

استخدام العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الاتصال الحكومي

دراسة حالة على إمارة أم القيوين 2016-2017

د.معتصم بخيت أحمد الأمين

أستاذ مساعد، الكلية الاماراتية الكندية

مقدمة

تمثل العلاقات العامة ركناً أساسياً في كافة المجالات المتصلة بعلم الادارة الحديثة ، وذلك للأدوار المتعاظمة التي تضطلع بها، لتحقيق صورة ايجابية عن المنظمة المعنية، وإبراز ما تقدمه للجمهور من خدمات، وتلعب بذلك حلقة اتصال، يربط المنظمة بجمهورها فضلاً عن احكام الترابط بين المنتسبين للمنظمة، الأمر الذي يعضد ويعزز الانتاج ويرفع قيمته.

ريادة اي منظمة -في شتى القطاعات- ترتبط بصورة كبيرة بالاستيعاب الحقيقي للجمهور، ومتطلباته الفعلية، ومحاولة تلبية رغباته، عبر استعراض الخدمات المقدمة وتوفير فرص التواصل واشراك الجمهور في برامج التطوير للمنتج او الخدمة ، وهذه المهمة يتحملها رجال العلاقات العامة بما لديهم من خبرات متميزة وما يتوفر لديهم من إمكانيات .

تهتم نظرية الإدارة الحديثة ليس فقط بالوظيفة التقليدية الإدارية من تخطيط وتنظيم ورقابة وإنما، تهتم أكثر بالطريقة التي يعمل بها المدير وكيف ينفق وقته ، وكيف يؤدي عمله ، وماهي الأدوار والأنشطة والمهام التفصيلية التي يقوم بها المدير فعلا أثناء عمله ن فنظرية الإدارة الحديثة تهتم مثلا بأن المدير يلعب أدوارا مثل الاتصال بالأوساط الخارجية ، وتمثيل المنظمة رسميا ، وتجميع وتحليل المعلومات ونشرها والتحدث باسم المنظمة وحل المشاكل وغير ذلك من المهام والأدوار .

وقد أصبح من نافلة القول الحديث عن التزايد المضطرد في صناعة تقنيات الاتصال و المعلومات، حيث ظل العالم يشهد طفرة كبرى في هذا المجال الحيوي ،و نتج عن ذلك زوال الحدود و الحواجز الجغرافية بين شعوب و دول العالم، و بينما كان رأي ماكلوهان في ستينيات القرن الماضي أن العالم أصبح قرية ، فالواقع يقول أن العالم حالياً أضحى بحجم شاشة الهاتف المحمول ، حيث دخلت ثورة

التكنولوجيا كل مجالات الحياة ، من أنظمة صناعية وتجارية وغيرها ، الأمر الذي أسهم كثيراً في دوران عجلة التنمية على نحو عال من السرعة والجودة في نفس الوقت ، فنهضت أمم كثيرة و سطع نجمها بفضل إهتمامها بصناعة تكنولوجيا الاتصال و البرمجيات و تسخيرها في كافة المعاملات . ولم يعد استخدام تكنولوجيا الاتصال و المعلومات ضرباً من الترف كما كان في البدايات .

مشكلة البحث:

تتمثل مشكلة البحث في وجود قصور واضح في استخدام العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي في القطاع الحكومي ، مما يحول دون تحقيق الإتصال الفعال الذي ينبغي أن تمارسه العلاقات العامة .

منهج البحث:

يتبع هذا البحث المنهج الوصفي من خلال عرض الحقائق المتعلقة بموضوع الدراسة ووصفها وتفسيرها ، ثم مسح أساليب العلاقات العامة و تطبيقها على الاتصال الحكومي بإمارة أم القيوين والإستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي في تحقيق أهداف العلاقات العامة .

الإطار الزمني و المكاني: إدارة الاتصال الحكومي بإمارة أم القيوين ، 2016- 2017م

أدوات البحث : الملاحظة و التجربة و التقارير و الدوريات .

دوافع إختيار الموضوع:

هنالك عدة أسباب دفعت الباحث لاختيار الموضوع أهمها :

1. التنويه الى ضرورة مواكبة العلاقات العامة لتطورات الاتصال الرقمي .
2. تناول الدور الايجابي لوسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الاتصال الحكومي
3. التجربة الشخصية للباحث في هذا المجال 1.

1- عمل الباحث بمجال العلاقات العامة في العديد من مؤسسات القطاع الحكومي .

الاطار النظري

مفهوم العلاقات العامة الحديثة:

نشأ مفهوم العلاقات العامة بعد الثورة الصناعية في أوروبا ، وبروز الشركات والمصانع والمؤسسات الكبرى ، والتي أصبحت تعنى بتوثيق الصلة بجمهورها ، ومع تعقيد الحياة وتعدد الأنشطة التي تقوم بها الحكومات والمؤسسات التابعة لها ، والحاجة إلى التواصل مع المجتمع كانت العلاقات العامة هي السبيل إلى التواصل بين الحكومة والجمهور .

هي عملية مستمرة تسعى الإدارة من خلالها المحافظة وتعزيز الفهم والثقة بين المتعاملين معها والجمهور بشكل عام من خلال التحليل الذاتي والتصويب (داخلياً) ومن خلال جميع أساليب التعبير (خارجياً) .

• وتقدم Public Relation News تعريفاً على أنها : وظيفة إدارية لتقييم اتجاهات الجمهور وتربط بين السياسات والإجراءات للفرد أو المنظمة بالمصالح العامة ، وتنفيذ برنامج عملي للحصول على فهم الجمهور وتقبله .

ويعرف قاموس وسائل الاعلام والاتصال الصادر عن لونغمان Longman العلاقات العامة على أنها وظيفة إدارية لتقييم اتجاهات الجمهور ، ويتبع هذه العملية المستمرة السياسات والأنشطة للمنظمة والتي تتماثل مع مصالح الجمهور .

ومن أشمل التعريفات ذلك التعريف الذي قدمه د.ريكس هارلو Rex Harlow أحد علماء الاجتماع ومن الممارسين للعلاقات العامة ، بأن وهو العلاقات العامة هي وظيفة إدارية مميزة تساعد في تأسيس خطوط اتصال وتعاون متبادل والمحافظة عليها بين المؤسسة وجمهورها وتشمل كذلك إدارة المشاكل والقضايا ، وتساعد الإدارة على أن تظل على معرفة بالرأي العامة والاستجابة لها .

ويعرف كريج ارونوف وأوتيس باسكين Craig Aronoff & Otis Baskin العلاقات العامة هي وظيفة إدارية تساعد على تحديد أهداف المنظمة وتسهيل التغيير فيها ، ويقوم رجال العلاقات العامة بالاتصال بالجمهور الداخلي والخارجي ذي الصلة بالمنظمة .

حيث عرّفت العلاقات العامة كوظيفة تخطيطية فقالت : بأنها وظيفة إدارية ذات طابع مخطط ومستمر تهدف من خلالها المنظمات والهيئات العامة والخاصة إلى كسب تعاطف وتأييد أولئك الذين تهتم بهم وتحافظ على ثقتهم ، عن طريق تقييم الرأي العام المتعلق بها من أجل ربط سياستها وإجراءاتها قدر الإمكان ، ومن أجل تحقيق تعاون مثمر أكثر ، ومن أجل مقابلة المصالح العامة بدرجة أكثر كفاءة عن طريق تخطيط المعلومات ونشرها.

أما التعريف الموجز والمفيد هو ما عبر عنه ميلتون بقوله " العلاقات العامة هي الأداء الصادق والإعلان عنه " مذكرة المهارات السلوكية الأمنية " .

وقد برزت الحاجة الى العلاقات العامة لعدة عوامل منها:²

1. إزدياد نفوذ الرأي العام
2. توسع حجم المؤسسات الصناعية و التجارية
3. بروز النقابات و الاتحادات والتي أصبحت تتعامل بنديّة مع أصحاب العمل
4. تحول المجتمعات الى صناعية
5. تطور وسائل الاتصال

الاتصال في العلاقات العامة:

أن الاتصال في مفهوم العلاقات لايعني فقط إعلام الناس أو نقل المعلومات والأخبار لهم ، ولكنه يتجاوز هذه المرحلة إلى مرحلة نقل الاتصال المؤثر الذي يترك أثراً طيباً في نفوس المستقبلين والمشاهدين له ، انه يهدف إلى تحسين الرأي العام نحو المؤسسة ولن يتم ذلك إلا إذا كان ما ينقل من اتصال هو شيء مفيد وفعال ومؤثر .

أن الاتصال الناجح يتطلب توفر ثلاثة عناصر : مرسل الرسالة ، الرسالة ، مستقبل الرسالة ، وينبغي أن تكون تلك عناصر فعالة لكي تتمكن العلاقات العامة من إيصال الفكرة المؤثرة.

²مفاهيم جديدة في العلاقات العامة، فهمي محمد العدوي ، دار أسامة :عمان ، الأردن، 2011، ص 31-33

أ-مرسل الرسالة : ينبغي أن يسعى مرسل الرسالة إلى الوصول إلى الجمهور المعني بالذات بوسيلة صوتية أو بصرية أو الاثنين معاً ، وفي أوقات متقاربة حتى يستطيع أن يترك أثراً في الرأي العام.

ب- الرسالة الإعلامية : يجب أن تحمل الرسالة فكرة ما وان تكون الفكرة محدودة وواضحة وتهم جمهوراً معيناً.

ج- مستقبل الرسالة : لن يتم الاتصال حتى تصل الرسالة إلى مستقبل الرسالة ، وحتى يتسلمها ويصدر منه رد فعل معين ، وبالطبع لن يصدر رد فعل إلا إذا استوعب مستقبل الرسالة وفهمها ووثق فيها وصدقها ، وكلما كان المستقبل راغباً مهتماً بالرسالة كلما استفاد منها وتجاوب معها في سرعة وحرص شديد ، ويلعب الوقت دوراً مهماً في وصول الرسالة ، فالرسالة عبر الراديو إذا بثت على العاشرة صباحاً من أجل العمال فلن تصل إليهم ، ولكن إذا بثت من أجل ربات البيوت فربما يكون هذا الموعد هو الأنسب والأوفق لضمان وصولها إلى عدد كبير منهن.

وسائل الاتصال:

تستخدم العلاقات العامة في ممارسة نشاطها الاتصالي وسائل الإعلام المختلفة وأهمها وسائل الاتصال الجماهيري التي لاغني عنها لأي مؤسسة متحضرة في الوقت الحاضر ، وهي الصحف اليومية والمجلات والإذاعة الصوتية والمرئية (التلفزيون) والفيلم السينمائي . كما تستخدم المؤسسات بعض وسائل الإعلام التي تصدرها بنفسها كمجلة المؤسسة أو النشر الإخبارية و كالمعارض والحفلات والمهرجانات وهناك وسائل الاتصال الشخصي كالخطابية والمحاضرات العامة ومكاتب الاستقبال وغيرها.

ويتوقف استعمال هذه الوسائل على الوضع المالي للمنظمة ، وعلى هدف الاهتمام الذي توليه للعلاقات العامة مع جماهير المنظمة .

• شبكات التواصل الاجتماعي :

لقد شهدت مواقع التواصل الاجتماعي على الانترنت انتشاراً واسعاً خلال السنوات الأخيرة و تعددت وتنوعت محاولة تقديم العديد من الخدمات و تحقيق مختلف الاشباعات و يأتي في مقدمتها موقع

فيسبوك، تويتر، يوتوب، وغيرها، وتعددت تعريفات مواقع التواصل الاجتماعي، وتختلف من باحث إلى آخر، حيث يعرفها "بالاس" « BALAS » 2006 على "إنها برنامج يستخدم لبناء مجتمعات على شبكة الانترنت أين يمكن للأفراد أن يتصلوا ببعض البعض لعدد من الأسباب المتنوعة".

و بالمثل يعم فيها "بريس" « preece » و مالوني كريشمار maloney krichmar (2005) مواقع التواصل الاجتماعي على أنها مكان يلتقي فيه الناس لأهداف محددة و هي موجهة من طرف سياسات تتضمن عدد من القواعد والمعايير التي يقترحها البرنامج.³ وتعرّف على أنها مواقع الانترنت التي يمكن للمستخدمين المشاركة و المساهمة في إنشاء أو إضافة صفحاتها و بسهولة.⁴

وفي تعريف آخر: باللغة الإنجليزية يطلق عليها « social media » لكن هذا المصطلح المتعارف عليه كما نجد مصطلح « social net-work » أي الترابط الشبكي الاجتماعي وهو أدق ومن حسن الحظ أن المصطلح العربي "مواقع التواصل الاجتماعي" أدق من ناحية الوصف.

ويظل السؤال ماذا نعني بمصطلح التواصل الاجتماعي؟ بشكل مبسط هي عملية التواصل مع عدد من الناس (أقارب، زملاء، أصدقاء،...) عن طريق مواقع و خدمات الكترونية توفر سرعة توصيل المعلومات على نطاق واسع فهي مواقع لا تعطيك معلومات فقط بل تتزامن وتتفاعل معك أثناء إمدادك بتلك المعلومات عن من في نطاق شبكتك و بذلك تكون أسلوب لتبادل المعلومات بشكل فوري عن طريق شبكة الانترنت⁵

مواقع التواصل الاجتماعي مثل المقهى المتواجد في قرية صغيرة حيث يجتمع الناس لتبادل المعلومات و الأخبار، الفرق أنك لا تستطيع حمل هذا المقهى بجيبك.⁶

3- نريمان.

4- مواقع التواصل الاجتماعي و أثارها الأخلاقية و القيمة، مذكرة تخرج ماجستير قسم الدعوة والثقافة الإسلامية من إعداد علي محمد بن فتح محمد.

5- خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر، الأردن، ط 2013، ص 24.

6- مواقع التواصل الاجتماعي و أثارها الأخلاقية و القيمة، مرجع سبق ذكره.

وتعرف على أنها المواقع الالكترونية التي توفر فيها تطبيقات الانترنت خدمات لمستخدميها تتيح لهم إنشاء صفحة شخصية معروضة للعامة ضمن موقع أو نظام معين، و توفر وسيلة اتصال مع معارف منشئ الصفحة أو مع غيره من مستخدمي النظام، و توفر خدمات لتبادل المعلومات بين مستخدمي ذلك الموقع أو النظام عبر الانترنت.

وهي المواقع التي تسمح بإنشاء صفحات خاصة بالأشخاص و التواصل مع أصدقائهم و معارفهم، مثل موقع "ماي سبيس"، "فيس بوك".⁷

ويعرفها "زايد" على أنها تجمعات اجتماعية تظهر عبر شبكة الانترنت عندما يدخل عدد كافٍ من الناس في مناقشات عبر فترة كافية من الزمن، يجمع بينهم شعور إنساني كاف، بحيث يشكلون مواقع للعلاقات الشخصية عبر الفضاء الالكتروني. و عرّفت أيضا على أنها تلك المجتمعات الافتراضية و التجمعات الإجتماعية التي تظهر عبر شبكة الانترنت، وتشكلت في ضوء ثورة الاتصالات الحديثة، حيث تجمع بين ذوي الاهتمامات المشتركة بحيث يتواصلون فيما بينهم و يشعرون كأنهم في مجتمع حقيقي.

كما تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي منظومة من الشبكات الالكترونية عبر الانترنت تتيح للمشارك فيها إنشاء موقع خاص فيه و من ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية أو غير ذلك . وهو أيضاً مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت ظهرت مع الجيل الثاني "اللويب"، الذي يتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء(بلد، جامعة، شركة،...)، كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر من إرسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين و معرفة أخبارهم و معلوماتهم التي يتيحونها للعرض.⁸

7- خالد غسان يوسف المقدادي ، مرجع سبق ذكره، ص 24، 25.

8- ليلي احمد جزار: الفيسبوك و الشباب العربي ، مكتبة الفلاح، عمان، 2012، ص 37.

تقوم الفكرة الرئيسية للشبكات الاجتماعية على جمع بيانات الأعضاء المشتركين في الموقع و يتم نشر هذه البيانات بشكل علني حتى يجتمع الأعضاء ذوي المصالح المشتركة و الذين يبحثون عن ملفات أو صور ... الخ ، أي أنها شبكة مواقع فعالة تعمل على تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف و الأصدقاء، كما تمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال ببعضهم البعض و بعد طول سنوات تمكنهم أيضاً من التواصل المرئي و الصوتي و تبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توطد العلاقة الاجتماعية بينهم.⁹

و تعرف مواقع التواصل الاجتماعي أيضا على أنها منظومة من الشبكات الالكترونية عبر الانترنت تتيح للمشارك فيها إنشاء موقع خاص فيه و من ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات و الهوايات نفسها.¹⁰ ، و هي بذلك تقع ضمن منظومة الإعلام الجديد الذي يستخدم ذات الوسائل الاتصالية التي تستفيد من تقنيات الاتصال الحديثة و الوسائط المتعددة .

وتضع كلية "شريديان التكنولوجية « cheridan » تعريفا إجرائيا للإعلام الجديد بأنه: " أنواع الإعلام الرقمي الذي يقدم في شكل رقمي و تفاعلي ويعتمد على اندماج النص والصورة و الفيديو و الصوت، فضلا عن استخدام الكمبيوتر كآلية رئيسية له في عملية الإنتاج و العرض، أما التفاعلية فهي تمثل الفارق الرئيسي الذي يميزه و هي أهم سماته.¹¹

وتعرف على أنها تلك المواقع الاجتماعية التي تتيح لمتصفحها إمكانية مشاركة الملفات و الصور وتبادل مقاطع الفيديو ، وكذلك مكنتهم من إنشاء المدونات الالكترونية، و إجراء المحادثات الفورية، وارسال الرسائل، و تصدرت الشبكات الاجتماعية هذه ثلاثة مواقع هامة و رئيسية هي :

9 - ليلى احمد جرار : ، مرجع سبق ذكره،ص38 .

10- زاهر رامي : استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، ع 15، جامعة عمان الأهلية، عمان، 2003، ص23.

11- عباس مصطفى صادق: الإعلام الجديد، البوابة العربية لعلوم الإعلام والاتصال، 2011، ص 09 .

"الفيسبوك" "تويتر"، وموقع مقاطع الفيديو "اليوتيوب". فقد أصبحت الوسيلة الأساسية لتبادل المعلومات والأخبار الفورية في متابعة مسار و تطورات الأحداث.¹²

بدأت مجموعة من المواقع الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينات مثل (كلاس ميتس) عام 1995 للربط بين زملاء الدراسة، و موقع سكس (دجريس) عام 1997 حيث ركز الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص، و كانت تقوم فكرته أساسا على فكرة بسيطة يطلق عليها -الدرجات الست للانفصال- ، وظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين و خدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء، و ظهر أيضا عدة مواقع أخرى مثل "لايف جورنال" و موقع "كايورلد" الذي أنشئ في كوريا سنة 1999، و كان ابرز ما ركزت عليه مواقع التواصل الاجتماعي في بدايتها خدمة الرسائل القصيرة و الخاصة بالأصدقاء.¹³ وهذا ما عرف بالمرحلة الأولى .

المرحلة الثانية : و يشير إلى مجموعة من التطبيقات على الويب (مدونات، مواقع المشاركة، الوسائط المتعددة وغيرها...) اهتمت بتطوير التجمعات الافتراضية مركزة على درجة كبيرة من التفاعل و الاندماج و التعاون، ولقد ارتبطت هذه المرحلة بشكل أساسي بتطور خدمات شبكة الانترنت، و تعتبر مرحلة اكتمال الشبكات الاجتماعية، و يمكن أن نؤرخ لهذه المرحلة بانطلاقة موقع -ماي سبايس- وهو الموقع الأمريكي المشهور، ثم موقع الفيسبوك.

وتشهد المرحلة الثانية من تطور الشبكات الاجتماعية على الإقبال المتزايد من قبل المستخدمين لمواقع الشبكات العالمية، ويتناسب ذلك مع تزايد مستخدمي الانترنت على مستوى العالم.

حيث ظهرت بعد المحاولات الأخرى إلا أن الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية كما نعرفها اليوم كان مع بداية عام 2002، حيث ظهر موقع "فرنذر Friendster" الذي حقق نجاحا دفع "غوغل" إلى

12- "تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين"، رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال للطالب محمد المنصور، مجلس كلية الاداب و التربية، الاكاديمية العربية

في الدنمارك، 2012

13- عادل امينة و هبة خليفة: الشبكات الاجتماعية و تأثيرها على الاخصائي و المكتبة، دراسة شاملة للتواجد و الاستخدام لموقع

http://.eleagpt.com/downloads/2009/amina_heba.doc.2013/1/3.

محاولة شرائه سنة 2003، لكن لم يتم التوافق على شروط الاستحواذ، و في النصف الثاني من نفس العام ظهر في فرنسا موقع "سكا يروك" تحقيق « skyrock » كمنصة للتدوين ثم تحول بشكل كامل إلى شبكة اجتماعية سنة 2007، و قد استطاع موقع "سكا ي روك " تحقيق انتشار واسع ليصل في جانفي 2008 إلى المركز السابع في ترتيب المواقع الاجتماعية وفقا لعدد المشتركين.

و مع بداية 2005 ظهر موقع "ماي سبايس " الأمريكي الشهير الذي تفوق على "غوغل" في عدد مشاهدات صفحاته، و يعتبر موقع "ماي سبايس " من أوائل الشبكات الاجتماعية و أكبرها على مستوى العالم و معه منافسه الشهير "فيسبوك Facebook " و الذي كان قد بدأ في الانتشار المتوازي مع "ماي سبايس" ، حتى قام "فيسبوك" في 2007 بإتاحة تكوين تطبيقات للمطورين، وهذا أدى إلى زيادة إعداد مستخدمي "فيسبوك" بشكل كبير، وعلى مستوى العالم، و نجح بالتفوق على منافسه اللوذ "ماي سبايس " عام 2008، أيضا ظهرت عدة مواقع أخرى " twitter " "YouTube"، لتستمر ظاهرة مواقع الشبكات الاجتماعية في التنوع و التطور.¹⁴

أهم أنواع مواقع التواصل الاجتماعي :

منذ الظهور الأول لمواقع التواصل الاجتماعي تعددت وتنوعت بين شبكات شخصية وعامة تطمح لتحقيق أهداف محددة "تجارية مثلا" و منذ بدايتها اختلفت المواقع التي تصدر القائمة بين سنة و أخرى ، فتاريخيا كان لموقع "سكس ديفريز" أهمية كبيرة و صدى واسع مع بداياته الأولى، و كذلك موقع " أوماي نيوز" و غيرها، و مع تطور مواقع التواصل الاجتماعي أصبح تصنيفها يأتي بالنظر إلى الجماهيرية حيث تصدر القائمة عدد من الشبكات و أهمها : "الفيسبوك" "تويتر" "يوتيوب" و هي المواقع التي نتحدث عنها باعتبارها أهم مواقع التواصل الاجتماعي في الوقت الحالي و كذا بالنظر إلى اختلاف تخصص كل موقع.

14- زاهر رامي : استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، ع 15، جامعة عمان الأهلية، عمان، 2003، ص23.

• الاتصال الحكومي في إمارة أم القيوين (حالة دراسية)

ترتبط أهمية الاتصال الحكومي بالأهداف التي تسعى العلاقات العامة الحكومية لتحقيقها ومن بينها¹⁵:

- تقديم النصح و الإرشاد للإدارات
 - بناء جسر من الثقة بين المؤسسة و العاملين
 - تعمل كمساعد للحكومة بتقديم الخدمات للمجتمع
 - إبراز مساهمات المؤسسة في المجتمع
- بحث مجالات التواصل الإعلامي والشراكة مع مختلف المؤسسات الحكومية بما يدعم سياسات وبرامج حكومة أم القيوين وخطتها الاستراتيجية.
- القيام بمختلف الأنشطة الإعلامية وتطوير أدوات التواصل الفعال مع مختلف فئات المتعاملين والجمهور.

إدارة وتنظيم الأنشطة الإعلامية وتشجيع الاستخدام الأمثل لمهارات وأدوات الاتصال. الإشراف على تطبيقات الهوية المؤسسية للحكومة.

إدارة وتطوير محتوى المواقع الإلكترونية وقنوات التواصل الاجتماعي.

60% خريجي الاختصاصات المختلفة عن إدارة الاتصال الحكومي .

40% خريجي الاختصاصات المتعلقة بالاتصال الحكومي .

استخدامات وسائل الإتصال المختلفة :

المواقع الإلكترونية.

مواقع التواصل الاجتماعي.

الجهات والمؤسسات الحكومية المحلية التابعة لحكومة أم القيوين :

بلدية أم القيوين

– دائرة الأشغال والخدمات العامة

15- فهمي محمد العدوي ، مرجع سابق ، ص 33.

- دائرة الأراضي والأموال
- دائرة التخطيط والمساحة
- هيئة مدينة أم القيوين الصناعية
- دائرة التنمية الاقتصادية
- دائرة الشؤون المالية والإدارية
- دائرة الرقابة المالية
- دائرة الحكومة الالكترونية
- شبكة أم القيوين الإذاعية
- بلدية فلج المعلا
- مؤسسة الموانئ والجمارك والمنطقة الحرة.

الدراسة الميدانية

اختار الباحث عينة عشوائية ذات طابع عمدي من العاملين في مجال الاتصال الحكومي و الإدارات و الأقسام المشابهة ، حيث شملت العينة 112 مفردة ، تم توزيع الاستبيان عليهم لم يلتزم سبعة منهم بملء الإستبيان ، و تم استبعاد خمس استمارات ليصبح العدد الكلي مائة إستمارة ، بعد ذلك قام الباحث بتفريغ الإستمارات ، ثم تحليل و معالجة البيانات الواردة كما تبين الجداول التالية :

أولاً: نوع المبحوثين:

النسبة %	التكرار	النوع
58%	58	ذكر
42%	42	انثى

من الجدوا أعلاه يتبين أن عدد الذكور أكثر من الإناث ، ويعود ذلك لطبيعة المهنة التي تعتمد على جهود ادارية و شخصية للقيام بأعباء الإتصال الحكومي.

ثانياً: الفئات العمرية للمبحوثين:

النسبة %	التكرار	الفئات العمرية
41%	41	25-15
22%	22	35-26
20%	20	45-36
17%	17	اكثر من 45

يلاحظ أن الفئة العمرية الأكثر هي من 15 إلى 25 ، و هو ما نسبته 41% ، و يعتبر مؤشراً إيجابياً ، فالشباب يمتلكون النشاط و الحيوية و العطاء المتدفق ، لذ فهم مؤهلون إلى القيام بأعباء الوظيفة خير قيام

رابعاً: التخصص:

النسبة %	التكرار	التخصص
11%	11	اعلام
20%	20	علم اجتماع
25%	25	ادارة
7%	7	اداب
38%	38	اخرى

فيما يتعلق بتخصصات العاملين في مجال العلاقات العامة و الاتصال الحكومي جاءت التخصصات الأقرب بنسب أقل ، فيما احتل المتخصصون في مجالات أخرى النسبة الأكبر بنسبة 38% ، و يرى الباحث أن هذا يعود إلى حداثة وظيفة العلاقات العامة الإتصال الحكومي .

خامساً: استخدام وسائل الإتصال:

الوسيلة	دائماً	أحياناً	نادراً
إذاعة	74	19	7
تلفزيون	48	44	8
صحف	64	25	11
مجلات	15	41	44
نشرات	38	20	42
ندوات	39	42	19
مؤتمرات	35	26	39

أما استخدام العلاقات العامة لوسائل الإتصال فجاءت النتائج كما يلي:

- الإذاعة : أشار غالبية المبحوثين الى ان ادارات العلاقات العامة و الاتصال الحكومي تستخدم الإذاعة من ضمن وسائل الاتصال التقليدية دائماً و بنسبة 78%، مما يشير إلى الدور الكبير الذي تلعبه الإذاعة لإدارات العلاقات العامة والاتصال الحكومي كوسيلة إتصال .
- التلفزيون : تقاربت آراء أفراد العينة حيث رأى 52% أن دارات العلاقات العامة والاتصال الحكومي تستخدم التلفزيون دائماً فيما رأى 48% أنها تستخدمه أحياناً . ومعلوم بالضرورة التأثير الكبير للتلفزيون على قطاعات الجماهير المختلفة .
- الصحف : أجاب غالبية المبحوثين بأنهم يستخدمون الصحف بشكل دائم بنسبة 68% ، و هذا يدل على أن الصحف لا زالت تحظى بأهمية دور الصحف من بين وسائل الاتصال رغم المنافسة القوية من الوسائل الالكترونية .

- المجالات : رأت النسبة الأعلى من أفراد العينة استخدامها المجالات أحياناً و نادراً ، و ربما يرتبط ذلك بتكلفة إنتاج المجالات و قلة الاقبال عليها مقارنة بوسائل الاتصال الالكترونية .
- النشرات: انحصرت نسب استخدامها بين نادرا 46% و 42% دائماً . و هي ذات أهمية كبيرة و عبرها يمكن الوصول الى عدد كبير من جماهير المتعاملين .
- الندوات : أبان 46% من أفراد العينة إلى انهم يستخدمون الندوات أحياناً ، فيما أشارت النسبة المتبقية إلى أنهم يستخدمون الندوات دائماً ، و يبين ذلك اهتمام إدارات العلاقات العامة و الاتصال الحكومي بالندوات .
- المؤتمرات : ذهب أكثر المبحوثين إلى أن إدارات العلاقات العامة و الاتصال الحكومي تستخدم المؤتمرات نادراً بنسبة 43% ، ز 39% دائماً ، و يعزي الباحث هذا الأمر إلى تكلفة تنظيم المؤتمرات رغم أهميتها .

سادساً: استخدام وسائل التواصل الإجتماعي:

النسبة المئوية	التكرار	الوسيلة
28	72	إنستغرام
42	58	تويتر
28	72	يوتيوب
42	58	فيسبوك
52	48	لنكد إن

فيما يتعلق باستخدام إدارات العلاقات العامة و الاتصال الحكومي لوسائل التواصل الإجتماعي جاءت النتائج على النحو الآتي:

جاء موقع إنستغرام في المرتبة الأولى بنسبة 78% ، و مرد ذلك أن غالبية المستخدمين هم من فئة الشباب من سن 15 إلى 35 ، فضلاً عن أنه يتمتع بإمكانية النشر بسرعة لكونه يعتمد على الصور و الفيديو ولا يعتمد على تحرير النص كثيراً. جاءت بعد انستغرام المواقع الأخرى تويتر ، يوتيوب ، فيسبوك و اخيراً لنكد ان ، و هي تتفاوت فيما بينها من حيث المميزات في النشر و بث الوسائط المتعددة و غيرها من مكونات المحتوى الإلكتروني.

نتائج البحث:

و قد توصل البحث إلى عدة نتائج اهمها ما يلي :

1. لا توجد ادارة متخصصة في مجال الاتصال الحكومي
2. إختصاصات الاتصال و الإعلام تشترك في أدائها عدد من الإدارات و الأقسام
3. هناك قصور في استخدام وسائل التواصل الإجتماعي
4. تركيز على وسائل الاتصال التقليدية.

التوصيات:

1. إنشاء إدارة متخصصة في مجال الاتصال الحكومي ، و ذلك لتوحيد قنوات الاتصال في جسم واحد يسهل معه التعامل مع وسائل الاتصال المختلفة .
2. الإستفادة من تجارب الإمارات الأخرى في مجال الإتصال الحكومي و خاصة الشارقة و دبي ، و تطبيقها على إمارة ام القيوين .
3. زيادة الإهتمام بإنشاء صفحات على وسائل التواصل الإجتماعي لضمان الوصول إلى كافة قطاعات جمهور المتعاملين مع المؤسسات .
4. مراعاة التكامل في استخدام وسائل الاتصال التقليدية و الحديثة لتحقيق الهدف النهائي من عملية الاتصال بين المؤسسات و الجمهور المستهدف .

- المراجع و المصادر
- 1. عمل الباحث بمجال العلاقات العامة في العديد من مؤسسات القطاع الحكومي .
- 2. مفاهيم جديدة في العلاقات العامة، فهمي محمد العدوي ، دار أسامة :عمان ، الأردن ، 2011. ص 31-33
- 3. نريمان.
- 4. مواقع التواصل الاجتماعي و أثارها الأخلاقية و القيمة، مذكرة تخرج ماجستير قسم الدعوة والثقافة الإسلامية من إعداد علي محمد بن فتح محمد.
- 5. خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر، الأردن، ط 1، 2013، ص 24.
- 6. مواقع التواصل الاجتماعي و أثارها الأخلاقية و القيمة، مرجع سبق ذكره.
- 7. خالد غسان يوسف المقدادي ، مرجع سبق ذكره، ص 24، 25.
- 8. ليلى احمد جرار: الفيسبوك و الشباب العربي ، مكتبة الفلاح، عمان، 2012، ص 37.
- 9. ليلى احمد جرار : ، مرجع سبق ذكره، ص 38 .
- 10. زاهر رامي : استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، ع 15، جامعة عمان الأهلية، عمان، 2003، ص 23.
- 11. عباس مصحفى صادق: الإعلام الجديد، البوابة العربية لعلوم الإعلام والاتصال، 2011، ص 09 .
- 12. "تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين"، رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال للطلاب محمد المنصور، مجلس كلية الاداب و التربية، الاكاديمية العربية في الدنمارك، 2012
- 13. عادل امينة و هبة خليفة: الشبكات الاجتماعية و تاثيرها على الاخصائي و المكتبة، دراسة شاملة للتواجد و الاستخدام لموقع http://.eleagypt.com/downloads/2009/amina_heba.doc.2013/1/3.
- 14. زاهر رامي : استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، ع 15، جامعة عمان الأهلية، عمان، 2003، ص 23.
- 15. فهمي محمد العدوي ، مرجع سابق ، ص 33.