

أساليب وممارسات المشاركة الإلكترونية والتواصل الاجتماعي في الجهات الحكومية دولة الإمارات العربية المتحدة نموذجا

د.ميرهان محسن طنطاوي*

المقدمة:

هدفت إستراتيجية الحكومة الإلكترونية لدولة الإمارات العربية المتحدة لتطوير خدماتها عبر الاستفادة الإستراتيجية من التقنيات الذكية لتحقيق ممارسات عملية في ظل الحكومة الذكية من خلال تحسين جودة الخدمات المعلوماتية، وتمكين الخدمات لتصبح أكثر تفاعلية، تقديم تطبيقات وخدمات تتسم بالسلاسة والتفاعلية والذكاء بهدف إجراء تحول نوعي في الأسلوب المتبع في المؤسسات الحكومية، وذلك سعياً لتحقيق رضا المستخدمين عبر التفاعل مع المنظمات الحكومية بشكل مبتكر من خلال ما يعرف بـ "المشاركة الإلكترونية"⁽¹⁾.

وتعكس المشاركة الإلكترونية الصورة المنشودة عن دولة الإمارات العربية المتحدة، حيث حققت الدولة المركز التاسع في الترويج للحكومة الذكية بين مختلف شرائح المجتمع، وانتقلت الإمارات في مؤشر المشاركة الإلكترونية من المركز 32 في عام 2016 إلى المركز 17 في 2018، محققة تقدماً بلغ 15 مركزاً عالمياً بحيث أصبحت في المركز الأول خليجياً وعربياً وإقليمياً. وتفوقت دولة الإمارات في المشاركة الإلكترونية على كل من السويد وأيرلندا وألمانيا وكندا وإستونيا.

ويعد مؤشر المشاركة الإلكترونية أحد المعايير التكميلية لاستبيان الأمم المتحدة، وقياس الإجراءات المتبعة في كل دولة لإشراك المواطنين في صنع السياسات والقرارات الحكومية وتطوير الخدمات العامة، ويتم ذلك من خلال ثلاث مستويات: تبدأ بمستوى توفير المعلومات، ثم مستوى المشورات الجماهيرية، وبعد ذلك مستوى اتخاذ القرارات بناء على نتائج المشورات والمشاركات الجماهيرية⁽²⁾.

وتحرص دولة الإمارات العربية المتحدة من خلال أيقونة "المشاركة الإلكترونية" في أغلب المواقع الإلكترونية الخاصة بالوزارات والهيئات الحكومية لتحفيز الجمهور على الحوار والتفاعل بشأن كافة الجوانب التي تسهم في تحقيق السعادة المستدامة، وذلك لتمكين العملاء والزوار من الاتصال إلكترونياً والمشاركة في تقديم وجهات نظر وردود أفعال أو شكاوى ومقترحات من أجل تحقيق التحسن المنشود.

*مدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان كلية الإعلام وفنون الاتصال - جامعة فاروس

وفي إطار التحول إلى الحكومة الذكية حرصت دولة الإمارات العربية المتحدة على توظيف وسائل التواصل الاجتماعي، للتفاعل مع جمهورها في الجهات والشركات الحكومية، باعتبار الجمهور محورا أساسيا لتطوير السياسات والإستراتيجيات وأيضا عملية صنع القرار في ظل الحكومة الذكية، ونظرا لشعبية مواقع التواصل الاجتماعي في دولة الإمارات العربية المتحدة وإقبال جمهور المستخدمين على التفاعل معها ؛ أطلقت العديد من الجهات والشركات الحكومية عددا متنوعا من التطبيقات وأدوات ووسائل المشاركة الإلكترونية لتلبي حاجات وتطلعات الجمهور، وسعيا للوصول إلى رضاهم من خلال جودة الخدمات المقدمة.

وقد أدى ظهور مواقع التواصل الاجتماعي إلى تغيير كامل في الأدوار التي تقوم بها المنظمات والمؤسسات بشكل عام، والمنظمات الحكومية تحديدا، حيث أصبحت أكثر انفتاحا على جمهورها وكأثر تفاعلا معه، وبدأ مفهوم جديد في العلاقة بين المنظمة وجمهورها وهو "التشاركية" بحيث أصبح الجمهور شريكا أساسيا في المنظمة، وفي عملية اتخاذ القرار من خلال تفعيل دوره في المنظمة عبر وسائل التواصل الاجتماعي على تنوعها واختلافها من خلال أدوات المشاركة الإلكترونية .

ولاشك أن من أبرز إيجابيات المشاركة الإلكترونية بالنسبة للجهات الحكومية هي: زيادة فرص الوصول إلى المتعاملين وتفعيل دورهم في المشاركة بشكل أساسي في صنع القرار، وتهدف هذه الدراسة لرصد وتحليل أدوات ووسائل المشاركة الإلكترونية المستخدمة في الجهات الحكومية في دولة الإمارات العربية المتحدة لإدارة حساباتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي وبخاصة في ظل التوجه نحو الحكومة الذكية التي تتيح للمتعاملين فيها التفاعل مع الجهة الحكومية وخدمتها على مدار الساعة .

الكلمات المفتاحية: المشاركة الإلكترونية، وسائل التواصل، المنظمات والهيئات الحكومية في دولة الإمارات العربية.

الإطار النظري للدراسة:

المشاركة الإلكترونية:

إن المشاركة الإلكترونية تدعم الاتصالات بين الحكومات والمواطنين وتمكن المواطنين ليكونوا أكثر انغماسا في عملية صنع القرار، فالمواطنون يرتبطون بالمواقع الإلكترونية للحكومات من خلال خدمات المشاركة الإلكترونية المقدمة عبر المواقع، ومن ثم فالمواطنون يمكنهم استخدام الأدوات المتاحة في المواقع الإلكترونية للحكومات للتعبير عن آرائهم ومقترحاتهم ؛ وتعرف المشاركة الإلكترونية E-Participating بأنها: "استخدام التكنولوجيا لدعم المشاركة بين مختلف أصحاب المصالح والحكومات"⁽³⁾.

كما تعرف أيضا بأنها "عملية إشراك المواطنين والمتعاملين من خلال تقنيات المعلومات والاتصالات في آليات العمل الحكومي من حيث تصميم وتنفيذ وتقييم السياسات والخدمات، وكذلك المشاركة في صنع القرار لجعل الإدارة الحكومية تشاركية وشاملة وتعاونية وهادفة من أجل تحقيق رضا المتعاملين وسعادتهم".

ويشير إلى التوسع السريع في المشاركة الإلكترونية كأداة للمشاركة وتعزيز التعاون بين الحكومات والمواطنين. هدفها هو تحسين الوصول إلى المعلومات والخدمات العامة، وكذلك تعزيز المشاركة في صنع السياسات، سواء من أجل تقوية مصلحة المواطنين المجتمع ككل(4).

وتصنف دولة الإمارات العربية المتحدة ضمن الدول الرائدة عالميا في مجال المشاركة الإلكترونية، حيث يضعها مؤشر الأمم المتحدة للحكومة الإلكترونية ضمن المركز 13 عالميا وفق مقياس المشاركة الإلكترونية، ويعكس ذلك الممارسات المتقدمة للمشاركة الإلكترونية للقطاع الحكومي في الدولة، وفي النتيجة الإجمالية للتقرير المؤلف من 10 مؤشرات رئيسية وأكثر من ثلاثين مؤشرا فرعيا، احتلت دولة الإمارات العربية المتحدة المركز الأول عربيا. وتقدمت في الترتيب العالمي للمؤشر الإجمالي بواقع 6 درجات مقارنة مع العام الماضي، حيث انتقلت من المركز 40 إلى المركز 34.

ولعل أبرز مثال على ذلك هو: حملة "العصف الذهني إماراتي" التي نظمت في نهاية عام 2013، حيث أطلق صاحب السمو الشيخ محمد بن راشد آل مكتوم نائب رئيس الدولة، رئيس مجلس الوزراء حاكم دبي عبر حسابه على تويتر وفيس بوك؛ حملة إلكترونية طلب فيها من الجمهور مشاركة الحكومة في تطوير قطاعي الصحة والتعليم، وتزويدها بالأفكار والاقتراحات.

وتتنوع أدوات المشاركة الإلكترونية والتواصل الاجتماعي المتاحة للجهات الحكومية والتي تتنوع من حيث طبيعة الاستخدام، والجمهور المستهدف، ومدى الإقبال عليها وهناك أسلوبان لتصنيف أدوات التواصل الاجتماعي أولهما:

❖ **شبكات التواصل الاجتماعي:** يتم من خلالها نشر محتوى ومضامين خاصة بالجهة الحكومية للتواصل مع المستخدمين مثل: فيس بوك، لينكد إن، تويتر.

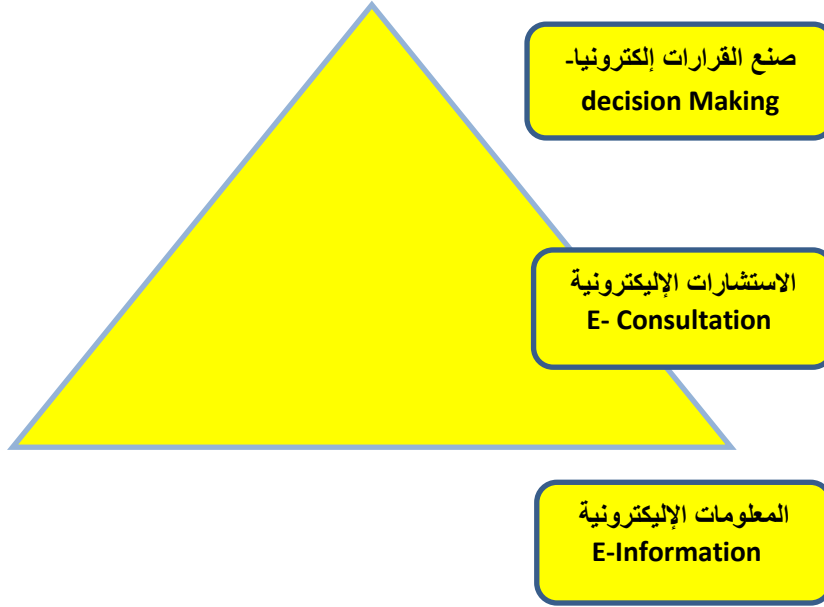
❖ **شبكات مشاركة الوسائط المتعددة** ويتم من خلاله نشر الصور ومقاطع الفيديو أو الصوت ومشاركتها مع الآخرين مثل: اليوتيوب والإنستغرام وسناب شات .

❖ **المدونات:** وهي مواقع أو تطبيقات توفر للمستخدم نظاما لإدارة المحتوى من أجل إضافة ونشر المحتوى الخاص به، ومشاركته مع متصفح الموقع أو التطبيق مثل بلوجر، تمبلر، وورد برس.

- ❖ **تطبيقات العمل التشاركي:** وهي مواقع وتطبيقات تسمح لمستخدميها بتحرير الوثائق والمستندات بشكل تشاركي ومتزامن مثل: مستندات جوجل، وتقنيات ويكي.
- ❖ **أدوات النقاش** وهي مواقع وتطبيقات مصممة أساساً لتيسير الحوار والنقاش بين المشاركين .

وتعتمد الأمم المتحدة في دراستها للحكومة الإلكترونية نموذجاً من ثلاثة مراحل للمشاركة الإلكترونية كما يلي:

- ❖ **المعلومات الإلكترونية: (E-information)** وذلك من خلال تزويد الجمهور بالمعلومات عبر شبكات التواصل الاجتماعي، والنشرات الإلكترونية، والمدونات، وهو اتصال في اتجاه واحد.
- ❖ **الاستشارات الإلكترونية: (E-Consultation)** وتهدف لإشراك الجمهور بفعالية بأرائهم حول الخدمات والسياسات العامة والحصول على آرائهم، ويتم ذلك من خلال منتديات الحوار وأدوات العمل التشاركي، وأدوات استطلاع الرأي، وأدوات التصويت، وهو اتصال في اتجاهين.
- ❖ **صنع القرارات إلكترونياً: (E- Decision Making)** من خلال إشراك الجمهور في اتخاذ القرارات الحكومية من خلال منتديات الحوار، وأدوات العمل التشاركي، وأدوات استطلاع الرأي، وأدوات التصويت.
- ❖ وثمة تداخل بين هذه المراحل الثلاثة وبخاصة بين مرحلتي الاستشارات وصنع القرار إلكترونياً، مما يعني إمكانية استخدام نفس الأدوات (5).



شكل رقم (2)

نموذج المشاركة الإلكترونية من الأمم المتحدة

وتهدف المشاركة الإلكترونية لتحقيق العديد من الأهداف ومنها: توظيف سبل التكنولوجيا المتاحة لدعم الجمهور النشط، ولتمكين المنظمات للوصول إلى الجمهور العريض، وتمكين مساهمات ومشاركات المواطنين من أن تكون متاحة من خلال توفير معلومات يسهل الوصول إليها وفهمها من قبل الجمهور المستهدف، كما إن المشاركة الإلكترونية تعمل على جعل المواطنين أكثر ارتباطاً بعملية صنع القرار في الجهات التي تمثلهم وتعدهم شريكاً أساسياً فيها، كما إنها تجعل من عملية صنع القرار عملية، أكثر سهولة من خلال استخدام تكنولوجيا الاتصالات⁽⁶⁾.

وتشمل أبعاد المشاركة الإلكترونية: مرحلة صناعة القرار، ومستوي المشاركة الإلكترونية، ودور مشاركة أصحاب المصالح، وقواعد المشاركة، والمشاركة المستدامة، وإمكانية الوصول، والمصادر، والتقييم والمخرجات، ونطاق المشاركة الإلكترونية والتي تتضمن كافة الأدوات التي يمكن توظيفها كقنوات للاتصال والمشاركة ومن هذه الأدوات أجهزة المحمول، الهواتف الذكية وغيرها، وأخيراً عوامل النجاح المحورية⁽⁷⁾.

وتقوم المشاركة الإلكترونية على ثلاث مستويات: تبدأ بتوفير المعلومات للناس عبر قنوات إلكترونية في إطار من الشفافية والتفاعل، ويقوم المستوى الثاني على إطلاق المشورات الجماهيرية لأخذ آراء الناس وتوقعاتهم بشأن كيفية تطوير الخدمات والسياسات الحكومية، وفي المستوى الثالث يأتي اتخاذ القرارات. وقد برهنت دولة الإمارات من خلال بوابتها الرسمية للمشاركة (شارك.إمارات) أنها تطبق هذه المستويات الثلاث بكفاءة.

وأبرز مثال على تميز المشاركة الإلكترونية في دولة الإمارات العربية المتحدة هو: تجربة صاحب السمو الشيخ محمد بن راشد آل مكتوم نائب رئيس الدولة رئيس مجلس الوزراء حاكم دبي، وإطلاقاته المتواصلة على الناس عبر قنوات التواصل الاجتماعي، ودعوته لهم بالمشاركة في مختلف القضايا ذات الاهتمام العام، ومن الأمثلة الحديثة على هذا الأمر دعوة سموه للجمهور بالمشاركة في رسم مستقبل دولة الإمارات من خلال الأفكار والآراء التي سيتم إدراجها ضمن العصف الذهني لاجتماعات سبتمبر الحكومية⁽⁸⁾.

وسائل التواصل الاجتماعي أبرز أدوات المشاركة الإلكترونية في دولة الإمارات العربية المتحدة

أتاحت وسائل التواصل الاجتماعي الفرصة لإنشاء محتويات متعددة ومتنوعة ومشاركة لمحتواها مع جمهورها، كما أتاحت أدوات متنوعة للتفاعل والمشاركة والتواصل مع الجمهور بشكل فعال ومستمر لتكوين مساحات من الحوار المتبادل حول أنشطتها وفعاليتها المتنوعة، وذلك عبر إستراتيجيات اتصالية فاعلة وذلك في إطار السعي للوصول إلى الجماهير المختلفة والمتنوعة، وهو ما دفع العديد من الشركات للاهتمام بإنشاء حسابات لها على العديد من هذه المواقع تحقيقا للمميزات التفاعلية، إضافة إلى تقديم الخدمات والتطبيقات الإلكترونية الذكية⁽⁹⁾.

وتعد وسائل التواصل الاجتماعي من أبرز وأحدث الوسائل الاتصالية، ويستحوذ موقع فيس بوك على اهتمام أكثر من نصف مستخدمي الإنترنت في العالم، ويتزايد الإقبال عليه بشكل كبير عاما بعد عام مقارنة بوسائل التواصل الأخرى، وتتنوع التطبيقات المرتبطة بالتسويق أو بالاتصالات والتي من شأنه العمل على دعم العلاقات مع جماهير المنظمة ودفع الاتصالات المرتبطة بالشركة والعلامة التجارية وإمكانية الحوار مع المستهلكين⁽¹⁰⁾.

وتعرف وسائل التواصل الاجتماعي بأنها: "كافة تطبيقات ووسائل الإعلام الاجتماعي التي انتشر استخدامها بعد تطور الجيل الثاني من شبكة الويب 2.0، والتي تجمعها سمات مشتركة وهي التفاعلية والمشاركة في الحوار والنقاش وإبداء الرأي بين المستخدمين participation، إمكانية الارتباط بمصادر معلومات متعددة ومختلفة

Connectedness، والربط بين أصحاب الاهتمامات المشتركة، إضافة إلى إمكانية استقبال وتداول المعلومات والمحتوى بسهولة بين المستخدمين (11).

وقد تصدرت دولة الإمارات العربية المتحدة التصنيفات الإقليمية على عدد من منصات الإعلام الاجتماعي عام 2017، وذلك ضمن النطاق الأوسع لاستخدام الإعلام الاجتماعي في المنطقة مثل: Facebook وتويتر ولينكد إن، وأظهر الإصدار السابع من تقرير الإعلام الاجتماعي العربي نمو استخدام وسائل التواصل الاجتماعي؛ يرافقتها زيادة ملحوظة لها تأثيراتها الثقافية والاجتماعية إضافة إلى تأثيرها في العلاقة بين المجتمعات والحكومات في العالم العربي.

وبلغ عدد مستخدمي «فيس بوك» بحلول 2017 في المنطقة العربية 156 مليون مستخدم، مقارنة بـ 115 مليوناً في العام 2016، أما فيما يتعلق بالمغردين على "تويتر" فبلغوا 11.1 مليون مستخدم نشط لـ«تويتر» في المنطقة العربية في أوائل 2017، مقارنة بـ 5.8 ملايين قبل ثلاث سنوات.

وكشف التقرير أيضاً عن وصول مستخدمي «لينكد إن» في المنطقة إلى 16.6 مليون مستخدم بحلول 2017 بزيادة 22% مقارنة بالعام الماضي، كما بلغ عدد المستخدمين النشطين لاستغرام 7.1 ملايين في المنطقة، وأوضح التقرير أن فيس بوك لا يزال هو الشبكة الأكثر استخداماً في المنطقة مقارنة بالشبكات الأخرى، فيتركز أعلى نسب الاستخدام بين السكان في دولتي الإمارات وقطر، أما بالنسبة لـ«تويتر» يتركز أكثر عدد للمستخدمين في المملكة العربية السعودية، تصل نسبتهم إلى 29% من مجموع المستخدمين في العالم العربي، أما بالنسبة لـ«لينكد إن»، فقد احتلت دولة الإمارات المرتبة الأولى في عدد المستخدمين ونسبة تقارب 20% من إجمالي المستخدمين في العالم العربي، وفيما يتعلق بإنستغرام فيبلغ مجموع مستخدميها في العالم العربي 7.1 ملايين مستخدم نشط، ويوضح التقرير أن عدد مستخدمي الشبكة في السعودية أعلى من باقي بلدان المنطقة، أما دولة الإمارات فتحلت المرتبة الأولى من حيث نسبة الناشطين على الشبكة من مجموع السكان بنسبة 13.1%، ومن بين بلدان الوطن العربي، تتربع منطقة الخليج العربي على قمة الدول الأكثر استخداماً لوسائل التواصل الاجتماعي، حيث استطاعت دول المجلس أن تحافظ على صدارتها في المراكز الخمسة الأولى من حيث نسبة المستخدمين من السكان عبر جميع المنصات التي شملها التقرير (12).

ولاشك أن هذه الأرقام شجعت الجهات الحكومية على استخدام المواقع والتطبيقات الأكثر انتشاراً للتواصل مع المتعاملين، وتشير الإحصائيات إلى إن أكثر وسائل التواصل الاجتماعي استخداماً في الإمارات وفقاً للعام 2015 جاءت كالتالي:



الإطار النظري للدراسة:

تعتمد الدراسة على مدخل الاتصال الحوارية The Dialogue Theory:

ظهرت نظرية The Dialogue Theory في عام 1998 من خلال الباحثين Kent & Taylor بالتركيز على سمات الموقع الإلكتروني من حيث الشكل والمضمون والإجراءات وأكدوا بأن الموقع الإلكتروني الفعال لا بد أن يتسم بالديناميكية الكافية لتشجيع الجماهير على استكشافه، وضرورة تضمينه بالمعلومات الغنية المتنوعة التي تلبي احتياجات الجمهور وتعزز مستوى التفاعلية وتعمل على إقامة علاقات حوار متبادل من خلال العديد من الأدوات والوسائل.

وتعد نظرية الاتصال الحوارية تطورا للنموذج الرابع من نماذج "جرونج" وهو النموذج المتمثل في نوعي الاتصال بين المنظمات وجمهورها ويقصد بمفهوم الاتصال الحوارية التحول من إدارة الاتصالات إلى إدارة العلاقات مع الجمهور وهو المفهوم الحديث الذي يجعل الجمهور أكثر تأثيراً في المنظمة من خلال خلق علاقات مفتوحة مع الجماهير عبر المشاركة الإلكترونية⁽¹³⁾.

مبادئ نظرية الاتصال الحوارية:

تشتمل نظرية الاتصال الحوارية على خمسة مبادئ رئيسية وهي :

❖ **التبادلية: Reciprocity** الاعتراف بأن المنظمات وجماهيرها لا بد أن يرتبطا معا في علاقة تبادلية وثيقة تعتمد على التعاون والمرونة.

❖ **التواصل: Propinquity** ويقصد به استمرارية التواصل مع الجمهور من خلال التشاور والنقاش مع الجماهير المختلفة في القضايا والموضوعات التي تحتل أهمية لديهم وأن يكون لديها القدرة على الاستجابة لمتطلباتهم ويتم التواصل من

خلال الرد الآني والتواصل الفوري مع الجمهور، والتواصل الزمني فالحوار يتضمن فهما لماضي وحاضر كل المشاركين فيه، إضافة إلى المشاركة الفعلية في الحوار مع الجماهير وعدم الاكتفاء بالاستماع لما يقال.

❖ **التعاطف: Empathy** ويعني محاولة المنظمة أن تتفهم جماهيرها ومشاعرهم واحتياجاتهم، وتحرص على التعاطف معهم قدر المستطاع من خلال حواراتهم معهم وتشجيعهم على التعبير عن آرائهم دون الإقلال منها .

❖ **الالتزام: Commitment** ويشير إلى تعهد المنظمة بفتح حوار مع جماهيرها يتسم بالصدق إضافة إلى شرح وتفسير وفهم لمتطلبات أصحاب المصالح .

❖ **المخاطرة: Risk** المنظمة لا بد أن تتفاعل وتتواصل مع أصحاب المصالح حتى وإن كانت المنظمة معرضة للهجوم أو معرضة لنتائج غير متوقعة كالسخرية والتهكم نتيجة لتبادل المفاهيم والمعاني والمعتقدات بين أطراف الحوار. (14)

مؤشرات تطبيق نظرية الاتصال الحوارية:

لتطبيق الاتصال الحوارية عبر الإنترنت في تحليل صفحات مواقع التواصل الاجتماعي نجد أن هناك ثلاث مؤشرات أساسية وهي :

❖ **تقديم المعلومات المفيدة للجمهور Usefulness of information:** ويقصد بها قدرة المنظمة على توظيف صفحاتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي لتقديم معلومات مفيدة تشمل طبيعة نشاطها وخدماتها وتاريخها ورؤيتها ومهمتها إضافة إلى نشر الصور والفيديوهات والروابط الإلكترونية المختلفة والمتعلقة بأخبار المنظمة ونشر البيانات الصحفية لمخاطبة جمهور المنظمة الخارجي من الصحفيين وغيرهم.

❖ **سهولة استخدام الموقع Ease of interface :** ويقصد بها قدرة المنظمة على توفير المعلومات بشكل يسهل حصول الجمهور عليها والوصول إليها من خلال التطبيقات والمزايا المختلفة والمتنوعة التي يوفرها الفيس بوك، ويساعد في توزيع المعلومات والصور والملفات على الصفحة مما يمكن الجمهور من سرعة الوصول إليها بشكل يسير.

❖ **توافر فرص الحوار التفاعلي Dialogic Loop:** والتفاعلية عنصر مهم وضروري في بناء وتطوير العلاقات بين المنظمات وجماهيرها من خلال طلب رأي الجماهير عبر استطلاعات الرأي حول ما يقدم من خدمات، ومستوى الرضا عنها وغيرها الكثير من الأدوات التي تحقق التفاعلية وتخلق حوارا تفاعليا بين المنظمة وجمهورها عبر مواقع التواصل الاجتماعي(15).

الدراسات السابقة والتعليق عليها:

تعددت وتنوعت الدراسات السابقة التي تناولت موضوع المشاركة الإلكترونية ومنها:

دراسة **Zheng, Y. & Schachter, H. (2018)** والتي هدفت للتعرف على تأثير حول مدى تأثير قبول الإدارة العليا للمشاركة الإلكترونية عبر الموقع الإلكتروني، طبقت الدراسة كدراسة حالة على عدد من البلديات بالولايات المتحدة الأمريكية، وأكدت نتائج الدراسة على اتساع نطاق المشاركة الإلكترونية مما دعا الحكومات للاعتماد على أدوات ووسائل رقمية لتعزيز مشاركة المواطنين معها ومنها: المنتديات الإلكترونية التي تسمح للجمهور والمنظمة بتقديم ومناقشة الموضوعات التي تهم الطرفين، وتنوع الحكومات فيما بينها من حيث المشاركة الإلكترونية بسبب تعدد الأسباب وأبرزها: مدى قناعة الإدارة العليا بفاعلية المشاركة الإلكترونية أي: ما إذا كان المسؤولون يريدون استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتعزيز المشاركة، وتوصلت نتائج الدراسة الاستكشافية إلى: إن استعداد المسؤولين له تأثير كبير على فاعلية المشاركة الإلكترونية، سواء بشكل مباشر أو غير مباشر، فالحكومات التي يتمتع فيها المسؤولون باستعداد أقوى لإشراك المواطنين واستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتعزيز المشاركة الإلكترونية، من الأرجح أن يكون لديها مشاركة إلكترونية أكبر مع جماهيرها والعكس صحيح (16).

أما دراسة **He, G. et al (2017)** ، فهذهت إلى التعرف على الدور البارز لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تعزيز المشاركة الإلكترونية للجمهور حول قضايا الاستدامة البيئية في الصين الحضرية، وكشفت نتائج الدراسة عن المشاركة الإلكترونية أداة تشجع على إشراك الجمهور في عمليات صنع القرار، مما يساهم في تحويل التفاعل بين الحكومة والمواطنين وبخاصة فيما يتعلق بقضايا الاستدامة تفاعل تشاركي، وبخاصة أن التقنيات الجديدة جذبت المواطنين بشكل كبير، وبالتالي فإن المنصات الإلكترونية على اختلافها وتنوعها أصبحت بيئة خصبة لقضايا الاستدامة البيئية في الصين (17).

في حين رصدت دراسة **Zheng, Y. & Schachter, H. (2017)** المزايا المدركة للمشاركة الإلكترونية من حيث: الوقت والتكلفة والجودة إضافة إلى الشفافية، وطبقت الدراسة استبياناً للمستخدمين للمشاركة الإلكترونية في الاتحاد الأوروبي، وكشفت الدراسة عن الجمهور المدرك لمزايا المشاركة الإلكترونية كتوفير الوقت، وجودة الخدمات، والشفافية؛ أكثر تفاعلاً في المشاركة الإلكترونية وبشكل نشط، وكشفت الدراسة أيضاً عن درجة رضا

مرتفعة نحو أساليب وأدوات المشاركة الإلكترونية، وانعكست هذه النتائج على قيام الحكومات بتحسين وتطوير خدماتها نحو الأفضل حتى تزيد فعالية المشاركة الإلكترونية للجمهور (18).

وهدفت دراسة (Jukka, O. & Lassi, T. (2017)، لتسليط الضوء على البعد الابتكاري الذي يمكن أن تحققه المشاركة الإلكترونية من خلال تبادل الأفكار الخلاقة ومناقشتها وتطويرها وتطبيقها بما يخدم المدن الذكية، طبقت الدراسة أسلوب المسح بالاستبيانات عبر المقابلات المتعمقة وورش العمل المتعددة الإبداعية المشتركة، وتوصلت نتائج الدراسة إلى: إن زيادة المعرفة بالمشاركة الإلكترونية وأدواتها المتنوعة من شأنه تحقيق الابتكار للمدن الذكية، كما إنه يهيئ الفرصة للمشاركة الرقمية في منصة ابتكار مفتوحة للمدن الذكية مما يشكل منظور جديد للمشاركة الإلكترونية؛ ونتيجة لذلك خرجت الدراسة بنموذج مستحدث حول السبل الرئيسية للمشاركة الرقمية في برنامج الابتكار من خلال نشر المعلومات والأفكار الجديدة، وابتكار الأفكار، وتطويرها وبلورتها وسبل تطبيقها على المدن الذكية (19).

دراسة (Sarrayrih, M. & Sriram, B. (2015) والتي هدفت للتعرف على أهمية المشاركة الإلكترونية في سلطنة عمان؛ وأكدت نتائج الدراسة على إن التطور التكنولوجي دفع إلى تغيير سياسات الحكومة نحو الحكومة الإلكترونية في سلطنة عمان من خلال توفير خدمات ذكية ومتنوعة عبر وسائل التواصل الاجتماعي لتوفيرها للجمهور بسهولة ويسر، وقد خططت حكومة سلطنة عمان للتحول نحو الحكومة الإلكترونية من خلال تعزيز مكانتها في الاتجاه نحو المشاركة الإلكترونية سنويا، وفقا للمسح التحليلي الذي تجريه الأمم المتحدة حول المشاركة الإلكترونية فقد تقدم مركز سلطنة عمان في المشاركة الإلكترونية عن السنوات السابقة بمعدلات كبيرة مما يعزز إيمانها بأهمية إشراك الجمهور بفعالية في عملية صنع القرار بالنسبة للمنظمات الحكومية (20).

أما دراسة (Alharbi, A. et al. (2015)، فقد اهتمت بدراسة عدد من العوامل المؤثرة على نية الجماهير في الاندماج في المشاركة الإلكترونية بشكل فاعل ونشط عبر المواقع الإلكترونية الحكومية وعبر مواقع التواصل من وجهة نظر المواطنين في المملكة العربية السعودية وكشفت نتائج الدراسة عن: إن الثقة والمعايير الشخصية (تأثير الأسرة، والأصدقاء، ووسائل الإعلام) وهو بعد مهم للغاية، فسلوك المواطنين في المملكة العربية السعودية يتأثر بالأعراف الاجتماعية، وهو ما يعد عاملا مهما في المشاركة الإلكترونية وهو من المعايير المهمة في نوايا المواطنين في الارتباط والمشاركة الإلكترونية الفاعلة، كما أظهرت النتائج أيضا إن الثقة في الحكومة وفي الإنترنت وفي شبكات التواصل

الاجتماعي من العوامل المؤثرة على المواطنين في مشاركتهم الإلكترونية، وأظهرت النتائج إن الثقة تحظى بمكان محوري في خلق حوارات فعالة بين المواطنين والحكومات وتحفيزهم على المشاركة الإيجابية الفاعلة إلكترونياً(21).

أما دراسة (Bonsón, B. et al. (2015) حول فاعلية المشاركة الإلكترونية للمواطنين على صفحات الفيس بوك للحكومات في أوروبا الغربية، فقد هدفت الدراسة لقياس تأثير وسائل الإعلام وأنواع المحتوى على مشاركة الجمهور من أصحاب المصالح على صفحات الفيس بوك الخاصة بالحكومات المحلية في أوروبا الغربية، وشملت العينة دولاً أعضاء من الاتحاد الأوروبي تضم 15 دولة عبر 75 حكومة محلية تنتمي إلى أربعة أساليب إدارية عامة مختلفة، كما تم تحليل 5 أنواع من الوسائط (على سبيل المثال، الفيديو، النص)، أظهرت النتائج وجود اختلافات كبيرة على مستويات المشاركة من قبل المواطنين بين وسائل الإعلام وأنواع المحتوى وفي السياقات المؤسسية المختلفة، فجاءت نسبة المشاركة الإلكترونية فاعلة في الموضوعات التي تهم الجمهور وهو أمر مهم لتحسين فاعلية المشاركة الإلكترونية، كما أظهرت النتائج تأثير الإستراتيجيات المختلفة على المشاركة الإلكترونية الفاعلة للجمهور، وجاءت أنواع الوسائط الأكثر استخداماً هي الروابط والصور(22).

في حين هدفت دراسة (Tan, K. (2015) للتعرف على تطبيق المشاركة الإلكترونية في سنغافورة (دراسة حالة) وكشفت الدراسة عن تفاعل المنظمات مع الجمهور في سنغافورة يهدف إلى تعزيز مشاركة الجمهور وتحفيزه على الحوار والنقاش إلكترونياً مع الحكومات، كما إنها تعمل على تشجيع المواطنين على تقديم مقترحاتهم وتعليقاتهم وأفكارهم، والتشجيع على النقاشات الجماعية وتبادل الخبرات، وتبادل الاستشارات الإلكترونية عبر القنوات المختلفة من خلال تعدد وتنوع منصات التواصل مع الجمهور لجعل المعلومة متاحة لأكثر عدد ممكن من الجماهير وذلك من خلال المواقع الإلكترونية، ووسائل التواصل الاجتماعي، وتطبيقات الهاتف المحمول والوسائط المتعددة والفيديوهات والإنفوجرافيك(23).

في حين أن دراسة (Sharma, G. & Kharel, Purusottam (2015) هدفت إلى الكشف عن المشاركة الجماهيرية في الحكومة الإلكترونية ومميزاتها، باعتبار أن الويب 2.0 يعد منصة إلكترونية إبداعية بتطبيقاتها حيث يتشارك الجمهور في المحتوى المقدم، ويستطيعون أن يكونوا مؤثرين في مجموعات النقاش، كما إن هذه التطبيقات تتيح للجمهور إمكانية المشاركة في المعلومات المقدمة وتبادل الآراء والمعلومات والأفكار حول السياسات ومن خلال المشاركة الإلكترونية بما يمكن للجمهور من سهولة الوصول للمعلومات والبيانات التي يحتاجونها، مما يوفر لهم الفرصة العظيمة لأن يكون جمهوراً نشطاً إلكترونياً، من خلال الوسائل

المتعددة لتطبيقات الويب 2.0 كالفيس بوك، وتويتر، ولينكد إن واليوتيوب إضافة إلى الموقع الإلكتروني (24).

أما دراسة (Al-Dalou, Raya. & Abu-Shanab, E.(2013)، فأكدت على: إن العديد من الحكومات الإلكترونية عملت على تطور إمكاناتها لتسهيل علاقاتها مع مواطنيها من خلال "المشاركة الإلكترونية"، وأبرزت اثنين من أهم الأبعاد الرئيسية للمشاركة الإلكترونية: مستويات المشاركة، وأدوات وتكنولوجيا المشاركة الإلكترونية، وأكدت الدراسة على أهمية المشاركة الفاعلة عبر الشبكات الاجتماعية كأدوات تستخدمها الحكومات لتعزيز المشاركة الإلكترونية بين الحكومات والمواطنين، وتوصلت الدراسة أيضا إلى وجود مؤشرات الأداء المرتبطة بمستويات المشاركة الإلكترونية والتي تشمل عددا من المستويات منها: التمكين الإلكتروني: يعني استخدام التكنولوجيا لتمكين المشاركين الذين لا يرتبطون بالإنترنت، بحيث يستفيدون من المعلومات المتاحة والمفتوحة من خلال الاستفادة من التكنولوجيا.

الارتباط الإلكتروني: تعني استخدام التكنولوجيا للتواصل مع المواطنين وتمكينهم من الانغماس بقوة في المناقشات حول القضايا التي تهمهم وهو ما يشير إلى التشاور من أعلى إلى أسفل للمواطنين من قبل الحكومة ويعتبر المواطنين في هذه الحالة مستهلكين للسياسة.

التمكين الإلكتروني: يعني استخدام التكنولوجيا لمنح المواطنين ودعم المشاركة الفعالة وتسهيل الأفكار من أسفل إلى أعلى للتأثير على الأجندة السياسية، ويعتبر المواطنون في هذه الحالة منتجين للسياسات(25).

بينما جاءت دراسة (Sharma, G.(2014)، وهدفت لإبراز دور المشاركة الإلكترونية في تعزيز جودة الخدمات الحكومية، واستخدمت الدراسة أسلوب دراسة الحالة حول كيفية تطبيق المشاركة الإلكترونية في عدد من المنظمات الحكومية في نيبال، وأكدت النتائج على إن الحكومة الإلكترونية تستخدم المشاركة الإلكترونية والشبكات الرقمية لسهولة الوصول إلى المعلومات الحكومية وإنجاز الخدمات في ضوء "الحكومة الإلكترونية" التي تطبق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتقديمها للجمهور بشكل ذكي، ولتبادل المعلومات والاتصال بين الحكومة والناس عبر خدمات مريحة وفعالة وشفافة عبر الحكومة الإلكترونية، مما يعزز دور المشاركة الإلكترونية في تدعيم العلاقة التبادلية بين المنظمات الحكومية والجمهور، وتشمل الفوائد الرئيسية للحكومة الإلكترونية: الكفاءة، وتحسين الخدمات، وتحسين إمكانية الوصول إلى الخدمات العامة، و الشفافية (26).

في حين أن دراسة (Vivente , M.& Novo .A.(2014) هدفت لاستكشاف العوامل الدافعة وراء المشاركة الإلكترونية للجمهور عبر مواقع التواصل الاجتماعي مع منظماتهم في إسبانيا، وكشفت النتائج عن إن المشاركة الإلكترونية للجمهور سببها توثيق العلاقة بشكل كبير مع منظماتهم، وتم رصد أشكال مختلفة من المشاركة الإلكترونية تمثلت في: المشاركة الإلكترونية عبر الاستبيانات، وإبداء الآراء حول القضايا الاجتماعية والسياسية، والمشاركة في الحوارات والنقاشات حول منتجات أو خدمات تقدمها الحكومة، والاستشارات وغيرها، وأشارت النتائج إلى وجود فجوة كبيرة بين الجنسين في المشاركة الإلكترونية، ووجد إن العاطلين عن العمل يميلون إلى المشاركة الاجتماعية والسياسية على الإنترنت أكثر من بقية الجماهير⁽²⁷⁾.

وهدفت دراسة (Al Dalou, R.& Abu Shanab ,E.(2013) لمعرفة الأدوات التكنولوجية المستخدمة في المشاركة الإلكترونية وأبرزها وسائل التواصل الاجتماعي الأشهر: الفيس بوك وتويتر وتطبيقات الهواتف الذكية، وهو ما دفع العديد من الهيئات والوزارات إلى تدشين صفحات خاصة لها عبر مواقع التواصل لتيسير علاقتها مع مواطنيها والعمل على إسعادهم، وهو ما أدى أيضا لتصميم تطبيقات خاصة بها على الهواتف الذكية لربط الجمهور بها دائما ولتفعيل مشاركته معها، ورصدت الدراسة أيضا مستويات المشاركة الإلكترونية المتنوعة والتي تشمل:

التمكين الإلكتروني: E-enabling وتعني استخدام التكنولوجيا التي تمكن المشاركين وتدعم الجمهور الذي نادرا ما يستخدم الإنترنت، وبالتالي فإنهم لا يستفيدون من المعلومات المتاحة، ودور التكنولوجيا هنا هو تزويدهم بالمعلومات التي يمكن الوصول إليها وفهم أشكالها.

الاندماج الإلكتروني: E-engaging وهو ما يعني استخدام التكنولوجيا للاندماج مع الجماهير بشكل أعمق وبخاصة فيما يتعلق بصنع السياسات من خلال الاستشارات للجمهور العريض ويستخدم مصطلح الدمج للتأكيد على التفاعل ذي الاتجاهين بين المواطنين والحكومة، حيث ينظر إلى الجمهور هنا بأنهم جمهور مستهلك للسياسات.

التحفيز الإلكتروني: E-empowering وهو ما يعني إن استخدام التكنولوجيا من شأنه العمل على تحفيز المواطنين ودعم المشاركة الفاعلة والنشطة وتيسير الأفكار التصاعديّة والابتكارية الخلاقة المؤثرة على أجندة وضع السياسات، والمواطنون ينظر إليهم بأنهم صانع ومنتج للسياسات أكثر من كونهم مستهلكين كما في مستوي الاندماج⁽²⁸⁾.

ثانيا: الإطار المنهجي للدراسة:

1- مشكلة الدراسة :

تتحدد مشكلة الدراسة في رصد أساليب وأدوات المشاركة الإلكترونية للمنظمات والهيئات الحكومية عبر وسائل التواصل الاجتماعي في دولة الإمارات العربية المتحدة المقدمة عبر الموقع الإلكتروني لعدد من المنظمات والجهات الاتحادية، إضافة إلى تحليل محتوى واحدة من أهم وأبرز هذه الأدوات وهو: موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك Facebook، للتعرف على الكيفية التي يتم من خلالها التفاعل مع جمهور المستخدمين وتقديم المعلومات لهم وللتعرف على الإستراتيجيات الاتصالية المستخدمة في المشاركة الإلكترونية والكيفية التي يتم من خلالها تفاعل الجمهور مع أساليب المشاركة التي تقدمها المنظمات والهيئات الحكومية وذلك سعيا لرفع مستوى جودة التفاعل مع الجمهور.

2- أهداف الدراسة:

- التعرف على أدوات ووسائل المشاركة الإلكترونية المستخدمة في الجهات الحكومية في دولة الإمارات العربية المتحدة لإدارة حساباتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- رصد الإستراتيجيات الاتصالية المستخدمة لتفعيل المشاركة الإلكترونية الجماهيرية.
- رصد الجهود الاتصالية التشاركية عبر صفحات التواصل الاجتماعي لعدد من الجهات الحكومية.
- رصد أشكال المحتوى المتضمن على هذه الصفحات.
- التعرف على نوع المحتوى المتضمن بهذه الصفحات من حيث المشاركات والصور والأفلام والروابط.

3- تساؤلات الدراسة:

- ما أدوات ووسائل المشاركة الإلكترونية المستخدمة في الجهات الحكومية في دولة الإمارات العربية المتحدة لإدارة حساباتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما الإستراتيجيات الاتصالية المستخدمة لتفعيل المشاركة الإلكترونية الجماهيرية؟
- ما الجهود الاتصالية التشاركية عبر صفحات التواصل الاجتماعي لعدد من الجهات الحكومية؟
- ما أشكال المحتوى المتضمن على هذه الصفحات؟
- ما نوع المحتوى المتضمن بهذه الصفحات من حيث المشاركات والصور والأفلام والروابط؟

4- مجتمع الدراسة والعينة:

يتمثل مجتمع الدراسة في دراسة عنصر "المشاركة الإلكترونية" بمحاوره المختلفة على المواقع الإلكترونية للمنظمات والهيئات الحكومية الإماراتية محل الدراسة وارتباطه بصفحة الفيس بوك للمنظمات والهيئات محل الدراسة، وعلى الرغم من تعدد وتنوع وسائل التواصل الاجتماعي التي تستخدم في المشاركة الإلكترونية، إلا أن موقع فيس بوك يحظى بشعبية كبيرة في الدولة، حيث يعتبر الوسيلة الأكثر استخداماً بنسبة 90%، يليه تطبيق واتساب وذلك وفقاً للدليل الإرشادي لممارسات المشاركة الإلكترونية والتواصل الاجتماعي في الجهات الحكومية لدولة الإمارات العربية المتحدة⁽²⁹⁾.

وتشمل المنظمات والهيئات الاتحادية التي حددتها الباحثة لتطبيق الدراسة عدد من الوزارات والهيئات الاتحادية، حيث قامت الباحثة باختيار 20 منظمة بصورة عشوائية من فئة الوزارات والهيئات الاتحادية على الموقع الإلكتروني لمجلس الوزراء بدولة الإمارات العربية المتحدة - <https://www.uaecabinet.ae/ar/federal-government-entities>، (ملحق الوزارات والهيئات الاتحادية مرفق في نهاية الدراسة).

5- المنهج المستخدم وفئات التحليل:

تستخدم الدراسة المنهج الكيفي في رصد وتحليل أدوات ووسائل المشاركة الإلكترونية المنصوص عليها عبر المواقع الإلكترونية للمنظمات محل الدراسة.

وقد قامت الباحثة بتحليل كفي لأدوات وأساليب المشاركة الإلكترونية على صفحات المنظمات محل الدراسة وذلك على مدى أسبوعين من الأول من مارس وحتى 15 مارس 2018 وذلك بما يتوافق مع قدرات الباحثة في تحليل هذا العدد من المنظمات والهيئات الاتحادية، حيث تم تحليل ورصد أدوات ووسائل المشاركة الإلكترونية المستخدمة في الجهات الحكومية في دولة الإمارات العربية المتحدة لإدارة حساباتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ومعرفة الإستراتيجيات الاتصالية المستخدمة لتفعيل المشاركة الإلكترونية الجماهيرية، الجهود الاتصالية التشاركية عبر صفحات التواصل الاجتماعي لعدد من الجهات الحكومية في تفاعلها مع الجمهور، والتعرف على أشكال المحتوى المتضمن على هذه الصفحات، رصد نوع المحتوى المتضمن بهذه الصفحات من حيث المشاركات والصور والأفلام والروابط.

وقامت الباحثة أيضاً بتحليل عدد من الأدلة الإرشادية الموجودة على البوابة الرسمية لحكومة الإمارات العربية المتحدة وهي أدلة ذات علاقة وثيقة بالمشاركة الإلكترونية وتشمل:

- ❖ الدليل الإرشادي لمواصفات المحتوى الإلكتروني للجهات الحكومية في دولة الإمارات العربية المتحدة (2015).
- ❖ الدليل الإرشادي لمواصفات البيانات المفتوحة للجهات الحكومية في دولة الإمارات العربية المتحدة (2016).
- ❖ الدليل الإرشادي لكيفية تمثيل جهتك الاتحادية في قنوات التواصل الاجتماعي إصدار (2017).
- ❖ الدليل الإرشادي للممارسات المشاركة الحكومية والتواصل الاجتماعي في الجهات الحكومية لدولة الإمارات العربية المتحدة.
- ❖ دليل سياسة الاستخدام والردود وإدارة التعليقات.

نتائج الدراسة:

1- استخدام مواقع التواصل في الجهات الحكومية الاتحادية وإمكانية توظيفها لمصلحة المواطن والمجتمع:

أ- التحول إلى الحكومة الذكية في دولة الإمارات العربية المتحدة:

سعت إستراتيجية الحكومة الإلكترونية الاتحادية لدولة الإمارات العربية المتحدة للعمل على الانطلاق نحو المستقبل من خلال توفير مستوى متميز من الخدمات للمواطنين والمقيمين، عبر الاستفادة من البنية التحتية الرقمية للوصول بالإمارات إلى التنافسية العالمية وهو بالفعل ما حققته الإمارات على عدد من الأصعدة.

وأطلق صاحب السمو الشيخ محمد بن راشد آل مكتوم رعاه الله في الثاني والعشرين من مايو 2013، مبادرة الحكومة الذكية من أجل توفير الخدمات للجمهور حيثما كانوا وعلى مدار الساعة، وتأتي المبادرة في سياق توجهات الحكومة في تطوير الخدمات الحكومية وتحقيق جودة حياة عالية لمواطني دولة الإمارات والمقيمين على أرضها، وفقا لرؤية الإمارات 2021، وحدد سموه فترة زمنية مدتها عامين للجهات الحكومية لإنجاز التحول إلى تقديم الخدمات الحكومية من خلال الأجهزة الذكية، ولأشك أن الانتقال من الحكومة الإلكترونية إلى الحكومة الذكية جزء لا يتجزأ من مسيرة الارتقاء⁽³⁰⁾.

وتم تكليف الجهات الحكومية في دولة الإمارات العربية المتحدة بتطوير خدماتها عبر الاستفادة بشكل استراتيجي من التقنيات الذكية، ما يعني بشكل أساسي تحويل الخدمات الإلكترونية إلى خدمات ذكية عبر التحول إلى الحكومة الذكية، مما ينتج عنه تحقيق ممارسات عملية للحكومة الذكية عبر تقديم تطبيقات وخدمات تتسم بالسلاسة والتفاعلية والذكاء.

في إطار السعي لتطبيق مبادرة الحكومة الذكية، أعدت الهيئة خارطة طريق الحكومة الذكية، والتي توفر خطةً لدولة الإمارات العربية المتحدة للانتقال من الحكومة الإلكترونية إلى الحكومة الذكية. حيث ينصب التركيز على التحسينات البيئية وتعزيز الجاهزية وإسعاد المستخدم.

وقد تم تحديد مجالات التركيز ضمن أربع مسارات متوازية، حيث يتوافق أول اثنين منها مع التحسينات في البيئة العامة لكي تتقدم الحكومة الذكية، وفيما يلي مسارات خارطة الطريق:

- إيجاد بيئة عامة تزدهر فيها الحكومة الذكية.
- تقييم قدرات الجهات الحكومية.
- تأسيس موارد مشتركة عبر الجهات الحكومية على المستوى الوطني.
- إسعاد المواطنين⁽³¹⁾.

ب- الأدلة الإرشادية الخاصة بممارسات الحكومة الإلكترونية

متابعة لهذه الجهود، كلفت اللجنة العليا الهيئة العامة لتنظيم قطاع الاتصالات بوضع الخطة الوطنية لتحقيق أهداف الحكومة الذكية والتي تسعى إلى تمكين ودعم الجهات الحكومية والاستفادة من أحدث التقنيات لتحقيق التحول على المستوى الوطني ودفع الجميع نحو تقديم خدمات حكومية ذكية، حيث أطلقت الخطة الوطنية لتحقيق أهداف الحكومة الذكية في عام 2014 بالتوافق مع التوجه الوطني المتجسد في رؤية الإمارات 2021، والأجندة الوطنية للدولة، وإستراتيجية قطاع تقنية المعلومات والاتصالات. عملت "الهيئة العامة لتنظيم قطاع الاتصالات" على وضع خارطة طريق تتضمن المحطات المهمة، وذلك في سبيل تنفيذ مبادرة الحكومة الذكية على أكمل وجه، وتتضمن الخارطة: الجوانب الفنية والإدارية والتنظيمية والاقتصادية والإعلامية والتوعوية.

كما قامت الهيئة بصياغة مرجعية شاملة يتم الاسترشاد بها على امتداد خارطة الطريق وصولاً إلى الهدف المنشود، حيث تم تطوير دليل شامل للحكومة الإلكترونية. وفي هذا السياق، تسعى الخطة الوطنية للحكومة الذكية إلى تخصيص الخدمات، بالإضافة إلى تجسيد تفويض الحكومة الذكية الذي يقوم على عدد من الأدوار الرئيسية لدعم تحول الدولة، وذلك من خلال توفير التدريب والدعم والاستشارات وتنفيذ عدد من المبادرات التمكينية على مستوى الدولة، والجهات الاتحادية في الدولة إلى تحسين عملية تقديم الخدمات، والتواصل مع الجمهور، واستخدامية المواقع الإلكترونية، ووسائل الإعلام الاجتماعي، والبيانات المفتوحة.

❖ الدليل الإرشادي لمواصفات المحتوى الإلكتروني للجهات الحكومية في دولة الإمارات العربية المتحدة (2015):

وتقدم هذه الوثيقة عرضاً لمواصفات المحتوى الجيد للمواقع الإلكترونية في دولة الإمارات العربية المتحدة بهدف الارتقاء بجودة تلك المواقع، وتعزيز مصداقيتها أمام الجمهور، وزيادة الإقبال عليها، ولاشك أن تطبيق هذه المواصفات يخضع للضوابط والسياسات والخصوصيات التي يفرضها الواقع في دولة الإمارات العربية المتحدة.

ويشمل المحتوى الإلكتروني كل ما هو موجود على الموقع الإلكتروني من المواد النصية والمرئية والسمعية التي يتعامل معها المستخدم كجزء مما يعرف بتجربة المستخدمين (User Experience)، ويدخل ضمنها الملفات المكتوبة والصور والملفات الصوتية، وأفلام الفيديو والرسوم المتحركة، والجرافيك، والبيانات والتطبيقات والخدمات وتركز هذه الوثيقة بشكل أساسي على المحتوى النصي .

وتحدد الوثيقة مواصفات المحتوى النصي الجيد والذي لا بد أن يتمتع بالجاذبية والتشويق والرضا للمستخدمين، مما يعزز مفهوم سعادة المتعاملين الذي وضعته حكومة دولة الإمارات العربية المتحدة كأحد الأهداف النهائية لمبادرة الحكومة الذكية وتوفر هذه الوثيقة قدراً مهماً من المعلومات لتعزيز مهارات العاملين على تطوير المواقع الإلكترونية الحكومية، كما لا بد أن يتضمن المحتوى السهولة والبساطة والابتعاد عن الكلمات السالبة والصياغة الصحيحة والدقيقة، إضافة إلى وجود الروابط المفيدة ومواقع الروابط إلى جانب ضرورة الإيجاز في الأسلوب، ومراعاة الأشكال البصرية وأهميتها في تطوير المحتوى واستخدام الإنفوجرافيك⁽³²⁾.

❖ الدليل الإرشادي لمواصفات البيانات المفتوحة للجهات الحكومية في دولة الإمارات العربية المتحدة (2016):

ويهدف هذا الدليل لإبراز مواصفات البيانات المفتوحة والتي تعرف بأنها: "تلك البيانات التي يمكن لأي فرد استخدامها بحرية ودون قيود تقنية أو مالية أو قانونية وأيضاً إعادة استخدامها ونشرها، ووفق هذا التعريف، فإن البيانات الحكومية المفتوحة هي البيانات التي تنشرها الجهات الحكومية للجمهور بغرض تمكينهم من استخدامها بحرية وأيضاً إعادة استخدامها ونشرها مع مراعاة متطلبات الرخص القانونية مثل حفظ الحقوق، ويشمل ذلك أنواع عديدة من البيانات مثل الإحصاءات الحكومية في مختلف القطاعات: الصحة، والتعليم والاقتصاد البيئية وغيرها من الإحصاءات التي تفيد المجتمع.. وتوضح الوثيقة أيضاً موجهاً عامة لا بد أن

تلتزم بها الجهات الحكومية عند اتباع سياسات البيانات المفتوحة على مواقعها الإلكترونية، ومن هذه الموجهات:

أن تغطي البيانات المنشورة خدمات وأنشطة الجهة الحكومية أو المعلومات التي ترى إنها موضع اهتمام الجمهور ومن شأنها أن تكون ذات قيمة لزائر الموقع، ضرورة توفير مجموعات من البيانات على مدى سنوات، ويجب نشر مجموعات البيانات في صورتها الأولية الخام بقدر المستطاع مع مراعاة قيود الخصوصية أو السرية أو أية قيود أخرى، من الضروري أن يتمكن زائر الموقع من الوصول للبيانات دون أية عوائق (على سبيل المثال: طلب التسجيل)، وأن تقوم الجهة بتوفير البيانات المفتوحة بالوقت الحقيقي وإتاحتها بالشكل المهيكل والتي تصلح للاستخدام التقني (مثل: جداول البيانات CVS, XML, XLS)، أن تكون البيانات منشورة بصيغ ملفات قابلة للتعديل، للاقتطاع بطريقة "قص لصق" وكذلك قابلة للتحميل (downloadable)، وأن يتاح لزائر الموقع إمكانية إبداء الرأي في البيانات المنشورة، وأن يتاح لمستخدم الموقع إمكانية معرفة نوع وحجم الملف وكذلك الزمن اللازم لتحميله قبل البدء بتحميله، وإتاحة كل ما هو ممكن من منصات التفاعل مع مستخدمي البيانات، ووضع وصلات لمنابر الإلكترونية يتم فيها مناقشة تلك البيانات مثل المنتديات والمدونات وصفحات فيس بوك إلخ (33).

❖ الدليل الإرشادي لكيفية تمثيل جهتك الاتحادية في قنوات التواصل الاجتماعي إصدار 2017:

- ويشتمل هذا الدليل كيفية تمثيل الجهة الاتحادية في قنوات التواصل الاجتماعي بشكل فاعل من خلال عدد من المعايير تشمل: معلومات خاصة بالحساب الرسمي، وتشتمل (ضرورة مراعاة وجود اسم المستخدم (الجهة الاتحادية) بشكل موحد على مختلف وسائل التواصل الاجتماعي، والمتحدث الرسمي للجهة الاتحادية، وقنوات التواصل المتوافرة بناء على طبيعة عمل الجهة الاتحادية ونوعية المحتوى المنشور ونوع وعمر الجمهور المستهدف) ومتابعة الحساب الرسمي.
- ويشتمل الدليل أيضاً على تعريف الجمهور بالهوية المرئية عبر مواقع التواصل الاجتماعي والتي تشمل: (الصور الرسمية، والخلفيات والتصميم، والعلامة المائية للصور، والشعار الخاص بالفيديوهات).
- المحتوى ويشتمل على معلومات تتعلق: (باللغة المستخدمة، الصور ومقاطع الفيديو المتاحة، والروابط والوسم).
- التفاعل المجتمعي ويشتمل على: (ضرورة أن يكون النشر بشكل مستمر للتفاعل مع المتابعين بأن تكون المعلومات ذات قيمة إخبارية، ومتابعة الردود، وتحليلها).

• الترويج للحملات وذلك من خلال استخدام كافة حسابات الجهات الاتحادية أو المتحدث الرسمي للترويج للحملة أو الفعالية على كافة وسائل التواصل الاجتماعي مع ذكر الموقع الإلكتروني .

• الأمن والخصوصية ويشمل: (توثيق الحساب، ومراعاة إنشاء بريد إلكتروني خاص لإدارة الحساب عبر قنوات التواصل الاجتماعي ومعلومات ونصائح عامة حول الحسابات والتنبيهات حال اختراقها (34).

❖ الدليل الإرشادي لممارسات المشاركة الحكومية والتواصل الاجتماعي في الجهات الحكومية لدولة الإمارات العربية المتحدة:

يهدف هذا الدليل لخدمة كافة الجهات الحكومية الاتحادية: (الوزارات، الهيئات، والبرامج)، وكذلك يمكن استخدامه من قبل الجهات الحكومية المحلية في دولة الإمارات العربية المتحدة؛ ويشمل الدليل أدوات المشاركة الإلكترونية والتواصل الاجتماعي والتي تشمل، على سبيل المثال: شبكات التواصل الاجتماعي (مثل موقع فيس بوك)، وأدوات التواصل الاجتماعي مثل Wiki والمدونات وغيرها، وقد تم تطوير هذا الدليل بشكل أساسي ليكون مرجعا لممارسات المشاركة الإلكترونية والتواصل الاجتماعي دون التركيز على أداة أو موقع إلكتروني معين وذلك بسبب التغييرات التقنية المتسارعة التي تطرأ على هذه المواقع والأدوات، ولكن، ومن أجل توفير كافة أنواع الدعم للجهات الحكومية، تم توفير مرجع تقني أساسي لأكثر أدوات التواصل الاجتماعي استخداما في دولة الإمارات .

المشاركة الإلكترونية لتطوير السياسات والخدمات الحكومية (دليل عملي للتخطيط والتنفيذ الناجح لمبادرات المشاركة الإلكترونية): وهي وثيقة تحوي إطارا لدعم الجهات في تطوير خطة عمل تفصيلية وفق مراحل محددة يمكن لأية جهة حكومية تطبيقها من أجل إطلاق وإدارة مبادرات المشاركة الإلكترونية بشكل ناجح (35).

❖ دليل سياسة الاستخدام والردود وإدارة التعليقات :

الغرض من صياغة هذا الدليل هو: وضع آلية لسياسة الإشراف والاستخدام والرد لوسائل الإعلام الاجتماعي وشارك الإمارات هو تقديم رؤية للمشاركين بشأن ما يمكن نشره في المنصة العامة وتيسير بيئة سليمة لتبادل المعلومات وتمكين مناقشة مجدية حول موضوعات تتعلق بخدمات الحكومة الإلكترونية لدولة الإمارات العربية المتحدة والحياة فيها بشكل عام.

وتشمل سياسة الإشراف والاستخدام والرد على المنتديات والمدونات والدردشة والمسوحات على: شارك. الإمارات، إضافة إلى الحسابات الرسمية للحكومة الاتحادية لدولة الإمارات العربية المتحدة على الشبكات الاجتماعية الخارجية مثل:

الفييس بوك وتويتر واليوتيوب والإنستجرام، وغيرها من القنوات التي قد يتم اعتمادها من قبل الحكومة الإلكترونية لدولة الإمارات العربية، ويورد الدليل أيضا سياسة الإشراف المعمول بها من حيث الترحيب بتعليقات الجمهور وآرائهم ومدخلاتهم عبر منصاتها، كما تحتفظ بحقها في منع ظهور أية مواد يمكن أن تكون مصدر تهديد للأمن، متضمنة لغة غير ملائمة، منتهكة لخصوصية الآخرين أو مسيئة لهم، والرسائل غير المرغوب بها أم ما يروج للتجارة، وكل ما هو غير لائق أو فاحش، وما يشكل تمييز على أساس العرق أو اللون أو الجنسية، أو الدين، كما أورد الدليل جزئية تتعلق بسياسة الآداب والاستخدام حيث تستخدم حكومة الإمارات الإلكترونية، الفييس بوك، وتويتر واليوتيوب، والإنستجرام لتقديم التصريحات الرسمية ومشاركتها للأخبار والمناقشات، كما تستخدم حكومة الإمارات المنتديات والمدونات لتبادل وجهات النظر وتسهيل المناقشات⁽³⁶⁾.

من خلال التحليل الكيفي للأدلة الإرشادية السابقة يتضح ما يلي :

- حرصت الأدلة الإرشادية التي تم تحليلها للتأكيد على إن الجمهور من خلال عملية المشاركة الإلكترونية يعد شريكا أساسيا في إستراتيجية الحكومة التي تسعى لإسعادة عبر تكوين بيئة إلكترونية فاعلة لطرح الآراء والمقترحات والنقاشات عبر جلسات عصف ذهني من شأنها تحقيق الإبداع والابتكار في الرؤى المقدمة، وهو ما تدعمه الإستراتيجية الوطنية للابتكار .
- وجود قواعد وضوابط صريحة ومعلنة حول آلية التفاعل والمشاركة الإلكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية للجهات الحكومية.
- نصت كافة الأدلة التي تم تحليلها على ضرورة أن يحتوى المحتوى النصي على معلومات مفيدة للجمهور، وبالتالي حتى يمكنه أن يشارك إلكترونياً ويتفاعل حول القضايا التي تهتمه كجمهور.
- وجود ضوابط خاصة بمنع ظهور أية مواد يمكن أن تكون مصدر تهديد لأمن الدولة، وقد تكون أيضا خادشة للحياء أو تحمل تعريضا بأحد وهو ما ترفضه السياسات والضوابط المعمول بها للمشاركة الإلكترونية والتي نصت عليها الأدلة السابقة.

2- أساليب المشاركة المتنوعة التي تطبقها المنظمات والهيئات الحكومية على مستوى المواقع الإلكترونية:

قامت الوزارات والهيئات عبر مواقعها الإلكترونية بتوفير قنوات تواصل إلكترونية مختلفة مع المتعاملين للوقوف على آرائهم ومقترحاتهم والتي تسهم في

رفع مستوى رضا المتعاملين وتحسين جودة تقديم الخدمات. وتؤكد الوزارة رسالتها بتحقيق الشفافية في التواصل مع المتعاملين بتوفير قنوات إلكترونية ليعبر فيه المتعامل والجمهور بشكل عام عن أية ملاحظات تخص الوزارة وأهدافها الإستراتيجية والاستماع إلى وجهات النظر المختلفة بهدف الارتقاء بالخدمات التي تقدمها الوزارة وضمان تحقيق رضا المتعاملين، ومن خلال تحليل أيقونة المشاركة الإلكترونية الموجودة على المواقع الإلكترونية للمنظمات الحكومية الإماراتية محل الدراسة اتضح ما يلي :

- 1- حرصت كافة الوزارات والهيئات الاتحادية محل الدراسة على التواجد عبر شبكات الإعلام الاجتماعي، مثل: "فيس بوك" و"تويتر" و"يوتيوب"، في سبيل توفير منصة تفاعلية مباشرة مع الجمهور المستهدف بما فيه خدمة المجتمع والصالح العام.
- 2- كافة المواقع الإلكترونية الخاصة بالوزارات أو الهيئات الاتحادية محل الدراسة حرصت على وضع أيقونة خاصة بها على الموقع الإلكتروني تشتمل على أدوات المشاركة الإلكترونية .
- 3- تعددت وتنوعت أدوات المشاركة الإلكترونية بين المنظمات والهيئات الاتحادية محل الدراسة، وفقاً لطبيعة كل منظمة . وكيفية تفاعل الجمهور معها ومشاركته لها، من أبرز أدوات المشاركة التي ظهرت عبر المواقع الإلكترونية للوزارات والهيئات الاتحادية كانت كالتالي:

- ✓ **منتديات النقاش:** يمكن للجهة الحكومية أن تطلق منتدى للنقاش يكون فيه للمستخدم دور ليس في الرد على ما يتم طرحه فقط، وإنما يستطيع المستخدمون طرح القضايا والتساؤلات ومحاورة النقاش التي يرونها ضرورية.
- ✓ **المدونات:** يمكن للجهة الحكومية إنشاء مدونة أو أكثر، واستخدام المدونة كمنبر لإيصال رسالة الجهة، وطرح مستجداتها وأخبارها، ويمكن تلقي تعليقات المستخدمين والتعامل معها وفق قدر معقول من الرقابة.
- ✓ **الردشة:** يجب أن يتاح للمستخدمين فرصة الدردشة مع موظفي الجهة الحكومية وتبادل الحوار معهم بخصوص الخدمات المهمة، وذلك خلال أوقات الدوام الرسمي.
- ✓ **نماذج التعليق:** من خلالها تتيح الوزارات عرض موقعها الإلكتروني نماذج التعليق على بعض المواضيع التي تهم الجمهور، في بعض الحالات قد تتطلب نماذج

- التعليق توفير بعض البيانات الأولية للمستخدم (الاسم، البريد الإلكتروني) ليتسنى للقائمين على الموقع الإلكتروني الرد والتغذية الرجعية.
- ✓ **الشكاوى والآراء:** حيث توفر الوزارات والجهات الاتحادية كأحد أدوات المشاركة الإلكترونية: الشكاوى والمقترحات التي تساهم في تطوير وتعزيز جودة الخدمات المقدمة وفق منهجية علمية مؤسسية معتمدة.
- ✓ **البريد الإلكتروني:** من خلال إرسال معلومات على شكل نشرة إخبارية لعناوين البريد الإلكتروني لعدد من الأشخاص مرة واحدة.
- ✓ **استقصاء رضا المتعاملين:** توضع هذه الاستقصاءات على موقع الحكومة، وتهدف إلى قياس رضا المتعاملين بطريقة دقيقة.
- ✓ **استطلاعات الرأي:** بهذه الوسيلة يمكن استطلاع آراء الناس حول قضايا معينة من أجل مساعدة متخذي القرارات، وعرض نتائج الاستبيانات.
- ✓ **الاستبيان:** لمعرفة الآراء والأجوبة المختلفة من خلال أسئلة متعددة تطرح من قبل الوزارة حول موضوع محدد.
- ✓ **التواصل مع الوزير:** من خلال هذه البوابة يمكن للجمهور أن يتواصل مع الوزير مباشرة عبر إرسال رسالة حول محتوى ومضمون الموضوع المراد التواصل من خلاله.
- ✓ **المشورات الإلكترونية:** إن حكومة دولة الإمارات مهتمة باستشارة جمهور المتعاملين حول مختلف الأمور التي تهمهم، وفي هذا القسم تطرح الجهات الحكومية مشوراتها لجمع أكبر عدد ممكن من الآراء، ثم تقوم بتحليل تلك الآراء واستخدامها كمعطيات لاتخاذ القرارات التي تهتم المتعاملين، بما يساهم في تعزيز رضاهم وسعادتهم. كن شريكا في اتخاذ القرارات حول الخدمات والسياسات الحكومية في دولة الإمارات العربية المتحدة⁽³⁷⁾.
- ✓ **الخط الساخن:** من خلال الاتصال بالخط الساخن على مدار اليوم.
- ✓ **اقتراحات:** المشاركة من خلال تقديم المقترحات فيما يتعلق بتطوير الخدمات وجودتها للمتعاملين.
- ✓ **التصويت:** من خلال المشاركة في الإدلاء بالرأي حول موضوع ما يطرح من قبل الجهة الحكومية للحصول على تصويت عليه.
- ✓ **وسائل التواصل الاجتماعي:** على تعددها وتنوعها، واتسمت كل منظمة أو هيئة اتحادية من الهيئات محل الدراسة بالتنوع بين ثلاثة أو أربعة أو أكثر من ذلك من الوسائل الاجتماعية التي يمكن من خلالها التفاعل مع الجمهور ومنها:

- فيس بوك: والتي يمكن من خلالها الحصول على معلومات وأخبار ومحتويات نصية ومصورة ومرئية عن الوزارة .
- تويتر: ويمكن من خلاله الحصول على آخر الأخبار والتعاميم الخاصة بالوزارات والهيئات.
- يوتيوب: مشاهدة آخر فعاليات وبرامج ونشاطات وزارة الطاقة والصناعة من خلال يوتيوب.
- إنستجرام: عرض أحدث الفعاليات والبرامج والأنشطة لوزارة الطاقة والصناعة على إنستجرام.
- جوجل: حصل على آخر التحديثات وتابعنا على جوجل بلس.
- بنترست: حصل على آخر التحديثات وتابعنا على بنترست.
- لينكد إن.
- سناب شات.

4- حرصت بعض الوزارات و الهيئات على تزويد موقعها الإلكتروني بلغة الإشارة في إطار استقطاب " ذوي الهمم" للمشاركة الفاعلة ذلك من خلال إمكانية تحويل النص لكلام مسموع، وإمكانية تكبير الخط، وتوفير وصف نصي للمحتوى غير النصي مثل توفير وصف للصور، إمكانية تصفح الموقع وتنفيذ كافة المهام عبر مفاتيح لوحة المفاتيح للمستخدم، إمكانية توفير خاصية تحويل الكلام إلى نص مكتوب.

ثانياً: أبرز إستراتيجيات المشاركة الإلكترونية عبر المواقع الإلكترونية:

1- إستراتيجية الإعلام: Information Strategy

ترتكز هذه الإستراتيجية علي تقديم معلومات للجمهور عن المنظمة لمساعدتهم في تكوين الرأي واتخاذ القرارات، وهي الإستراتيجية التي اعتمدها الوزارات والهيئات الاتحادية بشكل كبير تجاه عملائها من خلال تقديم معلومة عبر منصة الفيس بوك لإخبار الجمهور بالأخبار والمعلومات التي تهمة والخدمات المستحدثة.

2- إستراتيجية التواصل الفعال مع الجمهور: Effective Communications Strategy

تتجسد الفكرة الرئيسية لهذه الإستراتيجية في الاستفادة من إشراك الجمهور بطريقة منهجية لإثراء مناقشاتهم وآرائهم بمجموعة من الأفكار الجديدة والمبتكرة ويتم تطبيق هذه الإستراتيجية من خلال ما يلي :

- إتاحة الفرصة للجمهور لتقديم الأفكار والمقترحات .
- تقديم الحلول لمواجهة التحديات بشكل مباشر عبر صفحة الفيس بوك، أو من خلال إرسال رسالة عبر الصفحة أو حتى عبر البريد الإلكتروني المخصص لمشاركة أكبر عدد من الجمهور.
- إرسال التعليقات والاقتراحات النصية أو المرئية عبر الفيديو.
- تشجيع الجمهور على نشر أفكارهم ورؤاهم الإبداعية والابتكارية .
- إتاحة الفرصة للجمهور للتعاون مباشرة مع القائمين على وسائل التواصل الاجتماعي من خلال تقديم الاستشارات وتبادلها مع بعضهم البعض ومع مسؤول الصفحة مما ينتج عنه تلاقح معرفي وابتكاري.
- إشراك المواطن من خلال تعزيز دوره في عملية صنع القرار مما يعطيه دوراً مباشراً في التأثير على قرارات الحكومة والمساهمة في رسم إستراتيجيتها .
- التنمية: حيث يتم تشجيع المواطنين على المشاركة في تطوير الخدمات المختلفة.
- خلق الأفكار من خلال تبادل الأفكار .
- التعاون: من خلال الاستفادة من الإمكانيات التي توفرها تقنيات المعلومات والاتصالات لتعزيز التعاون مع الجمهور لتقديم أفضل الخدمات.
- الشراكة: من خلال إنشاء شراكة إبداعية بين الجهات الحكومية والمواطنين عبر وسائل الاتصالات الحديثة(38).

3- إستراتيجيه المشاركة الفعالة: Active Participating Strategy

تسعي هذه الإستراتيجية لخلق ارتباط إيجابي بين المنظمة والجمهور من خلال تعزيز التواصل والتفاعل بين الطرفين، وذلك من خلال أشكال متنوعة تقوم بها الوزارات والهيئات من خلال تفاعل الجمهور من خلال التعليقات، وطرح الآراء والمقترحات والاستفسارات إضافة إلى التفاعل والتواصل بإيجابية مع الجمهور من خلال آنية الرد على تعليقات الجمهور واستفساراتهم، وتوفير المعلومات التي يطلبونها، أو الرد عليهم من خلال تزويدهم برابط يوفر لهم الإجابة التي يطلبونها، ويستخدم القائمون بالاتصال في المنظمات هذه الإستراتيجيات للتأكيد على وجود تفاعل وتواصل بين المنظمة وجمهورها، وسعيها من المنظمة لدعم

علاقتها دوماً، ولاشك أن هذه الإستراتيجية تجعل الجمهور ينظر للمنظمة وسلوكياتها بطريقة إيجابية.

4- إستراتيجية التكامل : وتهدف هذه الإستراتيجية إلى تكامل مضمون وأهداف صفحات الوزارات على الفيس بوك مع الأدوات الاتصالية الأخرى التي يتم استخدامها حيث ترتبط وسائل التواصل الاجتماعي للمنظمات الحكومية بالموقع الإلكتروني بشكل أساسي وبخاصة فيما يتعلق بالمشاركة الإلكترونية بين المنظمة وجمهورها مما يعكس نوعاً من التكامل بين الموقع الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي من خلال :

ربط الصفحة بالموقع الإلكتروني.

وجود روابط لمنظمات مشابهة.

وجود روابط لمقاطع فيديو تروج للمنظمة واسمها وفعاليتها المتنوعة.

5- إستراتيجية التواصل: وتهدف لتفاعل الجمهور دائماً مع المنظمة عبر الصفحة من خلال نشر استطلاعات الرأي نتائج استطلاعات الرأي والتعرف على الآراء والاتجاهات والرد على التعليقات والاستفسارات.

- أنواع مشاركات الجمهور عبر المواقع الإلكترونية الخاصة بالوزارات والهيئات الحكومية لدولة الإمارات العربية المتحدة:

تعددت وتنوعت أشكال مشاركة الجمهور عبر المواقع الإلكترونية الخاصة للوزارات والهيئات الاتحادية ويمكننا تصنيف هذه المشاركات إلي:

- المتعلقة على بعض المنشورات أو النصوص لإبداء الرأي فيها .
- طرح أسئلة أو استفسارات متنوعة.
- كتابة تعليقات حول الأخبار والمعلومات المقدمة عبر الصفحة .
- كتابة مقترحات حول الخدمات المقدمة أو الشكاوى حول بعض الجوانب المتعلقة بالخدمات.

المراجع

- (1) هيئة تنظيم الاتصالات، دولة الإمارات العربية المتحدة، الدليل الإرشادي للحكومة الذكية 2013
<https://www.tra.gov.ae/ar/services-and-activities/mgovernment/details.aspx#documents>
- (2)- <https://www.tra.gov.ae/ar/media-hub/press-releases/2018/7/19/>
- (3) -Alharbi, A. et al .(2015),The influence of trust and subjective norms on Citizens Intentions to Engage in E-participation on E-government Websites, Australasian Conference on information systems.
<https://arxiv.org/ftp/arxiv/papers/1606/1606.00746.pdf>
- (4) -<https://publicadministration.un.org/ar/eparticipation>
- (5) البوابة الرسمية لحكومة الإمارات العربية المتحدة، الدليل الإرشادي لممارسات المشاركة الإلكترونية والتواصل الاجتماعي في الجهات الحكومية لدولة الإمارات العربية لمتحدة 2016، الإصدار الثاني
<https://government.ae/ar-AE/resources/guidelines>
- (6)- Al daloul, R.& ABU Shanab, E.(2013),E-Participation levels and technologies, The 6th International Conference on Information Technology (ICIT 2013), The 6th International Conference on Information Technology (ICIT 2013),At: Amman, Jordan ,available at:<http://www.researchgate.net>
- (7)-Al daloul,R.& ABU Shanab,E.(2013),E-Participation levels and technologies, The 6th International Conference on Information Technology (ICIT 2013), The 6th International Conference on Information Technology (ICIT 2013),At: Amman, Jordan ,available at:<http://www.researchgate.net>
- (8)- هيئة تنظيم الاتصالات، دولة الإمارات العربية المتحدة، 2017.
<https://www.tra.gov.ae/ar/media-hub/press-releases/2017/8/15/the-uae-ranked-seventh-globally-in-e-participation-and-ninth-in-digital-government-promotion.aspx>
- (9) - عياد، خيرت وفاروق، أحمد (2015)، العلاقات العامة والاتصال الواسي عبر الإنترنت، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ص 155.
- (10)-Vuori, M. (2012). Exploring uses of social media in a global corporation. Journal of Systems and Information Technology, 14(2), 155_170.
- (11) - عبد المجيد، مها (2016)، الإشكاليات المنهجية في دراسة تطبيقات الإعلام الاجتماعي، المجلة العربية للإعلام والاتصال، العدد 15 ص ص 91-142
- (12) -<http://www.albayan.ae/across-the-uae/news-and-reports/2017-02-06-1.2849805>

- (13)-kent ,M.(2017),Principles of Dialouge and the history of Dialouge theory in public relations, <https://www.researchgate.net/>
- (14)- Austin,L.& Jin,Y.(2017), Social Media and Crisis Communication, Routledge; 1 edition, <https://books.google.ae/books>.
- (15) - العوادلي، سلوى (2015)، استخدام المنظمات غير الهادفة للربح لمواقع التواصل الاجتماعي: دراسة حالة استخدام صفحات الفيس بوك، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، العدد الثاني (إبريل - يونيو)، ص ص 1-40.
- (16)-Zheng,Y.& Schachter ,H.(2018),The Impact of Administrator Willingness on Website E-Participation: Some Evidence from Municipalities,Public Performance & Management Review, Volume 41, Issue 1.
- (17)- He, G.et el .(2017).E-participation for environmental sustainability in transitional urban China,Sustainability Science, Volume 12, Issue 2, pp 187–202.
- (18)-Zheng,Y.& Schachter,H.(2017).Explaining Citizens' E-Participation Use: the Role of Perceived Advantages, Public Organization Review, Volume 17, Issue 3, pp 409–428.
- (19)-Ojasalo J., Tähtinen L., (2017). Digital Participation in an Open Innovation Platform : An Empirical Study on Smart Cities, International Academy of Technology, Education and Developmen, p. 10097-10106,
- (20)-Sarrayrih, M.& Sriram, B.(2015).Major Challenges in developing a successful e-government: A Review on Sultanate of Oman ,journal of king Saud university Computer and information Sciences,27,23-235.
- (21)-Alharbi ,A.et el .(2015),The influence of trust and subjective norms on Citizens Intentions to Engage in E-participation on E-government Websites, Australasian Conference on information systems. <https://arxiv.org/ftp/arxiv/papers/1606/1606.00746.pdf>
- (22)-Bonsón,B.et el (2015)Citizens' engagement on local governments' Facebook sites. An empirical analysis: The impact of different media and content types in Western Europe, Government Information Quarterly, Volume 32, Issue 1, January 2015, Pages 52-62.
- (23)-Tan, k.(2015), E - participation: Connecting Government and Citizens E - participation: Connecting Government and Citizens, <http://www.un.org/esa/socdev/egms/docs/2013/ict/presentation/KarenTan.pdf>

- (24)-Sharma,G.& Kharel,Purusottam.(2015).E-participation concept and web2.0 in E-government,general scientific Research ,Vol(3),No (1),pp1-4.
- (25)-Al-Dalou, Raya. & Abu-Shanab, E.(2013) , E-participation Levels and Technologies, ICIT,The 6th International Conference on Information Technology, https://www.researchgate.net/profile/Emad_Abu-Shanab/publication/273632293_E-articipation_levels_and_technologies/links/552d38fb0cf29b22c9c4c7b3.pdf
- (26)-Sharma,G.(2014). E-Government, E-Participation and Challenging Issues: A Case Study, International Journal of the Computer, the Internet and Management Vol.22 No.1 . pp 23-35.
- (27)-Vivente , M.& Novo .A.(2014)An empirical analysis of e-participation. The role of social networks and e-government over citizens' online engagement, Government Information Quarterly, Volume 31, Issue 3, PP. 379-387.
- (28)-Al daloul,R.& ABU Shanab,E.(2013),E-Participation levels and technologies, The 6th International Conference on Information Technology (ICIT 2013), The 6th International Conference on Information Technology (ICIT 2013),At: Amman, Jordan ,available at:<http://www.researchgate.net>.
- (29) - الدليل الإرشادي لممارسات المشاركة الإلكترونية والتواصل الاجتماعي في الجهات الحكومية، 2017،
<https://government.ae/ar-AE/resources/guidelines>
- (30)- <https://government.ae/ar-AE/about-the-uae/the-uae-government/smart-uae/uae-mgovernment-initiative>
- (31) - هيئة تنظيم الاتصالات
<https://www.tra.gov.ae/ar/services-and-activities/mgovernment/details.aspx#documents>
- (32)- الدليل الإرشادي لمواصفات المحتوى الإلكتروني للجهات الحكومية في دولة الإمارات العربية المتحدة (2015) <https://government.ae/ar-AE/resources/guidelines>
- (33) - الدليل الإرشادي لمواصفات البيانات المفتوحة للجهات الحكومية في دولة الإمارات العربية المتحدة، الإصدار الثاني (2016) <https://government.ae/ar-AE/resources/guidelines>
- (34)- الدليل الإرشادي لكيفية تمثيل جهتك الاتحادية في قنوات التواصل الاجتماعي إصدار 2017،
<https://government.ae/ar-AE/resources/guidelines>

- (35) - الدليل الإرشادي لممارسات المشاركة الإلكترونية والتواصل الاجتماعي في الجهات الحكومية، 2017
<https://government.ae/ar-AE/resources/guidelines>
- (36) - سياسة الاستخدام والردود وإدارة التعليقات، 2017
<https://government.ae/ar-AE/resources/guidelines>
- (37) - <https://www.government.ae/ar-AE/participate/consultations>
- (38) - من المجلس إلى "الوسم": جلسة العصف الذهني الإماراتي إشراك المواطنين باستخدام وسائل الإعلام الاجتماعي،
Http://www.mbrsg.ae/home/publications/case-studies/from-majlis-to-hashtag-the-uae-national-brainstorm.aspx (2015)