

## مشاركة الجمهور الرقمية على الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية المصرية

أ. دينا أشرف أحمد محمد\*

إشراف : أ.د. محمود يوسف\*\*

إشراف مشارك : د/ مسعد صالح\*\*\*

### ملخص الدراسة:

تشكل الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية على شبكات التواصل الاجتماعي أحد المنصات التفاعلية التي يستخدمها الجمهور المصري للتعرف على القضايا والمعلومات الخاصة بالقضايا المختلفة، حتى انه تغيرت أدوار الجمهور من مجرد مستقبلين للقرارات الحكومية الى أحد الفاعلين في عملية اتخاذ هذه القرارات، بحيث أصبحت تلك الوزارات تستجيب لبعض متطلبات المواطنين وآرائهم بخصوص القضايا التي تخصهم، ولأن قدرة مشاركة الجمهور الرقمية ودورها في عملية اتخاذ القرارات من قبل المسؤولين تتوقف على درجة استجابة تلك الوزارات لمتطلبات المواطنين والسماح لهم بقدر أكبر من الحرية تجعلهم أكثر حرية في التعبير عن آرائهم كما تتوقف على الاستراتيجيات الاتصالية التي تتبعها في ذلك، فإن مشكلة الدراسة الحالية تتلخص في معرفة كيف يمكن للصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية أن تعزز من مشاركة الجمهور الرقمية، وتهدف المشاركة الرقمية بشكل اساسي في أن يشترك ويساهم الجمهور في عملية صنع القرار من خلال المشاركة في المقترحات والملاحظات وإبداء الرأي باستخدام التكنولوجيا وأدوات المشاركة الإلكترونية والتي لها أثر كبير في تحقيق أهداف الحكومات، ولهذا قامت الحكومات في بعض الدول بتوفير قنوات تواصل إلكترونية مختلفة مع المتعاملين للوقوف على آرائهم ومقترحاتهم والتي تساهم في رفع مستوى رضا المتعاملين وتحسين جودة تقديم الخدمات.

**الكلمات المحورية:** المشاركة الرقمية الصفحات الرسمية للوزارات نظرية المجال العام الاتصال الحكومي

\*المدرس المساعد بكلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا

\*\* الأستاذ بقسم العلاقات العامة والإعلان - كلية الإعلام - جامعة القاهرة.

\*\*\*المدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان- كلية الإعلام - جامعة القاهرة .

## Digital public participation on the official pages of Egyptian government institutions

Dina Ashraf Ahmed Mohamed\*

### The summary:

The official pages of government institutions on social media networks constitute one of the interactive platforms used by the Egyptian public to learn about issues and information related to various issues. To the extent that the roles of the public have changed from mere recipients of government decisions to one of the actors in the process of making these decisions, such that these ministries have become responsive to some... Citizens' requirements and opinions regarding issues that concern them, and because the ability of digital public participation and its role in the decision-making process by officials depends on the degree to which these ministries respond to citizens' requirements and allowing them a greater degree of freedom makes them more free to express their opinions. It also depends on the communication strategies that they follow in Therefore; the problem of the current study is to know how the official pages of government institutions can enhance the public's digital participation. Digital participation essentially aims for the public to participate and contribute to the decision-making process by participating in suggestions, observations, and expressing opinions using technology and electronic participation tools, which It has a significant impact on achieving the goals of governments, which is why governments in some countries have provided various electronic communication channels with customers to obtain their opinions and suggestions, which contribute to raising the level of customer satisfaction and improving the quality of service provision.

**Key words:** digital participation, official pages of ministries, public sphere theory, government communication

---

\* Assistant lecturer at the Faculty of Media and Mass Communication at  
Misr University for Science and Technology

## مقدمة:

تعد المشاركة الرقمية عنصراً أساسياً في المشاركة الاجتماعية وحقاً أساسياً من حقوق الإنسان وفقاً لاتفاقية الأمم المتحدة لحقوق الأشخاص ذوي الإعاقة،<sup>1</sup> وتشير المشاركة **engagement** بشكل عام إلى أنها ظاهرة تصف جميع أشكال الانتباه لدى المستخدم ومشاركته عبر وسائل الإعلام، وما ساعد على انتشارها ظهور الأخبار عبر الإنترنت وقبولها السريع، والتي سمحت بفرص جديدة ومتنوعة لتفاعل المستخدم مع المحتوى،<sup>2</sup> ويقصد بها مشاركة المواطنين في القضايا الاجتماعية في المجتمع، حيث اختبر الباحثون كيف يساهم استخدام الوسائط الرقمية لأغراض إعلامية في تعزيز العمليات الديمقراطية وإنشاء رأس المال الاجتماعي.<sup>3</sup> كما أنها مجموعة من الفرص المتاحة لمن هم خارج الحكومة للمشاركة في عمليات صنع السياسات، حيث تتم مشاركة المواطنين وأصحاب المصلحة بقيادة الحكومة لتحقيق أهداف واسعة النطاق تتمثل في تحسين فعالية الحكومة وتعزيز الشرعية المتصورة للعمل الحكومي.<sup>4</sup> وهناك ثلاثة جوانب رئيسية للمشاركة الرقمية تتمثل في المشاركة في التقنيات الرقمية، مما يعني الوصول إلى الأجهزة الرقمية واستخدامها بكفاءة، والمشاركة من خلال التقنيات الرقمية، مما يعني المشاركة من خلال خيارات الوصول البديلة وأخيراً المشاركة داخل العالم الرقمي، ويعني المشاركة الفعالة في الشبكات الاجتماعية والخدمات الرقمية ووسائل الإعلام.<sup>5</sup>

والمشاركة الرقمية تدعم الاتصالات بين الحكومات والمواطنين وتمكن المواطنين ليكونوا أكثر انغماساً 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.<sup>6</sup>

ويشير مصطلح المشاركة الرقمية إلى المشاركة النشطة في المجتمع الرقمي من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة (ICT)، مثل الإنترنت. ولا تشمل هذه المشاركة الوصول إلى الإنترنت فحسب، بل تتضمن أيضاً العديد من الخدمات والمحتوى عبر الإنترنت، ويمكن أن يؤدي عدم المشاركة في العالم الرقمي إلى الشعور بالإقصاء الاجتماعي، في حين أن الشعور بالاندماج الاجتماعي قد ينشأ من خلال الوصول إلى الإنترنت بالإضافة إلى الرغبة والمهارات اللازمة لاستخدامه.<sup>7</sup>

وتهدف المشاركة الرقمية بشكل اساسي في أن يشترك ويساهم الجمهور في عملية صنع القرار من خلال المشاركة في المقترحات والملاحظات وإبداء الرأي باستخدام التكنولوجيا وأدوات المشاركة الإلكترونية والتي لها أثر كبير في تحقيق أهداف الحكومات، ولهذا قامت الحكومات في بعض الدول بتوفير قنوات تواصل إلكترونية مختلفة مع المتعاملين للوقوف على آرائهم ومقترحاتهم والتي تساهم في رفع مستوى رضا المتعاملين وتحسين جودة تقديم الخدمات.

### الدراسات السابقة:

تناولت عدد من الدراسات الإعلامية أهمية المشاركة الرقمية للجمهور فقد اشارت دراسة **Aden, Kadir (2023)**<sup>8</sup> الي اعتماد الجمهور محل الدراسة علي المنصات الرقمية من أجل إقامة اتصال تفاعلي مع الحكومة من أجل توصيل الشكاوي المتعلقة بالكثير من الخدمات التي تقدمها الحكومة مما يساعد أعضاء الحكومة علي التعريف بالمشاكل والعمل علي وضع حلول لها، كما بينت نتائج الدراسة ان المشاركة الرقمية أثرت بشكل كبير علي ادراك الجمهور مدي القدرة علي محاسبة الحكومة المحلية (**perception accountability (PA)**، بالإضافة الي ادراك الجمهور مدي الشفافية التي تتمتع بها الحكومة **perception transparency (PT)** مما انعكس بشكل كبير علي درجة الرضا عن أداء الحكومة، وهو ما أكدته دراسة **Suha AlAwadhi (2023)**<sup>9</sup> التي توصلت الي أن الحكومة الكويتية تقوم باستخدام الإعلام الرقمي كوسيلة فعالة من اجل التواصل مع الجمهور المحلي، كما بينت نتائج الدراسة أن هناك مجموعة من العوامل التي تؤثر علي استخدام الجمهور للمنصات الحكومية الرقمية ومن بينها مدي الثقة في تلك المنصات والتي تؤثر بشكل كبير علي اعتماد الجمهور الكويتي علي الحسابات الرقمية الحكومية للتواصل معها، في حين أوضحت دراسة **Simone van de Wetering (2023)**<sup>10</sup> تعدد القنوات الاتصالية الرقمية التي يعتمد عليها مشجعوا النشاط الرياضي في البرتغال، كما بينت نتائج الدراسة اتجاهات المشجعين أن المنصات الرقمية تسعى الي تعزيز وتمكين الجماهير من خلال الخطاب الاتصالي للمستخدم في تلك المنصات والتي تسعى الي تشجيع الجمهور علي فتح حوار ومناقشات فعالة من أجل التعرف علي جميع التحديات والعمل علي وضع جدول زمني لحلها، ايضاً اشارت دراسة **Helena Knupfer (2023)**<sup>11</sup> الي أن الجمهور محل الدراسة كان حريصا علي فتح النقاشات المتعلقة بالقضايا البيئة مع نشطاء البيئة أو ما يعرف بـ **greenfluencer**، كما بينت نتائج الدراسة ان هناك علاقة طردية

إيجابية بين الاهتمام المسبق بقضايا البيئة وبين اهتمام الجمهور بالقضايا المتعلقة بالبيئة علي مواقع التواصل الاجتماعي، كما بينت نتائج الدراسة ان الدخول في نقاشات مع نشطاء البيئة كان مصدر هام للجمهور محل الدراسة نحو الاعتماد بالقضايا البيئية والالتزام بالسلوكيات المتعلقة بالمحافظة عليها، وهو ما يتفق مع نتائج دراسة **João Vidal Carvalho (2023)**<sup>12</sup> حيث أشارت الي دور مواقع التواصل الاجتماعي في طرح ومناقشة القضايا المتعلقة بالرياضة وتعميق فهم الجمهور من الشباب نحو القضايا المتعلقة بالرياضة البرتغالية ومناقشة التحديات التي تواجه الرياضة المحلية خاصة كرة القدم.

وتناولت دراسة **Geqi Wu (2022)**<sup>13</sup> تفاعل الجمهور الصيني مع الأخبار المنشورة علي حساب صحيفة الشعب الصينية **People's Daily** علي منصة **WeChat**، وأكدت الي أن هناك مجموعة من العوامل تؤثر علي درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة لزيادة التفاعل بين الجمهور من بينها صدق الأخبار المنشورة وذلك من خلال المصدر الذي يقوم بنشر الخبر والذي يشجع الجمهور علي مناقشة الأخبار المنشورة علي مواقع التواصل الاجتماعي، كذلك من بين الأسباب هو مدي ايجابية الأخبار المنشورة علي مواقع التواصل الاجتماعي، وسلطت دراسة **Badham, Mark (2022)**<sup>14</sup> الضوء علي العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي وبين زيادة الارتباط والتفاعلية بين الجمهور، وخلصت الي ان مواقع التواصل الاجتماعي تعتمد علي نشر الأخبار المتعلقة بالقضايا المختلفة ليس فقط من اجل زيادة المعرفة بتلك الأخبار ولكن أيضاً من خلال زيادة التعليقات بتلك القضايا المختلفة، وان مواقع التواصل الاجتماعي تعتبر من أهم الوسائل الاعلامية التي توفر الاتصال التفاعلي بين المستخدمين حول القضايا المنشورة، وبالتطبيق علي القضايا المتعلقة بالحملات الانتخابية اليابانية في 2021 أكدت دراسة **Robert A. Fahey (2022)**<sup>15</sup> علي اعتماد الجمهور محل الدراسة علي مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة لمتابعة الأخبار المتعلقة بالحملات الانتخابية وبرامج المرشحين السياسيين، كما بينت الي أن الجمهور يعتمد علي المنصات الرقمية من أجل مناقشة القضايا المتعلقة بالمجتمع الياباني واءراء المرشحين السياسيين نحوها سواء كانت قضايا سياسية او اقتصادية او اجتماعية، ويتوافق ذلك مع نتائج دراسة نورة أحمد يوسف (2021)<sup>16</sup> والتي توصلت وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة الاعتماد علي مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول علي المعلومات التطوعية والتأثيرات الناتجة، وفي نفس السياق أكدت دراسة (2020)<sup>17</sup>

Song Hamis A، Qiongyao Serena Rang على تفعيل المؤسسات الثقافية الحوار خاصة على منصات وسائل التواصل الاجتماعي، وأصبحت وسائل الإعلام الاجتماعية موضوع شائع لعلماء العلاقات العامة الرقمية واعتبار تطبيقات الهاتف المحمول أداة اتصال فعالة وتفاعلية، كما أكدت الدراسة مشاركة الجمهور وتأثره بالمحتوى المنشور على المواقع الإلكترونية موضع الدراسة، كما أكدت نتائج دراسة محمود عبد التواب حسن (2021)<sup>18</sup> اعتماد صانعي القرار بجمهورية مصر العربية على وسائل التواصل الاجتماعي في اتخاذ القرارات فيما يتعلق بمدى استفادة عينة الدراسة من وسائل التواصل الاجتماعي فقد أكد غالبية عينة الدراسة أنهم قد استفادوا من وسائل التواصل الاجتماعي بنسبة بلغت (100%)، وأكدت نتائج الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي قد تكون بديلاً عن الاتصال الشخصي، وأنها قد تعد مدخلاً اتصالياً سيكولوجياً، وبالتطبيق على تفاعل الجمهور المصري حول أزمة فيروس كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي اشارت دراسة بسنت مراد فهمي (2020)<sup>19</sup> أن مواقع التواصل الاجتماعي تصدرت المقدمة في مصادر الحصول على المعلومات حول الأزمة، وجاءت صفحات الدولة الرسمية على تلك المواقع في المقدمة من بين مصادر المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي، وأكدت وجود علاقة معنوية دالة بين درجة متابعة الجمهور للمحتوى الخاص بالأزمة طبقاً لنوعي (جاد أو ساخر وكوميدي) ودرجة الاقتناع بعدم خطورة فيروس كورونا، وهو ما يؤكد نتائج دراسة كاملية عبد السلام محمد (2020)<sup>20</sup> التي توصلت الي وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة أخبار كورونا وآرائهم في تأثير الفيسبوك على علاقاتهم الأسرية، وكذلك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى اعتقاد المبحوثين بتأثير استخدامهم للفيس بوك على علاقاتهم الأسرية خلال فترة الحظر وتقييمهم لتواجدهم خلال هذه الفترة على صفحات الفيس بوك.

وقد أكد عدد آخر من الدراسات تأثير طبيعة المعلومات التي تقدمها المؤسسات الحكومية على صفحاتها عبر وسائل التواصل الاجتماعي ومستوى جودتها على مشاركة الجمهور لهذه المؤسسات قد تبدأ بإعادة نشر المعلومات وصولاً للرأي في القضايا المختلفة. و هي المشاركة التي تساعد في صناعة القرار على نحو يعزز ديمقراطية النظام السياسي وشرعية الحكومات. فقد توصلت دراسة Khurram & Arshad (2020)<sup>21</sup> من خلال المسح الذي طبق على عينة من متابعي الصفحة الرسمية على فيسبوك وتويتز لهيئة الغذاء بباكستان، ودراسة (2019)<sup>22</sup>

**Hariguna et al** التي اعتمدت على مسح عينة من الجمهور العام في إندونيسيا لتحديد تأثير استخدامه لوسائل التواصل الاجتماعي على مشاركته في خدمات الحكومة الإلكترونية، إلى أن جودة المعلومات المقدمة على الحسابات الرسمية للمؤسسات الحكومية على وسائل التواصل، واختلاف وتنوع المضمون من العوامل التي تدفع الجمهور إلى المشاركة؛ حيث تشعب هذه المعلومات الاحتياجات المعرفية المختلفة للجمهور، وتوصلت **عبير محمد عباس (2018)**<sup>23</sup> الي أن وسائل الإعلام الاجتماعي أصبحت مجال عام للاتصال السياسي ومن الوسائل التي لا يمكن الاستغناء عنها، وتزيد الحملات الانتخابية على وسائل الإعلام الاجتماعي من نسبة المشاركة في الانتخابات الرئاسية الواقعية، كما اتضح زيادة الوعي بأهمية المشاركة السياسية في الانتخابات الرئاسية وارتفاع نسبة المهتمين بمتابعة ما يدور حول الانتخابات الرئاسية، وظهر أن المجال العام الافتراضي لا يحظى بثقة المواطن الرقمي إلا في حالة نشر المعلومات الموثقة.

و اتفق مع النتائج السابقة عدد من الدراسات التحليلية التي اعتمدت على تحليل المنشورات والتغريدات على وسائل التواصل الاجتماعي خاصة فيسبوك وتويتر، حيث توصلت دراسة **(2018) Keib Himelboim & Han**<sup>24</sup> من خلال تحليل التغريدات التي تحمل هاشتاج حياة السود، ودراسة **Xu & Lee (2018)**<sup>25</sup> والتي اعتمدت على تحليل تغريدات المرشحين لانتخابات الامريكية على التي اعتمدت على تحليل المنشورات الخاصة بالوكالات الحكومية تويتر، ودراسة **(Song 2017)**<sup>26</sup> لحكومة نيفادا على تويتر، ودراسة **Justinussen (2014) & Gerodimos** التي اهتمت بتحليل المنشورات على الصفحة الرسمية للرئيس "أوباما" على فيسبوك لتحديد تأثيرها على مشاركة الجمهور، إلى أن نشر المعلومات التي تقع في دائرة اهتمام الجمهور تؤثر بصورة إيجابية على مشاركته من خلال أشكالاً جديدة للمشاركة أتاحتها وسائل التواصل الاجتماعي منها تسجيل الاعجاب والتعليق وإعادة التغريد وغيرها.

وقد اختلفت بعض الدراسات حول قدرة وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز مشاركة المواطنين للمنظمات الحكومية، حيث توصل عدد من الدراسات كدراسة **Zhu & Medaglia(2017)**<sup>28</sup> من خلال المسح الذي طبق على عينة من الصيني من المستخدمين لمنصة **Weibo** ، ودراسة **(Darwish 2017)**<sup>29</sup> والتي استهدفت قياس فاعلية الاتصالات الحكومية الاماراتية عبر وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز مشاركة الجمهور من خلال تحليل 65 حسابا لعدد 25 كيانًا حكوميًا، ودراسة

**Zavattaro & Sementelli (2014)**<sup>30</sup> من خلال التحليل النظري النقدي لاعتماد القطاع العام على وسائل التواصل الاجتماعي، ودراسة **Abdeslam et al (2013)**<sup>31</sup> من خلال تحليل 33 صفحة على فيسبوك لمنظمات حكومية مصرية، إلى ضعف مشاركة المواطنين للمنظمات الحكومية عبر وسائل التواصل الاجتماعي بالرغم من اهتمام هذه المنظمات بتوفير أدوات المشاركة الرقمية عبر هذه الوسائل، وهو ما أرجعه بعض الباحثين إلى عدم قدرة وسائل التواصل الاجتماعي في حد ذاتها على التغلب على السلبية التلقائية للمواطنين، وأن الحكومات لا بد أن يكون لها دور في دفع المواطنين نحو هذه المشاركة حيث ال يكفي أن تتوفر أدوات المشاركة لتتم مشاركة المواطنين بصورة فعالة، و أكدت العديد من الدراسات أن مشاركة الجمهور للمنظمات الحكومية عبر وسائل التواصل الاجتماعي ال تتأثر فقط بنشاط الحكومات على صفحاتهم الرسمية، وتوفير عناصر الجذب للجمهور، وإنما تتأثر بعوامل أخرى عديدة، بعضها يرتبط باستراتيجيات الاتصال المستخدمة، وطبيعة وشكل المضمون المقدم عبر الصفحات الرسمية للحكومات على وسائل التواصل المختلفة، وتوفير عناصر المشاركة من خلال الصفحة ، و بعضها الآخر يرتبط بمهارات وخصائص الجمهور نفسه.

واختلفت مع النتائج السابقة دراسة **Segev & Manor, Kampf (2015)**<sup>32</sup> التي اهتمت بتحليل منشورات وزارات الخارجية في 11 دولة حول العالم على صفحاته الرسمية على موقعي فيسبوك و تويتر لتحديد تأثير وسائل التواصل في تعزيز العلاقات الحوارية مع الجمهور، ودراسة **Yue et. al (2019)**<sup>33</sup> التي استهدفت مقارنة الاستراتيجيات الاتصالية للمديرين التنفيذيين بعدد من المنظمات على تويتر وتأثيرها على مشاركة الجمهور؛ حيث أجمعت هذه الدراسات على عدم وجود علاقة بين استخدام استراتيجيات الاتصال الحوارية ( دائرة الحوار / التشجيع على معاودة الزيارة) وبين مشاركة الجمهور للكيانات الحكومية عبر صفحاتها على وسائل التواصل الاجتماعي، وقد تم تفسير ذلك في ضوء تحول دوائر الحوار إلى حلقات ل طرح الاسئلة و الاجابة عنها دون النجاح في إقامة حوار حقيقي مع الجمهور حول القضايا المختلفة يعتمد على تبادل الرأي وتقديم الاقتراحات والحلول، وتوصلت دراسة **Khan et. Al (2014)**<sup>34</sup> من خلال تحليل الصفحات الرسمية على تويتر لعدد من الوزارات والوكالات الحكومية بكوريا الجنوبية إلى أن الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة و التي تعتمد على كثافة الاستخدام التي تحفز المواطنين على



المشاركة، وأن التركيز على المضامين التي تهتم الجمهور هو المحفز الأكبر لهم على مشاركة الحكومة عبر صفحاتها على وسائل التواصل الاجتماعي.

#### مناقشة نتائج الدراسات السابقة:

من خلال العرض السابق لمحاوَر الدراسات السابقة العربية والأجنبية، كنماذج مما تم إجراؤه من بحوث حول دور العلاقات العامة في الشركات الاستثمارية- في حدود علم الباحثة- يمكن استخلاص الملاحظات الآتية:

- تدرج الدراسات المحلية والعالمية التي تم عرضها تحت مظلة الدراسات الوصفية مستخدمة المنهج المسحي في الحصول على المعلومات والبيانات والتي من شأنها تحقيق أهداف تلك الدراسات. كما تنوعت الأدوات البحثية التي اعتمدت عليها الدراسات ما بين الاستبيان والمقابلات الحرة وتحليل المضمون الكيفي.
- يلاحظ على الدراسات السابقة أنها أجريت على شركات القطاع العام والخاص وهم أكثر الفئات استخدامًا لممارسي العلاقات العامة.
- استخدمت الدراسات السابقة منهج المسح والدارسات الوصفية وصممت صحيفة استبيان كأداة لجمع البيانات.
- بينت الدراسات السابقة مدى أهمية المشاركة الرقمية للجمهور من خلال الاتصال بالمؤسسات الحكومية وغير الحكومية عبر مواقع التواصل الاجتماعي والتي تعتبر احد الوسائل التفاعلية الهامة في نجاح هذه المشاركة.

#### المجال العام وتطور مشاركة الجمهور:

يمكن تعريف المجال العام بأنه فضاء يتوسط بين الافراد والدولة حيث يتجمع فيه الافراد لإثارة الجدل حول موضوعات معينة تتعلق بالشأن العام للدولة، كما يتم تبادل الحوار للحصول على المعلومات لفهم الشؤون العامة للدولة وتشكيل آرائهم بحرية حول مختلف القضايا،<sup>35</sup> ويمكن تعريفه بأنه فضاء يتوسط الأفراد والدولة حيث يتجمع فيه الأفراد لإثارة الجدل حول موضوعات معينة تتعلق بالشأن العام للدولة، ويتسع لأصوات متعارضة تتبادل الحوار للحصول على المعلومات لفهم الشؤون العامة للدولة وتشكيل آرائهم بحرية حول مختلف الموضوعات.<sup>36</sup>

#### خصائص المجال العام كما حددها هايبرماس:

❖ تذويب الفوارق الاجتماعية

❖ سهولة الوصول

❖ الاستقلالية

❖ اتساع إطار الحرية

## وظائف المجال العام:

يحدد (Jakob Lina Jensen) وظائف المجال العام فيما يلي<sup>37</sup>:

1. تنوير وتعليم المواطنين المستمر في إطار مناقشات جماهير المجال العام، عبر تزويدهم بالمعلومات والبيانات الجديدة ذات الصلة بالقضايا السياسية والاجتماعية والاقتصادية المثارة داخل المجتمع.
2. تحديد وترتيب الأولويات وقيم الانتماء والمواطنة الموجودة في داخل الأجندة السياسية ووضعها في بؤرة العمل السياسي.
3. الدراسة العقلانية لقيم المواطنة والمشاكل التي تواجه المجتمع، ومناقشة كافة البدائل المطروحة لحل ومواجهة تلك المشاكل.

## مبادئ نظرية المجال العام<sup>38</sup>

- ❖ القدرة على الوصول لدائرة الاتصال.
- ❖ الحرية التي يتمتع بها الأفراد في الاتصال داخل هذه الدائرة.
- ❖ بنية المناقشة.
- ❖ طرح خطاب مُبرر بأدلة إقناعية مُحددة.

## مفهوم المشاركة الرقمية:-

تعد المشاركة سواء الرقمية او غير الرقمية في القضايا الاجتماعية والسياسية من العوامل المهمة لتمكين المواطنين، وتعزيز التوافق مع المؤسسات الحكومية، كما أنها تنمي الشعور بالمسؤولية المشتركة والمجتمعية، وتدعم الثقة في الكيانات العامة، وتزيد من الديمقراطية التي تتيح إمكانية أكبر لتغيير الظروف الاجتماعية، حيث عكس التأثير الإيجابي للاستراتيجيات الحوارية على مشاركة المواطنين عبر الإنترنت، وخاصة تلك القائمة على الحلقة الحوارية والمعلومات المفيدة وتوليد الزيارات المتكررة، والتي تهدف إلى تعزيز المشاركة عبر وسائل التواصل الاجتماعي،<sup>39</sup> فمشاركة المواطنين هي أحد أشكال الديمقراطية التي يصبح من خلالها المواطن جزءاً من عملية صناعة القرار، ولهذا تشجع الحكومات وصانعو السياسة العامة أبناء المجتمع دائماً على الانخراط في عملية صناعة القرار والتعبير عن آرائهم.<sup>40</sup>

والمشاركة هي التوجه الذي يؤثر على التفاعلات والنهج الذي يوجه عملية التفاعلات بين المجموعات، وغالبًا ما يُنظر إلى المشاركة عبر وسائل التواصل على أنها تفاعل المنظمة مع جماعات المصالح من خلال الحسابات الرسمية للمنظمات على هذه الوسائل.<sup>41</sup>

ولقد تزامن ظهور مصطلح المشاركة الرقمية **Digital Engagement** مع استخدام وسائل الاتصال الرقمية مثل مواقع الويب، ووسائل التواصل الاجتماعي، والتطبيقات عبر الإنترنت التي يمكن تجربتها من خلال الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية (التابلت) وغيرها.

ولقد تعددت تعريفات المشاركة الرقمية ومنها انها شكل من أشكال السلوك النشط عبر الإنترنت والذي يتميز بالمشاركة الشخصية العالية مع المحتوى، أو المنظمة، أو العلامة التجارية، أو القضية المقدمة في المجال العام عبر الإنترنت،<sup>42</sup> كما تُعرف بأنها استخدام لتقنيات المعلومات والاتصالات لدعم وتعزيز وتوسيع المشاركة العامة وعمليات المشاركة المدنية،<sup>43</sup> وهي الطرق التي يستخدمها الجمهور ويشارك من خلالها في أنشطة الإنترنت، ومحتوياتها ومنصاتها المختلفة.<sup>44</sup>

والمشاركة الرقمية هي العملية التي تتضمن إشراك المواطنين (الجمهور) عبر تقنيات الاتصالات والمعلومات في صنع السياسات والقرارات وتصميم الخدمات وطرحها لجعلها عملية تشاركية، وفي العصر الرقمي الذي نعيش فيه تمنح تكنولوجيا المعلومات والاتصالات المؤسسات الحكومية كغيرها من المؤسسات فرصة الابتكار في تقديم الخدمات وتطوير أساليب العمل من أجل تحقيق رؤاها وأهدافها الاستراتيجية ومن أهمها إسعاد المتعاملين.

ويمكن تعريف المشاركة الرقمية بأنها المشاركة النشطة في المجتمع الرقمي من خلال استخدام المعلومات والاتصالات الحديثة.<sup>45</sup>

كما تعنى المشاركة الرقمية لدى الامم المتحدة تعزيز المشاركة المدنية والحكم التشاركي الشفاف من خلال تقنيات المعلومات والاتصالات. ويشير التوسع السريع في المشاركة الإلكترونية كأداة للمشاركة وتعزيز التعاون بين الحكومات والمواطنين الى تحسين الوصول إلى المعلومات والخدمات العامة، وكذلك تعزيز المشاركة في صنع السياسات، سواء من أجل تقوية مصلحة المواطنين والمجتمع ككل.<sup>46</sup>

كما يمكن تعريف المشاركة الرقمية من انها تلك الجهود والنشطة الاتصالية التي تقوم علي توظيف التكنولوجيا الرقمية من أجل تحقيق التواصل بين أطراف العملية الاتصالية.<sup>47</sup>

كما يمكن تعريف المشاركة الرقمية بانها تلك الأنشطة التفاعلية التي يقوم بها المواطن مع المؤسسات الحكومية والتي تشمل التصويت علي مشروع قرار معين يخص المجتمع او ابداء الآراء بشأن الخطوات والإجراءات التي تسعى المؤسسة الحكومية الي القيام بها.<sup>48</sup>

وتعنى ان 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 أن يكون جمهوراً نشطاً إلكترونياً، من خلال الوسائل.<sup>49</sup>

كما تعرفها ميرهان محسن 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."<sup>50</sup> وقدمت نها سليمان تعريفاً للمشاركة الرقمية على انها شكل من أشكال السلوك النشط للجمهور عبر الإنترنت لمشاركة المنظمة أو المحتوى أو القضية المقدمة في المجال العام، والمساهمة في صناعة القرار بشأنها، والتي يمكن قياسها عبر مؤشرات محددة كالإعجاب، ومشاركة المحتوى، وتسجيل التعليقات النصية، والرد على الاستفسارات، والإجابة على استطلاعات الرأي والبحوث وغيرها. وفي إطار هذا الشكل الجديد من المشاركة الذي فرضته وسائل الاتصال الرقمية الحديثة، وما أوجدته من ساحات واسعة من الحريات في تبادل المعلومات والرأي، وصناعة القرار الديمقراطي.<sup>51</sup>

كما عرفت المشاركة السياسية الرقمية على انها نشاط قائم على استخدام تكنولوجيا الاتصال في التعبير عن الرأي ونشر المعلومات في المجال السياسي على جمهور واسع وفي اسرع وقت وبرؤية اخرى تعني استخدام التقنيات الرقمية في ممارسة المشاركة السياسية بصورة فاعلة،<sup>52</sup> سواء بصورة مباشرة او رمزية فيما يخص الاحداث السياسية والانتخابات.<sup>53</sup>

### أدوات المشاركة الرقمية:

- تتنوع أدوات المشاركة الإلكترونية والتواصل الاجتماعي المتاحة للجمهور للمشاركة في أنشطة الجهات الحكومية والتي تتنوع من حيث طبيعة الاستخدام، والجمهور المستهدف، ومدى الإقبال عليها وهي كما يلي:<sup>54</sup>
- **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 والانستغرام وسناب شات.
  - **المدونات:** وهي مواقع أو تطبيقات توفر للمستخدم نظامًا لإدارة المحتوى من أجل إضافة ونشر المحتوى الخاص به، ومشاركته مع متصفح الموقع أو التطبيق.
  - **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 أساسًا لتيسير الحوار والنقاش بين المشاركين.

### أهداف المشاركة الرقمية:

وتهدف المشاركة الرقمية لتحقيق العديد من الأهداف ومنها توظيف سبل التكنولوجيا المتاحة لدعم الجمهور النشط، وتمكين مساهمات ومشاركات المواطنين من أن تكون متاحة من خلال توفير معلومات يسهل الوصول إليها وفهمها من قبل الجمهور المستهدف، كما إن المشاركة الرقمية تعمل على جعل المواطنين أكثر ارتباطًا بعملية صنع القرار في الجهات التي تمثلهم وتعدهم شريكًا أساسيًا فيها،<sup>55</sup> حيث تعد المشاركة الرقمية أداة تشجع على إشراك الجمهور في عمليات صنع القرار، مما يسهم 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.<sup>56</sup>

**كما تهدف المشاركة الرقمية الي تحقيق مجموعة من الأمور والتي تشمل:**

1. التعرف علي آراء واتجاهات الجماهير المختلفة المتعلقة بالخطط والإجراءات التي تسعى الي المؤسسات القيام بها مستقبلاً.<sup>57</sup>
2. بناء ووضع الخطط الاستراتيجية من خلال الدمج بين خطط المؤسسات الحكومية وآراء واتجاهات ورغبات الجماهير.<sup>58</sup>

3. الوصول الي جميع فئات الجماهير والتي لا تستطيع توصيل آراءها الي المؤسسات الحكومية حيث من الممكن من خلال استخدام الاعلام الرقمي التعرف علي جميع فئات الجماهير بغض النظر عن المناطق الجغرافية التي ينتمون اليها.<sup>59</sup>

4. العمل علي تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الحكومية لدي الجمهور من خلال الأنشطة الرقمية التي تقوم علي إقامة الحوارات والنقاشات الفعالة مع الجمهور.<sup>60</sup>

5. احتواء الجماهير خاصة خلال الأزمات عن طريق اطلاعهم بشكل مستمر علي تطورات الأزمة التي تعرضت لها المؤسسة الحكومية مما يؤدي الي منع انتشار الشائعات التي تؤدي الي تفاقم الأزمة التي تتعرض لها المؤسسة الحكومية.<sup>61</sup>

6. نشر المعلومات والأخبار مما يزيد من درجة وعي الجمهور بالأنشطة التي تقوم بها المؤسسة الحكومية مما يزيد من درجة ثقة ورضا الجمهور عن أداء المؤسسة الحكومية.<sup>62</sup>

7. تطبيق مبدأ الشمول والادماج الرقمي **digital inclusion** والذي يقوم علي السماح العادل للجمهور من استخدام التطبيقات الرقمية في الوصول الي المعلومات والبيانات بالإضافة الي التواصل المباشر مع الجميع الهيئات والمؤسسات في اطار التحول الرقمي للدولة والتي من خلالها يمكن توطيد العلاقة بين المجتمع المدني والمؤسسات الحكومية.<sup>63</sup>

#### أهمية المشاركة الرقمية بالنسبة للمؤسسات الحكومية:-

1. تسهم المشاركة الرقمية في تدعيم العلاقة بين المواطنين والمؤسسات الحكومية.<sup>64</sup>
2. كما تسهم المشاركة الرقمية في تخفيض التكاليف اللازمة للمؤسسة للحصول علي المعلومات من الجمهور أو ما يعرف بـ **crowdsourcing**، والتعرف علي اتجاهات وآراء الجمهور واستشارة الجمهور بشأن القرارات التي تسعي المؤسسة الحكومية مستقبلاً.<sup>65</sup>
3. كما تسهم المشاركة الرقمية في تقليل الحواجز التي تعيق الجمهور من الاتصال بشكل مباشر بالمؤسسة الحكومية، وذلك أن المشاركة الرقمية قائمة علي استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وغيرها من التطبيقات الرقمية التي تسمح بالاتصال التفاعلي بين الجمهور والقائم بالاتصال في المؤسسة الحكومية والوصول الي صناعات القرار في تلك المؤسسات.<sup>66</sup>
4. المساهمة في التعبئة الوطنية بشأن القرارات التي تريد المؤسسة الحكومية اتخاذها والحصول علي دعم من الجمهور للقرارات او الحملات التي ترغب القيام بها.<sup>67</sup>

5. القيام بعمليات الإدارة بطريقة أكثر كفاءة؛ الهدف من المشاركة الرقمية هو الإدارة الفعالة للحكومة وتعزيز الشفافية. ويتحقق ذلك من خلال رقمنة الخدمات والعمليات وزيادة استخدام ونشر البيانات الحكومية. حيثما تتوفر المزيد من البيانات للجمهور والإدارات الحكومية الأخرى، يكون هناك المزيد من المساءلة. والتسجيل للتصويت لنشر إحصاءات التجارة الوطنية وميزانيات الإدارات. الفكرة هي أنه كلما تم رقمنة المزيد من الخدمات، يزداد الطلب على الحكومة الرقمية، مما يؤدي إلى إدارة أسرع وأكثر كفاءة.<sup>68</sup>

6. المشاركة الرقمية تقوي الجدل السياسي؛ حيث تهدف المشاركة الرقمية إلى تمكين نقاش سياسي أكثر تقدمًا من خلال الوسائل الرقمية، والتي تتمثل في المواقع الرقمية التي يمكن للمواطنين من خلالها معالجة المشكلات وحلها، ولكن أيضًا من خلال المنتديات التي يمكن للمواطنين من خلالها إثارة مخاوفهم مع الحكومة مباشرة. أفضل مثال على هذا الأخير هو موقع الالتماسات في المملكة المتحدة؛ حيث يمكن لأي مواطن إنشاء عريضة وتقديمها للحكومة، وفي المقابل يجب الرد على أي عريضة تتجاوز عددًا معينًا من التوقعات من قبل برلمان المملكة المتحدة. وبهذه الطريقة، يستطيع السياسيون وموظفو الخدمة المدنية تتبع أهم الموضوعات ومعالجتها – من خلال متابعة الاعلام الرقمي.<sup>69</sup>

7. التصويت الإلكتروني يزيد المشاركة الرقمية بين الجمهور؛ من غير المرجح أن تؤدي المشاركة الرقمية إلى تحقيق الغاية منها دون القدرة على التصويت بسهولة على الموضوعات. لكي يكون المواطنون أكثر نشاطًا في المشاركة في الحكومة، يجب أن تكون هناك القدرة على المشاركة بشكل مباشر، فالتصويت عبر الإنترنت هو الطريقة الواقعية الوحيدة التي يمكن للمواطنين المشاركة بها باستمرار وبسهولة.<sup>70</sup>

### أنواع المشاركة الرقمية:-

يمكن تقسيم المشاركة الرقمية الي:

- 1- المشاركة الرقمية المتعلقة بالتصويت نحو قرار أو خطة معينة تسعى المؤسسة الحكومية الي تطبيقها في المجتمع.<sup>71</sup>
- 2- المشاركة الرقمية المتعلقة بالاشتراك في الحملات والأنشطة التطوعية التي تسعى المؤسسة الحكومية الي القيام بها من اجل خدمة المجتمع.<sup>72</sup>
- 3- المشاركة الرقمية نحو جمع الأموال من أجل القيام بنشاط اجتماعي معين لخدمة المجتمع.<sup>73</sup>

4- المشاركة الرقمية المتعلقة بتقديم التماس للمؤسسة الحكومية نحو تعديل بعض الإجراءات التي تمس حياة المواطنين.<sup>74</sup>

#### مراحل المشاركة الرقمية بالنسبة للحكومات:

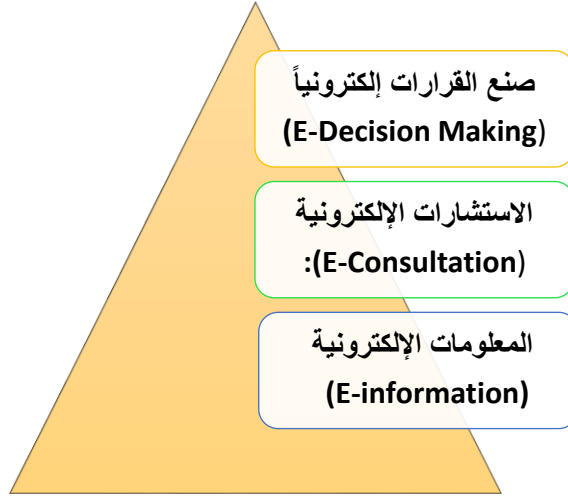
وتعتمد الامم المتحدة في دراستها للحكومة الإلكترونية نموذجاً من ثلاثة مراحل للمشاركة الإلكترونية كما يلي

– 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 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.<sup>75</sup>



شكل رقم (1) نموذج المشاركة الرقمية من الأمم المتحدة



وتقوم المشاركة الرقمية على ثلاثة مستويات: تبدأ بتوفير المعلومات للجمهور عبر قنوات إلكترونية في إطار من الشفافية والتفاعل، ويقوم المستوى الثاني على إطلاق الاستشارات الجماهيرية لأخذ آراء الجمهور وتوقعاتهم بشأن كيفية تطوير الخدمات والسياسات الحكومية، وفي المستوى الثالث يأتي اتخاذ القرارات.<sup>76</sup>

واضاف **Al-Dalou, Raya. & Abu-Shanab, E (2013)** إن العديد من الحكومات عملت على تطور إمكاناتها لتسهيل علاقاتها مع مواطنيها من خلال "المشاركة الإلكترونية، وأبرزت اثنين من أهم الأبعاد الرئيسية للمشاركة الإلكترونية وهي: مستويات المشاركة، وأدوات وتكنولوجيا المشاركة الإلكترونية، وأكدت أيضاً على أهمية المشاركة الفعالة عبر الشبكات الاجتماعية كأدوات تستخدمها الحكومات لتعزيز المشاركة الرقمية بين الحكومات والمواطنين، وأكدت وجود مؤشرات للاندماج ترتبط بمستويات المشاركة الإلكترونية والتي تشمل عدداً من المستويات منها:<sup>77</sup>

- **التمكين الإلكتروني E- enabling** : يعني استخدام التكنولوجيا لتمكين المشاركين الذين لا يرتبطون بالإنترنت، بحيث يستفيدون من المعلومات المتاحة والمفتوحة من خلال الاستفادة من التكنولوجيا.

- **الاندماج الإلكتروني E- engaging**: 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.

- **التحفيز الإلكتروني E-empowering**: هو 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 مستوى الاندماج.

### أبعاد المشاركة الرقمية:

وتشمل أبعاد المشاركة الرقمية: 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 الاتصال

والمشاركة ومن هذه الأدوات أجهزة المحمول، الهواتف الذكية وغيرها، وأخيراً عوامل النجاح المحورية.<sup>78</sup>

### مواقع التواصل الاجتماعي والمشاركة الرقمية:

يمثل استخدام وسائل الاتصال الفعالة أحد العناصر المهمة لتحقيق مشاركة المواطنين، وتعد وسائل التواصل الاجتماعي أبرز هذه الوسائل؛ حيث تضمن المشاركة المستمرة للجمهور نظراً لخصائصها الفريدة التي ترتبط بالتكنولوجيا والتي تمكن المنظمات الحكومية من التفاعل مع المواطنين في شكل محتوى من أنشاء المستخدم في الوقت المناسب على عكس الوسائل التقليدية، كما أنها تتيح انفتاحاً في الحوار، واتصالات تفاعلية متزامنة بين الحكومات والمواطنين على نحو يخلق فرصاً أوسع للمشاركة الديمقراطية.<sup>79</sup>

وتعد سمة التفاعلية هي السمة المميزة للاتصال الشخصي من خلال وجود رجوع صدي فوري، ويتيح الإنترنت كوسيط اتصالي وجود رجوع صدي فوري من خلال أدواتها الاتصالية التزامنية، مثل غرف الدردشة، والألعاب الجماعية، والمؤتمرات التي تتم عن بعد إلى آخره.

ويشير مفهوم التفاعل الاجتماعي إلى تلك العمليات الإدراكية والمشاعرية والسلوكية التي تتم بين الأطراف المتصلة، بحيث تتبادل هذه الأطراف رسائل كثيرة فيما بينها في موقف اجتماعي محدد زمانياً ومكانياً، ويكون سلوك كل طرف منها منبهاً لسلوك الطرف الآخر.<sup>80</sup>

ويعرف مفهوم التفاعلية من قبل الباحثين على أنه أحد إمكانيات القوى الدافعة نحو انتشار استخدام وسائل الاعلام الجديدة.<sup>81</sup>

ويعد تسجيل الإعجاب والتعليق ومشاركة المحتوى مؤشرات للمشاركة الرقمية وعلى أساسها يمكن حساب درجة التفاعل،<sup>82</sup> ويمكن تمثيل تلك التفاعلات في شكل هرمي يعكس مستويات ثلاثة من المشاركة؛ حيث يعد الإعجاب أقل مستوى للمشاركة، يعلوه مشاركة المحتوى، ثم التعليق الذي يمثل أعلى مستويات المشاركة.<sup>83</sup>

وقد تم إعادة تقسيم هذه المؤشرات للمشاركة عبر وسائل التواصل الاجتماعي على المستويات الثلاثة للمشاركة الرقمية على النحو التالي:<sup>84</sup>

**المستوى الأول:** يشير إلى الأفعال التي تتطلب النقر **clicking** من أجل استكمال التفاعل، مثل تسجيل الإعجاب **like** ومشاركة المحتوى **Share** على فيسبوك؛ وتمثل هذه الأفعال المستوى الأول؛ لأنها حركات دعم صغيرة يمكن إجراؤها بسهولة ومن ثم تتطلب القليل من الوقت والجهد.

**المستوى الثاني:** يتعلق بتسجيل التعليقات النصية **text comments** على المنشور، وهو مستوى أعلى في المشاركة؛ لأنها تتطلب جهداً أكبر، وتنطوي على التعبير عن الرأي بترتيب منطقي.

**المستوى الثالث:** يتضمن الرد على التعليق وهو من الإجراءات التفاعلية التي تمثل علاقة قوية سواء جاءت المبادرة من السلطات العامة أو من قبل المواطنين. وتشير هذه المستويات المختلفة للمشاركة عبر الإنترنت إلى حضور الجمهور، والتزامه في مناقشة مفتوحة وتفاوضية لتحقيق الفهم المشترك.<sup>85</sup>

وقد طور كل من **Cvijikj & Michahelles (2013)** إطاراً مفاهيمياً يقترح اعتماد المشاركة الرقمية على عدة عناصر تتمثل في نوع المحتوى المنشور أي طبيعة الرسالة الاتصالية التي يتم نشرها، وشكل المحتوى وهو ما يمكن عدّه غلاًفاً للرسالة، ووقت النشر أي التوقيت الزمني للمنشور؛ حيث أكدنا تأثير هذه العناصر على حجم مشاركة الجمهور للحكومات عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

ولاشك في أن زيادة مشاركة المواطنين للحكومات في صنع السياسات عبر الإنترنت إنما يساعد في إيجاد فرص كبيرة لبناء نظم ديمقراطية قوية تقوم على المحاسبة والشفافية والإحساس بالرضا، وبناء الثقة في المؤسسات الحكومية؛ حيث أكدت العديد من الدراسات أن الحكومات التي تتعامل مع المواطنين عبر الإنترنت من خلال وسائل التواصل الاجتماعي التفاعلية لديها مواطنون أكثر انخراطاً في مجتمعاتهم وأكثر ثقة في المسؤولين الحكوميين وداعمون حقيقيون لجهودهم،<sup>86</sup> نظراً لما تحققه وسائل الاتصال عبر الإنترنت من اتصال فعال في اتجاهين بين المنظمات الحكومية والمواطنين، وهو ما يساعد الحكومات في تحقيق مهم واستجابة أفضل للجمهور على نحو يزيد من مشاركة المواطنين وتسهيل تبادل المعلومات وتحسين الحوكمة.<sup>87</sup>

#### **دواعي استخدام المشاركة الرقمية من قبل المؤسسات الحكومية:-**

هناك مجموعة من الأسباب التي تدفع الحكومات الي الاستعانة بالمشاركة الرقمية لتحقيق التواصل مع الجمهور والتي تتمثل في:

1. انخفاض التكلفة المتعلقة بالاستعانة بمواقع التواصل الاجتماعي والتي تكلف المؤسسات الحكومية الكثير من الأموال الطائلة من أجل الوصول الي الجماهير المستهدفة كما هو الحال مع الإعلان التقليدي الذي يحتاج الي موازنة مالية ضخمة من اجل الاستعانة بالإعلام التقليدي في إطار خطة المؤسسة الحكومية لتحقيق التواصل مع الجمهور.

2. كذلك من بين دواعي استخدام المشاركة الاجتماعية تمكين الجمهور أو ما يعرف بـ **Empowering people** حيث ان استخدام الاعلام الرقمي يسهم بشكل كبير في التعرف علي آراء واتجاهات الجمهور نحو أداء المؤسسة الحكومية وبالتالي اجراء تعديل علي السياسات التي تقوم بها المؤسسة بما يتفق مع رغبات الجمهور المحلي.
3. كذلك من بين دواعي استخدام المشاركة الرقمية لدي المؤسسات الحكومية خاصة في الدول الديمقراطية المساهمة في عملي صناعة القرار، حيث إن صناعة القرار في الدول الديمقراطية مرتبطة بشكل كبير لآراء واتجاهات الجمهور، وتعتبر مواقع التواصل الاجتماعي من أهم الوسائل والأدوات التي تعتمد عليها المؤسسة الحكومية من أجل التعرف علي اتجاهات الجمهور نحو أداء وسياسة المؤسسة وبالتالي المساعدة في صناعة القرارات التي تتفق مع اتجاهات الجمهور بما يضمن استمرار المسؤولين الحكوميين في الخدمة.
4. كذلك من بين دواعي استخدام المشاركة الرقمية لدي المؤسسات الحكومية تحسين صورتها الذهنية لدي الجمهور، حيث ان استمرار المؤسسات الحكومية مرهون بشكل كبير علي مدي تحسن صورتها الذهنية وسمعتها لدي الجمهور المحلي؛ لهذا تسهم المشاركة الرقمية في العمل علي تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الحكومية لدي الجمهور الذي يري أن المؤسسة الحكومية تأخذ في الاعتبار علاقتها مع الجمهور من خلال الاتصال الثنائي التفاعلي **Two-Way Interactive Communication** الذي يمكن الجمهور من التواصل المباشر مع المؤسسة الحكومية
5. المساعدة في تمكين الحكومة من الاستجابة والرد السريع علي استفسارات الجمهور وما هو يسهم في اعتماد الجمهور علي الحسابات الرسمية للمؤسسات الحكومية بدلاً من الاعتماد علي مصادر إعلامية أخرى قد تقوم بنشر شائعات عن المؤسسة الحكومية.
6. دعم جهود الشفافية والمساءلة الحكومية. تحاول الحكومات بشكل متزايد توفير وصول سهل ومفتوح إلى المعلومات الحكومية، على سبيل المثال من خلال سياسات البيانات الحكومية المفتوحة، وتعتبر هذه خطوة مهمة نحو مزيد من الشفافية في صنع القرار حيث تزداد قيمة المعلومات المفتوحة من قبل الحكومات مع زيادة استخدام الناس لتلك المعلومات وإعادة استخدامها. ومن الأمثلة الجيدة على ذلك الميزانيات الحكومية، في معظم الدول الديمقراطية،

كانت معلومات تخصيص الميزانية والإنفاق متاحة منذ فترة طويلة لاستشارة الجمهور. ولكن في الآونة الأخيرة فقط، أصبحت هذه المعلومات أكثر سهولة ويسر الوصول إليها.

7. كذلك من دواعي استخدام المشاركة الاجتماعية تمكين مشاركة الفئات المهمشة والتي لا تستطيع توصيل صوتها الي المؤسسات الحكومية، لهذا تكون وسائل الاعلام الرقمي هي الوسيلة التي تمكن المؤسسة الحكومية من التواصل والتفاعل مع تلك الفئات المهمشة اقتصاديًا واجتماعيًا في المجتمع، مثل المرأة والتي تعتبر من الفئات المهمشة والمهمشة في الكثير من المجتمعات، لكن بفضل الاعلام الرقمي يمكن للمرأة المشاركة في عملية صناعة القرارات الحكومية من خلال التوصل الرقمي الفعال معها.

### الخلاصة:

إن نجاح وسائل التواصل الاجتماعي في إيجاد أشكال جديدة أكثر سهولة لمشاركة المواطنين للمؤسسات الحكومية وذلك من خلال مشاركتهم في نشر المعلومات على نطاق واسع، ومناقشة القضايا العامة بصورة أكثر حرية، والتشجيع على تبادل الرأي والحوار مع صانع القرار بشكل مباشر، والمشاركة في صناعة القرار الديمقراطي عبر استطلاعات الرأي والتصويت على القرارات قد غيرت طبيعة العلاقة بين المؤسسات الحكومية والمواطنين، وأفسح المجال العام للمشاركة بصورة ديمقراطية تقوم على الوعي وادراك حقيقي للواقع، وفي العمل الحكومي، أصبحت المشاركة الرقمية من الممارسات التي أثبتت فعاليتها، وفيها توظف المؤسسات الحكومية تقنيات المعلومات والاتصالات من أجل إشراك المواطنين 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 وسعادة المتعاملين. وتمثل وسائل التواصل الاجتماعي بأنواعها العديدة قنوات أساسية يتم عبرها تنفيذ ممارسات المشاركة الرقمية، وتتمثل إحدى أهم إيجابيات هذه التقنيات بالنسبة للجهات الحكومية في زيادة فرص الوصول إلى المتعاملين لفهم احتياجاتهم وتطلعاتهم.

## المراجع والمصادر:

- <sup>1</sup> ) اتفاقية حقوق الأشخاص ذوي الإعاقة (2007) ، متاح على <https://social.desa.un.org/issues/disability/crpd/convention-on-the-rights-of-persons-with-disabilities-crpd>
- <sup>2</sup> ) Thomas B Ksiazek, Limor Peer & Kevin Lessard. (2016), User engagement with online news: Conceptualizing interactivity and exploring the relationship between online news videos and user comments, *New Media & Society*, Vol. 30, No. 3, p. 504.
- <sup>3</sup> ) Homero Gil de Zúñiga, Nakwon Jung, Sebastián Valenzuela (2012), Social Media Use for News and Individuals' Social Capital, Civic Engagement and Political Participation, *Journal of Computer-Mediated Communication*, Vol. 17, No.3 , p.320.
- <sup>4</sup> ) Justin Longo. (2017), The evolution of citizen and stakeholder engagement in Canada, from Spicer to #Hashtags, *Canadian Public Administration*, Vol. 60, No. 4, p.519.
- <sup>5</sup> ) Petra Jaecks, Hendrike Frieg, Kristina Jonas, (2020), Digital Participation and Communication Disorders across the Lifespan, *Frontiers*, <https://www.frontiersin.org/research-topics/43134/digital-participation-and-communication-disorders-across-the-lifespan#overview>
- <sup>6</sup> ) 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://www.researchgate.net/publication/303755255\\_The\\_Influence\\_of\\_Trust\\_and\\_subjective\\_Norms\\_on\\_Citizens\\_Intentions\\_to\\_Engage\\_in\\_E-participation\\_on\\_E\\_government\\_Websites](https://www.researchgate.net/publication/303755255_The_Influence_of_Trust_and_subjective_Norms_on_Citizens_Intentions_to_Engage_in_E-participation_on_E_government_Websites)
- <sup>7</sup> ) Alexander Seifert (2019), "Digital Participation", *Encyclopedia of Gerontology and Population Aging*, Springer.pp1446-1450.
- <sup>8</sup> ) Kadir Aden (2023). An Empirical Study Juxtaposing The Importance Of Implementing An E-Participation Model By The Government For Compliance Intention And Satisfaction Level Among Djiboutian Generation

Z. Journal of Governance & Administrative Reform . Jun2023, Vol. 4 Issue 1, p44-69. 26p.

<sup>9</sup>) Suha AlAwadhi. (2023). Trust as a leveraging factor for civic engagement. Electronic government. Inder Scienc on line, 19(3), pp 356-375 <https://www.inderscienceonline.com/doi/abs/10.1504/EG.2023.130586?af=R>

<sup>10</sup>) Simone van de Wetering. (2023). Facilitating citizen participation in marginalized neighborhoods: selective empowerment in between vulnerability and active citizenship. Local Government Studies. 4(1), <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/03003930.2023.2218801>

<sup>11</sup>) Helena Knupfer. (2023). From social media diet to public riot? Engagement with “greenfluencers” and young social media users' environmental activism. Computers in Human Behavior. Volume 139, February 2023,

<sup>12</sup>) João Vidal Carvalho. (2023). Portuguese Sports Fans Reaction to Professional Athlete’s Activism on Social Media: A Systematic Literature Review. Perspectives and Trends in Education and Technology pp 609–623

<sup>13</sup>) Geqi Wu ET AL(2022). Audience engagement with news on Chinese social media: A discourse analysis of the People’s Daily official account on WeChat. Discourse & Communication, SAGA Journal, 6(1), <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/17504813211026567>

<sup>14</sup>) Badham, M., & Mykkänen, M. (2022). A Relational Approach to How Media Engage With Their Audiences in Social Media. Media and Communication, 10(1), 54-65

<sup>15</sup>) Robert A. Fahey. (2022). Social Media in the 2021 Election Campaign. Japan Decides 2021 pp 183–199, [https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-031-11324-6\\_13](https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-031-11324-6_13)

<sup>16</sup>) نورة أحمد يوسف محمد، (2021)، استخدام الشباب الإماراتي لمواقع التواصل الاجتماعي في المجال التطوعي - دراسة ميدانية، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، جامعة الأهرام الكندية، العدد 32، ص ص 278 – 310.

<sup>17</sup>) Song Harris Ao,(2020), Qiongyao Serena Huang, A systematic review on the application of dialogue in public relations to information communication technology-based platforms: Comparing English and Chinese contexts, Public Relations Review, Volume 46, Issue 1, March 2020, 101814, Available online, Article 101814, pp1098-1150.

<sup>18</sup>) محمود عبد التواب حسن (2021). "اعتماد صانعي القرار بجمهورية مصر العربية على وسائل التواصل الاجتماعي في اتخاذ القرارات : دراسة تطبيقية"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة المنصورة، كلية الآداب، قسم الاعلام، ص1-238.

<sup>19</sup>) بسنت مراد فهمي (2020). "تفاعل الجمهور المصري حول أزمة فيروس كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيقات الهاتف الذكي"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، جامعة القاهرة - كلية الإعلام - مركز بحوث الرأي العام، المجلد 19، العدد 3، ص ص 167-235.

<sup>20</sup>) كاملية عبد السلام محمد (2020). " دور شبكات التواصل في تحقيق تكيف أفراد الجمهور المصري مع الحجر الصحي خلال أزمة كوفيد 19: دراسة للاستخدامات والتأثيرات خلال فترة الحظر". المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، جامعة القاهرة - كلية الإعلام - قسم العلاقات العامة والإعلان، العدد 20، ص ص 499-555.

<sup>21</sup>) Arshad, S. & Khurram, S., (2020), Can government's presence on social media stimulate citizens' online political participation? Investigating the influence of transparency, trust, and responsiveness, Government Information Quarterly, Vol. 37, No. 3, pp. 1-18

<sup>22</sup>) Hariguna, T., et al., (2019), Effect of Social Media Activities to Determinants Public Participate Intention of E-Governmen, Procedia Computer Science, Vol.161, No., pp.233-241

<sup>23</sup>) عبيد محمد عباس (2018). " وسائل الإعلام الاجتماعي وتنمية المشاركة السياسية الرقمية: دراسة تطبيقية على الانتخابات الرئاسية المصرية 2018"، مجلة كلية الآداب، جامعة بنها، كلية الآداب، العدد 49، الجزء 3، ص ص 107-166.

<sup>24</sup>) Keib, K., Himelboim, I. & Han, J Y., (2018), Important tweets matter: Predicting retweets in the #Black Lives Matter talk on twitter, Computers in Human Behavior, Vol.85, No., pp.106- 115



- <sup>25</sup> ) Lee, J. & Xu,W., (2018), The more attacks, the more retweets: Trump's and Clinton's agenda setting on Twitter, *Public Relations Review*, Vol. 44, No. , pp.201- 203
- <sup>26</sup> ) Song, J.E., (2017), The use of social media interactivity between Nevada e- government agencies and the public: An analysis of the role and impact of Twitter accounts, Ph.D., Las Vegas, University of Nevada
- <sup>27</sup> ) Gerodimos, R., & Justinussen, J., (2014), Obama's 2012 Facebook Campaign: Political Communication in the Age of the Like Button, *Journal of Information Technology & Politics*, Vol.12 , No.2, pp. 113- 132
- <sup>28</sup> ) Medaglia, R., & Zhu, D., (2017), Public deliberation on government-managed social media: A study on Weibo users in China, *Government Information Quarterly*, Vol. 34, No.3, pp. 533–544
- <sup>29</sup> ) Darwish, E. B.,(2017),The effectiveness of Using Social media in Government communication in UAE, Working Paper, No. ZU-WP 2017-04-19, Zayed University,pp1-21
- <sup>30</sup> ) Zavattaro, S.M., & Sementelli, A.J., (2014), A critical examination of social media adoption in government: Introducing omnipresence, *Government Information Quarterly*, Vol.31, No.2, pp. 257–264
- <sup>31</sup> ) Abdelsalam, H.M., et al., (2013), Social media in Egyptian government websites: Presence, usage, and effectiveness, *Government Information Quarterly*, Vol. 30, No.4, pp. 406–416
- <sup>32</sup> ) Kampf, R., Manor, I. & Segev, E. (2015), Digital Diplomacy 2.0? A cross-national comparison of public engagement in Facebook and Twitter, *Hague Journal of Diplomacy*, Vol. 10, No. 4, pp.1- 27
- <sup>33</sup> ) Yue, C.A., et al., (2019), How do CEOs communicate on Twitter? A comparative study between Fortune 200 companies and top startup companies, *Corporate Communications: An International Journal*, Vol. 24 No. 3, pp. 532-552

<sup>34</sup>) Khan, G.F., et al., (2014), From e-government to social government: Twitter use by Korea's central government, Online Information Review, Vol. 38 No. 1, pp. 95-113

<sup>35</sup>) Jurgen Habermas (2006) Political Communication in Media Society, Plenary Address for The International Communication Association Conference, Dresden, Germany, Available At:  
<https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.329.4308&rep=rep1&type=pdf>, accessed on 31/7/ 2023.

<sup>36</sup>) Simon Susan (2011) Critical Notes on Habermas's Theory of the Public Sphere, Sociological Analysis, Vol. 5, No. 1, pp. 37 – 62.

<sup>37</sup>) Jakob Lina Jensen, Public Spheres on the Internet: Anarchic or Government-Sponsored – A Comparison, Scandinavian Political Studies, Vol. 26, No. 4, pp. 349 – 374.

<sup>38</sup>) عبد الله محمد سعد أبو راس، (2007)، معالجة مواقع الإنترنت الإخبارية العربية لعملية الإصلاح السياسي في المملكة العربية السعودية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام)، ص 122.

<sup>39</sup>) Maria del Mar Gálvez-Rodríguez, Alejandro Sáez-Martín, Manuela García-Tabuyo, and Carmen Caba-Pérez,( 2018), Exploring dialogic strategies in social media for fostering citizens' interactions with Latin American local governments, Public Relations Review, Vol. 44, No.2 , p.266 .

<sup>40</sup>) Nur Siyam, , Omar Alqaryouti & Sherief Abdallah (2020), Mining government tweets to identify and predict citizens engagement, Technology in Society, Vol. 60, p.1

<sup>41</sup>) Maureen Taylor & Michael L. Kent (2014), Dialogic engagement: Clarifying foundational concepts. Journal of Public Relations Research, Vol.26, No.5,p.386.

<sup>42</sup>) Chiara\_Valentini\_Stefania\_Romenti\_Grazia\_Murtarelli\_Marta\_Pizzeti,(2018),

Digital visual engagement: influencing purchase intentions on Instagram, Journal of Communication Management, Vol. 22, No. 4, p.363.

<sup>43</sup>) Susanna Haas Lyons, Civic Engagement Specialist (2017), Digital Engagement, Social Media & Public Participation, International Association for Public Participation, Canada, p.3, at [https://www.iap2canada.ca/resources/Documents/Newsletter/2017\\_social\\_media\\_white\\_paper.pdf](https://www.iap2canada.ca/resources/Documents/Newsletter/2017_social_media_white_paper.pdf)

<sup>44</sup>) Ellen Johanna Helsper and Rebecca Eynon (2013), Distinct skill pathways to digital engagement. European Journal of Communication, Vol. 28, No. 6, p.699.

<sup>45</sup>) Bernd W. Wirtz. (2023). An Integrated Model of Digital Open Government.

International Journal of Public Administration . Volume 46, 2023 - Issue 13  
<sup>46</sup>) موقع منظمة الامم المتحدة، إدارة الشؤون الاقتصادية والاجتماعية للمؤسسات العامة، متاح على <https://publicadministration.un.org/ar/eparticipation>

<sup>47</sup>) HASANAH, Siti et al. Digital Government in Social Sciences Discipline: Mapping Pivotal Features and Proposed Theoretical Model. Jurnal Ilmiah Peuradeun, [S.l.], v. 11, n. 1, p. 195-220, jan. 2023

<sup>48</sup>) Tiina Randma-Liiv. (2022). Adoption is not enough: Institutionalization of e-participation initiatives. Public Policy and Administration. 38(3).

<sup>49</sup>) Sharma, G. & Kharel, Purusottam. (2015). E-participation concept and web2.0 in E-government, general scientific Research, Vol(3), No (1), pp1-4

<sup>50</sup>) ميرهان محسن طنطاوي (2018). "أساليب وممارسات المشاركة الالكترونية والتواصل الاجتماعي في الجهات الحكومية دولة الامارات العربية المتحدة نموذجاً"، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والاعلان، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، ع 16، ص 177.

<sup>51</sup>) نها انور سليمان (2021). "فاعلية الاستراتيجيات الاتصالية للوزارات المصرية عبر وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز المشاركة الرقمية للجمهور في الشؤون العامة"، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، العدد 34، ص 215.

<sup>52</sup>) اميرة محمد سيد (2015). "الاعلام الرقمي والحراك السياسي"، الامارات العربية المتحدة، دار الكتاب الجامعي، ص 18.

<sup>53</sup> ) عبير محمد عباس (2018). " وسائل الإعلام الاجتماعي وتنمية المشاركة السياسية الرقمية: دراسة تطبيقية على الانتخابات الرئاسية المصرية 2018 "، مجلة كلية الآداب، جامعة بنها، كلية الآداب، ع 49، ج3، ص122.

<sup>54</sup> ) ميرهان حسين، مرجع سابق، ص 177.

<sup>55</sup> ) 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>

<sup>56</sup> ) He, Guizhen; Boas, Ingrid; Mol, Arthur P. J.; Lu, Yonglong, .(2017), " E-participation for environmental sustainability in transitional urban China,Sustainability Science, Volume 12, Issue 2, pp 187–202.

<sup>57</sup> ) Ada Scupola. (2022). Co-production in digital transformation of public administration and public value creation: The case of Denmark. Government Information Quarterly. Volume 39, Issue 1, January 2022, 101650

<sup>58</sup> ) Christina Ruess. (2023). Online political participation: the evolution of a concept. Information, Communication & Society . Volume 26, 2023 - Issue 8.pp1495-1512.

<sup>59</sup> ) Gabriel Puron-Cid . (2022). Improving the assessment of digital services in government websites: Evidence from the Mexican State government portals ranking. Government Information Quarterly. Volume 39, Issue 1, January 2022, 101589

<sup>60</sup> ) Muhammad Anfasha Wirakusuma. (2022). The E-Aspiration System as an Implementation of Public Participation from the Good Governance Perspective. Varia Justicia. 18(3).

<sup>61</sup> ) Kittisak Jermsittiparsert . (2022). Government, Digital Society and Industry 4.0: Connective Action Against Covid-19 Fake News. International Conference on Digital Technologies and Applications. ICDTA 2022: Digital Technologies and Applications pp 480–491.

- <sup>62</sup>) María Sánchez Valle. (2022). Perceptions and Attitudes of Spanish “Digital Seniors” Towards E-Government. *International Journal of Electronic Government Research (IJEGR)* 18(1).pp1-19.
- <sup>63</sup>) Singh, M.K. (2022), "Conclusion and Future of Participation", *Community Participation and Civic Engagement in the Digital Era*, Emerald Publishing Limited, Bingley, pp. 73-76.
- <sup>64</sup>) Yuanhang Lu. (2022). Making the Long March Online: Some Cultural Dynamics of Digital Political Participation in Three Chinese Societies. *The International Journal of Press/Politics*. 28(1).pp160-183.
- <sup>65</sup>) Els M. Leclercq. (2022). Enabling citizens’ Right to the Smart City through the co-creation of digital platforms. *Urban Transformations* volume 4, Article number: 2.p1-19.
- <sup>66</sup>) Camila Sarria-Sanz. (2022). Using participatory video for co-production and collaborative research with refugees: critical reflections from the Digital Place-makers program. *Learning, Media and Technology*. 6(1).pp1-14.
- <sup>67</sup>) Seng, L. (2022). Participatory Governance of Smart Cities: Insights from e-Participation of Putrajaya and Petaling Jaya, Malaysia. *Smart Cities* 2022, 5(1), 71-89
- <sup>68</sup>) Sohail Raza Chohan. (2022). Strengthening digital inclusion through e-government: cohesive ICT training programs to intensify digital competency. *Information Technology for Development* , Volume 28, 2022 - Issue 1: Tribute to a great Scholar, Mentor and Global Thought Leader: Professor Peter Keen.
- <sup>69</sup>) Silvana Secinaro. (2022). Does Citizen Involvement Feed on Digital Platforms?. *International Journal of Public Administration* . Volume 45, 2022 - Issue 9.p1-10.
- <sup>70</sup>) Clayton Wukich. (2022). Social media engagement forms in government: A structure-content framework. *Government Information Quarterly*. Volume 39, Issue 2, April 2022, 101684.p1-10.

<sup>71</sup>) Grazia Giulia Cocina . (2022). Digital Technologies to Encourage e-Participation in Urban Regeneration. Urban Regeneration and Community Empowerment Through ICTs pp 21–44.

<sup>72</sup>) Teresa M. Harrison. (2022). Cultivating Trustworthy Artificial Intelligence in Digital Government. Social Science Computer Review. 40(2).pp494-511.

<sup>73</sup>) Lan, Umek. (2022). A Review of Digital Era Governance Research in the First Two Decades: A Bibliometric Study. Future Internet 2022, 14(5), p126.

<sup>74</sup>) Li, B., & Liu, Y. (2022). A Study on The Impact of Digital Transformation of Government Governance on The Efficiency of Public Services: Experience Data from The Information for People National Pilot Cities. Frontiers in Business, Economics and Management, 5(2), pp22–26.

<sup>75</sup>) البوابة الرسمية لحكومة الامارات العربية المتحدة، الدليل الارشادي لممارسات المشاركة الإلكترونية والتواصل الاجتماعي في الجهات الحكومية لدولة الامارات العربية لمتحدة، 2016، الاصدار الثاني

<sup>76</sup>) ميرهان محسن طنطاوي، مرجع سابق، ص180.

<sup>77</sup>) Raya Al-Dalou & Emad Abu-Shanab.(2013) , E-participation Levels and Technologies, ICIT,The 6th International Conference on Information Technology,

[http://www.researchgate.net/profile/Emad\\_AbuShanab/publication/273632293\\_Earticipation\\_levels\\_and\\_technologies/links/552d38fb0cf29b22c9c4c7b3.pdf](http://www.researchgate.net/profile/Emad_AbuShanab/publication/273632293_Earticipation_levels_and_technologies/links/552d38fb0cf29b22c9c4c7b3.pdf)

<sup>78</sup>) Al daloul,R.& ABU Shanab,E.(2013), ,available at: <http://www.researchgate.net>

<sup>79</sup>) Maria del Mar Gálvez-Rodríguez, Alejandro Sáez-Martín, Manuela García-Tabuyo, and Carmen Caba-Pérez,( 2018), Exploring dialogic strategies in social media for fostering citizens' interactions with Latin American local governments, Public Relations Review, Vol. 44, No.2 , pp.266 .

- <sup>80</sup> ( حلمي خضر الساري،(2009م)، " ثقافة الإنترنت.. دراسة في التواصل الاجتماعي"، (عمان، الأردن، منشورات وزارة الثقافة)، ص 105.
- <sup>81</sup> ( حسنين شفيق، (2008م)، "الإعلام التفاعلي: ثورة تكنولوجية جديدة في نظم الحاسبات والاتصالات"، (القاهرة، دن، ص29.
- <sup>82</sup> ) Rawan T.Khasawneh & Emal A Abu shanat، (2013)، 'E- Government and Social Media sites The role & impact"، World Journal of Computer Application and Technology، Vol 1 .. No. 1، pp. 10-17
- <sup>83</sup> ) C. April Yue, et al., (2019), How do CEOs communicate on Twitter? A comparative study between Fortune 200 companies and top startup companies, Corporate Communications: An International Journal, Vol. 24 No. 3, p.536
- <sup>84</sup> ) María del Mar\_Gálvez-Rodríguez,et al. (2019), Building online citizen engagement for enhancing emergency management in local European government, Online Information Review, Vol. 43, No. 2, p.221
- <sup>85</sup> ) Linjuan Rita Men, et al., (2018), Social Presence and Digital Dialogic Communication: Engagement Lessons from Top Social CEOs, Journal of Public Relations Research, Vol. 30, No. 3, p.11.
- <sup>86</sup> ( Lisa Mahajan-Cusack (2016), The Impact of Social Media on Local Government Transparency and Citizen Engagement, Ph.D., Rutgers, The State University of New Jersey, p.62.
- <sup>87</sup> ) Ali H.S. Al-Bad et al, (2016), Exploring the Use of Social Media by Governments Worldwide, Journal of e-Government Studies and Best Practices, Vol. 2016, p.4.