النتائج (الشكل 4) بينت أن وسائل التواصل الاجتماعي التالية: تويتر وانستغرام وفيسبوك ويوتيوب بالإضافة إلى واتس اب، جميعها مستخدمة في الجهات الحكومية الاتحادية، ولكن بنسب مختلفة لكل وسيلة، حيث جاء انستغرام (الشكل 5) على رأس قائمة الاستخدام. كذلك جاءت النتائج لتضع انستغرام على رأس قائمة الوسائل الأكثر فاعلية من وجهة نظر الجهات الحكومية الاتحادية. و بينت الدراسة أن الجهات الحكومية تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي لتحقيق أهداف متعددة، حيث كان هدف التفاعل و التواصل مع الجمهور يعتلي قمة هرم أولويات تلك الجهات (الشكل 6)، ومن ثم تلاه هدف نشر أخبار الجهة، و بعده ترتيبا جاء هدف الترويج لإنجازات الجهة.



الشل 4: وسائل التواصل الاجتماعي المستخدمة في الجهات الحكومية الاتحادية بدولة الإمارات

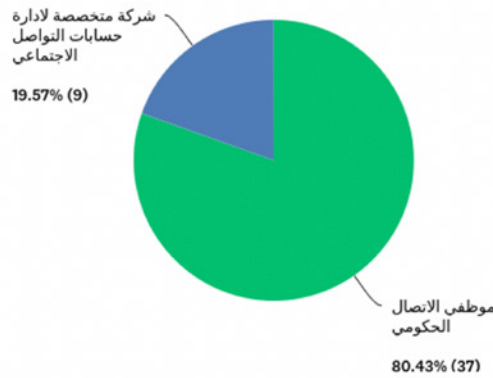


الشكل 5: الوسيلة الأكثر فاعلية بالنسبة للجهات الحكومية الاتحادية بدولة الإمارات



الشكل 6: أهداف استخدام جهتك لوسائل التواصل الاجتماعي

أما بالنسبة لإدارة حسابات التواصل الاجتماعي في الجهات الحكومية الاتحادية، فقد أكدت النتائج (الشكل 7) أن معظم الحسابات تدار من قبل موظفي الجهات الحكومية الاتحادية وبنسبة 80%، مقابل 20% من حسابات الجهات الحكومية الاتحادية تدار من قبل الشركات المتخصصة.



الشكل 7: إدارة حسابات الجهات الحكومية في وسائل التواصل الاجتماعي

وما يميّز إدارة الجهات لحساباتها هو تمكين الموظفين في وظائفهم واكتسابهم لمهارات وظيفية وشخصية مهمة، والسبب وراء عدم استعانة بعض الجهات الحكومية بشركات متخصصة؛ يعود إلى عدم وجود ميزانية مخصصة، حيث تبين من الدراسة أن من التحديات التي تواجهها إدارات الاتصال الحكومي ضعف الميزانيات المخصصة لها.

وأكدت نتائج الاستبانة بأن وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت ضرورة وقناة أساسية للتفاعل مع الجمهور، وعلى مساهمتها في تفعيل وتسريع التواصل مع الجمهور وأصبح لها دور في تحسين الخدمات الحكومية وزيادة وعي الجمهور وثقيفه. وقد اختلفت العينة النوعية مع العينة الكمية، في رؤيتهم حول أي الوسائل أكثر فاعلية وتأثير وأياً لها الدور الأهم للجهات الحكومية، حيث ترى العينة النوعية، أن تويتر هو الأكثر أهمية والدور الفاعل، وفي المقابل تعتقد العينة الكمية أن إنستغرام هو الوسيلة الأهم وصاحبة الدور المؤثر، والعوامل التي تقف وراء اختلاف النتيجة إلى:

1. أن من يديروا الحسابات الحكومية غالباً منهم من فئة الشباب الذين يفضلون استخدام الصور أكثر من النصوص المكتوبة.
2. بالنسبة للعينة النوعية فإنهم يتمتعون بخبرات علمية وعملية، وبحكم أن متخصصين ومتابعين لهذه الوسائل فإن الباحث يعتقد أن سبب تفضيلهم لتويتر يأتي لأن كبار القيادات الحكومية يستخدمون تويتر لنشر رسائلهم ومن ثم تنقلها الوسائل الأخرى.
3. الجمهور أصبح يفضل الاطلاع على المحتوى الذي يعتمد على الصور والرسومات وانفوغرافيك والفيديوهات القصيرة.

التوصيات

بناءً على الاستنتاجات السابقة فإنه يوصى بما يلي:

1. يوصى بوجود قسم في الهيكل التنظيمي للجهة الحكومية، أو وظائف متخصصة في وسائل التواصل الاجتماعي؛ وذلك نظراً لما أثبتته الدراسة بأن هذه القنوات باتت مهمة؛ لخلق التفاعل المشترك بين الجهات والجمهور، بل وتطوير الخدمة التي تقدمها، ذلك أن اهتمام الجمهور في وسائل التواصل الاجتماعي أصبح كبيراً جداً، و يتوسع عاما بعد عام، وهذا يفرض على الجهات الحكومية أن تكون مرنة ورشيقة، بتبني وسائل التواصل الاجتماعي، وإدماجها ضمن إجراءاتها وسياساتها، خصوصا في عصر ينحصر فيه الإعلام التقليدي لصالح توسع وسائل التواصل الاجتماعي، و خلق مثل هذه الوظائف، يفرض على الحكومة الجهات الحكومية أن تكون أكثر رشاقة ومرونة، من حيث خلق عقود توظيف رشيقة للاستفادة من خبرات ومهارات صناع المحتوى الذين يعملون بشكل مستقل وحر، بالإضافة إلى، خلق برامج تدريبية داخلية او خارجية، لتطوير مهارات الموظفين العاملين بالجهات الحكومية وفي إدارات الاتصال المؤسسي لتبني كل جديد في هذا العلم المتطور .
2. يوصى بأن يكون للجهات الحكومية تواجد في وسائل التواصل الاجتماعي، وان تولي اهتماما أكبر إلى انستغرام و تويتر، و يوصلا بأن تتعدد باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي ؛ نظراً لاختلاف استخدام الجمهور لها، وأن يتفاعلوا معها وألا يتجاهلوا ملاحظاتهم. ذلك أن وجود وسائل التواصل الاجتماعي في الجهات الحكومية لم يعد رفاهية، بل هي قنوات تفاعلية لتطوير الخدمة، وقياس مدى رضا الجمهور على الخدمة التي تقدمها، ويوصى بأن يتم تصميم المحتوى بما يتناسب مع كل وسيلة من وسائل التواصل الاجتماعي، وبما يتناسب مع جمهور ومستخدمي كل وسيلة من وسائل التواصل الاجتماعي، ليتم إيصال الرسالة بما يتناسب وتفضيلات ذلك الجمهور؛ فتكون الرسالة أكثر قبولا.
3. يوصى بضرورة وضع معايير؛ لقياس مدى فعالية حسابات الجهات الحكومية على وسائل التواصل الاجتماعي، لقياس مدى تفاعل الجهات مع الجمهور من خلالها. وأن يتم تضمين تلك المعايير في منظومة التميز الحكومي لدولة الإمارات العربية المتحدة، لأن ما اظهرته هذه الدراسة من نتائج بشأن مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في تحسين الخدمات الحكومية وتطوير الإجراءات؛ وبالرغم من أن الإجابة وصلت إلى 78% من أنها تسهم (بشكل كبير) و (بشكل كبير جدا) في تطوير الخدمات الحكومية و الإجراءات، إلا أنه من الضروري بمكان أن يتم اشراك 22% المتبقين؛ للاستفادة من مخرجات و سائل التواصل الاجتماعي في تطوير الخدمات في جهاتهم الحكومية.
4. يوصي بالنسبة للجهات التي تعتمد على شركات متخصصة في إدارة وسائل التواصل الاجتماعي، الاستفادة من خبرة تلك الشركة ونقل معارفها وخبراتها إلى الموظفين وإكسابهم المهارات المطلوبة، وذلك استناداً إذا ما قررت الجهة الحكومية فسخ العقد لأي سبب كان مع تلك الشركات، أو قررت الشركة ترك العمل بمقل هذه الحالة فإن "ثقافة" المكان والمعلومات النظرية ينبغي أن تكون متوفرة عند الموظفين.

المراجع:

1. البوسميط، ع. (2016). الاتصال الحكومي المؤسسي (الإصدار ط1). دبي: دار كتاب للنشر والتوزيع.
2. خالد، س. (2008). ثقافة مواقع التواصل الاجتماعي والمجتمعات المحلية. قطر: دار المتنبّي للنشر.
3. الشهري، ع. ف. (2008). الشبكات الاجتماعية وأثرها للمراهقين. جريدة الرياض، العدد 14776.
4. عيساني، ر. ا. (2014). مدخل إلى علم الاتصال (الإصدار ط 1). دبي: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع.
5. عايش، م. ا.، عياد، خ.، رضوان، أ. ف.، & الربيعان، س. (2020). الاتصال الحكومي النظرية والتطبيق. الشارقة: المكتب الإعلامي لحكومة الشارقة.
6. موسوعة الإدارة العامة. (2020, 02 13). government communication. تم الاسترداد من Encylopedic Dictio- nary Public Administration: http://www.dictionnaire.enap.ca/Dictionnaire/docs/definitions/definitions_anglais/government_communication.pdf
7. تقرير الاعلام العربي. (2017). دبي: كلية محمد بن راشد للإدارة الحكومية.
8. صحيفة البيان. (2017, يناير 26). حسب استطلاع للهيئة الاتحادية للتنافسية والإحصاء. Retrieved from <https://www.albayan.ae/five-senses/east-and-west/2017-01-26-1.2838473> البيان:

كلية محمد بن راشد للإدارة الحكومية

كلية محمد بن راشد للإدارة الحكومية هي مؤسسة بحثية وتعليمية متخصصة في السياسات العامة. تأسست عام 2005 برعاية كريمة من صاحب السمو الشيخ محمد بن راشد آل مكتوم نائب رئيس الدولة، رئيس مجلس الوزراء وحاكم دبي. تهدف الكلية إلى تعزيز قدرات المؤسسات الحكومية على اعتماد سياسات عامة فعالة في دولة الإمارات العربية المتحدة والمنطقة العربية.

وسعيًا لتحقيق هذا الهدف، تتعاون الكلية مع مؤسسات دولية فيما يتعلق بالبحوث وبرامج التدريب. بالإضافة إلى ذلك، تنظم الكلية منتديات ومؤتمرات دولية لمناقشة السياسات العامة وتيسير تبادل الأفكار واستمرار الحوار على المستويين الوطني والإقليمي.

تلتزم الكلية بإنتاج المعرفة ونشر أفضل الممارسات وتدريب صنّاع السياسات في الدولة والمنطقة. ومن أجل تحقيق هذا الهدف، تسعى الكلية لتطوير قدراتها لدعم برامج البحوث والتدريس بما فيها:

- بحوث تطبيقية في السياسات العامة والإدارة العامة
- ماجستير في السياسات العامة والإدارة العامة
- التعليم التنفيذي لكبار المسؤولين والمدراء
- منتديات المعرفة التي يقدمها الخبراء وصنّاع السياسات

الشكر والتقدير لفريق العمل

التأليف: قام طلاب كلية محمد بن راشد للإدارة الحكومية بتأليف السلسلة. حقوق الطبع محفوظة للمؤلفين.

- التحرير: لمى زفزق، باحثة مشاركة في كلية محمد بن راشد للإدارة الحكومية
- فريق الإنتاج: إنجي شبل | أمل السيسي | غيث يكن | شعيب كنوث

للتواصل:

للمزيد من المعلومات حول المحتوى، برجاء التواصل مباشرة مع الطالب عن طريق البريد الإلكتروني الموضح على الغلاف. للمعلومات العامة أو التعليق على تمرين تحليل السياسات والمطبوعات، برجاء التواصل عبر البريد الإلكتروني:

PAE@mbrsg.ac.ae



كلية محمد بن راشد
للإدارة الحكومية
MOHAMMED BIN RASHID
SCHOOL OF GOVERNMENT

Mohammed Bin Rashid School of Government

Convention Tower, Level 13, P.O. Box 72229, Dubai, UAE
Tel: +971 4 329 3290 - Fax: +971 4 329 3291
www.mbrsg.ae - info@mbrsg.ae



نص إخلاء مسؤولية

الآراء المعبر عنها في ملخص السياسات هذا هي آراء المؤلف أو المؤلفين ولا تعكس بالضرورة آراء كلية محمد بن راشد للإدارة الحكومية.

© كلية محمد بن راشد للإدارة الحكومية والمؤلف